

中原大學  
企業管理學系  
博士學位論文

多準則決策分析於台灣民宿經營之研究

**The Study of Multi-Criteria Decision Making for  
Taiwan Homestay Operation**

指導教授：胡宜中 博士

王如鈺 博士

研究生：王仁宏

中華民國一〇二年一月

中原大學博士班研究生  
論文口試委員審定書

第 101 學年度第一學期

學系  
企業管理 研究所

王仁宏

君所提之論文

題目：(中文) 多準則決策分析於台灣民宿經營之研究

(英文) The Study of Multi-Criteria  
Decision Making for Taiwan  
Homestay Operation

經本委員會審議，認為符合博士資格標準。

學位考試委員會	召	集	人	<u>郭建峰</u>	委	員	<u>胡宜中</u>		
	委		員		委	員	<u>邱榆淨</u>		
	委		員	<u>蔡榮奇</u>	委	員	<u>王如弘</u>		
	委		員	<u>曾芳美</u>	指	導	教	授	<u>胡宜中</u> <u>王如弘</u>
	委		員	<u>李政輝</u>	系(所)主任		<u>胡宜中</u>		

企業管理博六 9504105

中華民國 一〇二 年 一 月 十四 日

20P029-053

## 摘要

近年來，隨著國民所得增加、生活水準提高、傳統價值觀改變、交通運輸便捷、休閒時間增加，國人對於休閒遊憩之需求日益增加，觀光休憩活動已逐漸成為現代人生活之一部份。我國民宿於「休閒農業」暨「生態旅遊」等時代洪流推波助瀾下迅速成長，從 2006 年 01 月至 2012 年 11 月截止，合法民宿從 1,237 家增加至 3,659 家，共成長 2,422 間，成長幅度相當驚人。由此可知，民宿的快速蓬勃發展，實為一值得探討之議題。

本研究所使用之研究方法為：首先透過網路程序分析法 (Analytic Network Process, ANP) 以獲取構面／準則之權重，進而得知關鍵構面／關鍵準則。再者，透過模糊理論 (Fuzzy Theory) 以獲取綜合績效值，進而得知民宿之整體表現。另一方面，研究目的為：(1) 透過學者專家、實務經營者與消費者之觀點，建構衡量民宿之評估架構；(2) 分析民宿經營者與民宿消費者所重視之關鍵因素，並比較其差異，進而得知其認知落差；(3) 探討民宿消費者對於所入住之民宿之準則滿意度與整體滿意度，進而使民宿經營者可作為未來於經營上之改善依據；(4) 研究結果主要係提供予民宿經營者作為未來之改善(如服務品質)參考依據，同時，亦可作為政府未來再修訂民宿評鑑(估)指標時之參考依據(如可加入民宿之核心價值)。此外，研究範圍為「苗栗縣」、「南投縣」、「屏東縣」與「花蓮縣」等四縣市之二十三家民宿，且每家民宿之消費者則為研究對象。研究結果顯示：

- 一、**關鍵構面**：整體而言，民宿經營者與民宿消費者皆重視「民宿經營與管理」、「服務品質」與「建築環境與特色」，較不重視「民宿設施」與「民宿精神與社區共榮」。
- 二、**關鍵準則與準則滿意度**：整體而言，民宿經營者與民宿消費者之看法大致上係一致的，皆重視「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度(如接待服務、以同理心對待顧客)」、「接駁服務(如提供免費的車站與民宿之往返接送)」、「餐飲之服務與品質(如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮)」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」與「安全性(顧客平安保險、客房安全)」，同時，兩者之差異在於「經營者」亦重視「民宿經營特色(如原住民文化)」，而「消費者」亦重視「整體環境清潔衛生程度」。另一方面，消費者亦認為經營者於此些關鍵準則大都表現優異。
- 三、**住宿滿意度**：以「地區別」與「價格別」來說，整體而言，消費者皆對所居住之民宿係感到「滿意」。其中，於「價格別」中，以「非常滿意」而言，係以低價民宿居多，但若以「稍微不滿意」而言，則係以高價民宿居多。

**關鍵詞**：多準則決策分析、民宿、網路程序分析法、模糊理論

## Abstract

For the past few years, due to increasing of income and living standard, traditional values change, convenient transportation, and more leisure time, the compatriots can do more and more leisure and recreation activities which have become a part of their life gradually. Because of the leisure agriculture and the ecology traveling, homestays in Taiwan develop rapidly. From January 2006 to November 2012, the number of legal homestays increases 2,422 totally (from 1,237 to 3,659). To summarize, “Homestay” is a worth discussing industry and issue.

The methodologies in this study are analytic network process (ANP) and fuzzy theory. First, take ANP to get the weight of aspects and criteria, and analyze the key aspects and the key criteria. Then, take fuzzy theory to get the synthetic performance value of each homestay, and analyze their overall performances. On the other hand, the purposes of this study are: (1) Through the viewpoints of scholar, practical proprietor, and consumer to construct the evaluation framework of homestay; (2) Analyze the key factors, and compare the differences between the proprietors and the consumers; (3) Discuss the satisfaction, and the result can be the proprietor’s improvement reference for the future operation/management; (4) The results mainly provide for the proprietors as the improvement reference; in the meanwhile, they also can be the reference when the government re-revise the homestay evaluation index. Furthermore, there are twenty-three homestays located in Miaoli county, Nantou county, Pingtung county, and Hualien county that are the scopes of this study, and the consumers in each homestay are the objects of this study. The results reveal that:

1. **Key aspect.** Overall, the proprietors and the consumers place importance on *Homestay operation and management*, *Service quality*, and *Surroundings of the building and features*. Relatively, they do not give weight to *Homestay facilities* and *Homestay geist and community co-prosperity*.
2. **Key criteria and criteria satisfaction.** Overall, the standpoints of the proprietors and the consumers are approximately identical. They pay much attention to *To utilize natural ventilation sufficiently*, *To utilize plenty natural light*, *Service attitude (ex. reception service, to treat lodgers with voice of the customers)*, *Pick-up service (offering free pick-up service)*, *Catering service and quality (ex. the hosts prepare diversified breakfast in person, freshness of ingredients)*, *Room tidiness*, *Room coziness*, *Room privacy*, and *Safety (ex. lodger insurance and room safety)*. At the same time, the proprietors also value *Homestay features (ex. aboriginal culture)*, and the consumers also think highly of *Overall tidiness and hygiene*.
3. **Lodging satisfaction.** Overall, through the locality and the price, the consumers are satisfied with the homestay they live. Moreover, for very satisfied, the low

price homestays are more, but for a little satisfied, the high price homestays are more.

**Keywords:** Multi-Criteria Decision Making (MCDM), Homestay, Analytic Network Process (ANP), Fuzzy Theory



中原大學

## 誌謝辭

歷經一年多，論文終於大功告成！

首先，要感謝仁宏的兩位指導教授—宜中老師與如鈺老師。兩位老師對仁宏的照顧有加，感激不盡！就讀博二時，宜中老師已是仁宏的指導教授，仁宏曾告知其想休學之念頭，然，其建議仁宏既然已唸一年，就把學業完成，並取得學位。於是，仁宏便再繼續此趟學習旅途。仁宏跟在宜中老師身邊學習這五年多以來，無論是在研究方法上或學術寫作上，皆受益良多，同時，給予仁宏擔任研究助理之機會，使仁宏在學術經歷上與生活上具實質之助益，感謝萬分！另一方面，在論文指導上，非常感謝芳美老師、榮發老師、榆淨老師、文瑞老師與建賢老師之寶貴意見，使仁宏之論文能更完善、更完整。

第二，就讀博士班期間，不僅感謝很多教導過仁宏的老師，使仁宏在學術涵養與視野上更加寬廣，而且很幸運地認識一群相知相惜的同儕，不時總是會為仁宏加油打氣！真是太感謝姐姐（青雲）、佳瑩、玉琳、盈宏學長、美女戀（淑戀）、嘉良等人，與眾多碩士班學弟妹，族繁不及備載，未提及的同儕們、麻吉們與學弟妹們還請多多見諒！

第三，於進行論文過程中，除了感謝二十三家民宿業者與二百四十二位消費者大力協助本研究之問卷填答之外，更要感謝 David 與小妹陪仁宏到各地發放問卷，同時，更要感謝于芮、David、詠盛於緊要關頭，協助仁宏完成問卷輸入。由於您的幫忙與協助，論文才得以完成，非常感謝！

最後，能讓仁宏完成論文的最大支持動力是來自於親愛的家人！感謝家人在這五年多以來的支持、幫忙與體諒，使仁宏能無後顧之憂，進而完成學業，真的相當感謝、感恩！最重要的是，這份榮耀與成果不僅僅只屬於「仁宏的」，而是屬於「大家的」！

王仁宏

2013/ 02/ 15

# 目錄

摘要	I
Abstract	II
誌謝辭	IV
目錄	V
圖目錄	VII
表目錄	VIII
<b>第一章 緒論</b>	<b>1</b>
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	9
第三節 研究對象與範圍	9
第四節 研究流程	21
<b>第二章 文獻探討</b>	<b>22</b>
第一節 民宿之定義	22
第二節 民宿之發展概況與比較	24
第三節 民宿之特質、功能與類型	33
第四節 民宿之衡量構面與準則	39
第五節 過去民宿之相關研究	56
<b>第三章 建構研究架構</b>	<b>61</b>
第一節 建構雛型架構	61
第二節 建構正式架構	64

<b>第四章 研究方法</b>	<b>72</b>
第一節 網路程序分析法 (Analytic Network Process; ANP)	72
第二節 模糊理論	76
第三節 抽樣與問卷設計	79
第四節 效度與信度之分析	81
<b>第五章 研究結果分析</b>	<b>82</b>
第一節 人口統計變項分析	82
第二節 關鍵構面與關鍵準則之分析	84
第三節 準則滿意度之分析	142
第四節 住宿滿意度之分析	145
第五節 關鍵準則與滿意度之分析與比較	154
<b>第六章 結論與建議</b>	<b>164</b>
第一節 結論	164
第二節 建議	169
第三節 研究貢獻	177
第四節 研究限制與未來研究方向	178
<b>參考文獻</b>	<b>179</b>
<b>附錄一—民宿管理辦法</b>	<b>185</b>
<b>附錄二—問卷</b>	<b>190</b>
<b>附錄三—第一次訪談</b>	<b>217</b>
<b>附錄四—第二次訪談</b>	<b>241</b>
<b>附錄五—第三次訪談</b>	<b>255</b>



中原大學



## 圖目錄

圖 1-1	近十年觀光外匯收入及國內旅遊支出及總收入	1
圖 1-2	近十年來台旅客及國民出國人次變化	2
圖 1-3	近十年來台旅客觀光目的別人次及占比變化	2
圖 1-4	近十年國人國內旅遊總旅次變化	3
圖 1-5	2001 年至 2010 年服務業之產值趨勢	3
圖 1-6	民宿與旅館之比較	8
圖 1-7	研究流程圖	21
圖 2-1	合法民宿標章	22
圖 2-2	民宿產品之組成特性	35
圖 3-1	網路關聯圖	71
圖 4-1	AHP	73
圖 4-2	ANP	73
圖 4-3	三角模糊數之隸屬函數	77
圖 6-1	準則之整體重要性與整體滿意度之策略矩陣圖	168
圖 6-2	準則之整體重要性與整體滿意度之散佈圖	168

中原大學

## 表目錄

表 1-1	2001 年至 2010 年整體和服務業經濟產值	5
表 1-2	民宿營運收入 (2012/ 06)	6
表 1-3	民宿與旅館之比較	7
表 1-4	民宿之分佈情形	10
表 1-5	民宿之特色分類統計	11
表 1-6	2012 年 11 月國內主要觀光遊憩據點遊客人數 (苗栗縣)	12
表 1-7	符合篩選條件之民宿 (苗栗縣)	13
表 1-8	經推薦後之民宿評選方案 (苗栗縣)	13
表 1-9	2012 年 11 月國內主要觀光遊憩據點遊客人數 (南投縣)	14
表 1-10	符合篩選條件之民宿 (南投縣)	15
表 1-11	經推薦後之民宿評選方案 (南投縣)	16
表 1-12	2012 年 11 月國內主要觀光遊憩據點遊客人數 (屏東縣)	16
表 1-13	符合篩選條件之民宿 (屏東縣)	18
表 1-14	經推薦後之民宿評選方案 (屏東縣)	18
表 1-15	2012 年 11 月國內主要觀光遊憩據點遊客人數 (花蓮縣)	19
表 1-16	符合篩選條件之民宿 (花蓮縣)	20
表 1-17	經推薦後之民宿評選方案 (花蓮縣)	20
表 2-1	民宿之定義	22
表 2-2	民宿之家數與房間數之統計表 (2006/ 01)	26
表 2-3	民宿之家數與房間數之統計表 (2012/ 11)	27
表 2-4	各國民宿之比較	28
表 2-5	各國民宿之發展概況	32
表 2-6	民宿特質	33
表 2-7	民宿之功能	35
表 2-8	民宿之類型	36
表 2-9	3S 民宿評鑑	40
表 2-10	烏來溫泉民宿之構面排序	41
表 2-11	烏來溫泉民宿之準則排序	42
表 2-12	濱海型民宿之評鑑指標	44
表 2-13	「好客民宿」之品質認證制度之衡量構面與準則	45
表 2-14	台灣民宿品質認證之衡量構面與準則	46
表 2-15	綠色民宿評選指標系統之衡量構面與準則	46
表 2-16	桃米地區之民宿評鑑指標	48
表 2-17	民宿服務品質認證之衡量構面與準則	49
表 2-18	民宿評鑑指標	50
表 2-19	衡量民宿服務品質之構面與準則	51
表 2-20	民宿之衡量構面與準則	52

表 2-21	新竹地區之民宿經營績效之構面排序	54
表 2-22	新竹地區之民宿經營績效之準則排序	54
表 2-23	民宿相關研究之構面	57
表 2-24	民宿相關研究之研究方法與分析工具	59
表 3-1	雛型架構之評估構面與評估準則	61
表 3-2	專家之建議	64
表 3-3	正式架構	65
表 3-4	構面之定義	68
表 3-5	準則相依性	69
表 4-1	AHP 與 ANP 之比較	72
表 4-2	未加權矩陣 (甲)	74
表 4-3	加權矩陣 (甲)	74
表 4-4	極限矩陣 (甲)	74
表 4-5	未加權矩陣 (乙)	75
表 4-6	加權矩陣 (乙)	75
表 4-7	極限矩陣 (乙)	75
表 4-8	平均權重與排序	75
表 4-9	李克特量表與模糊數之語意值	78
表 4-10	問卷回收分佈表	80
表 4-11	構面之 Cronbach's $\alpha$ 係數	81
表 5-1	人口統計變項分析	82
表 5-2	苗栗之民宿經營者之構面排序	90
表 5-3	苗栗之民宿消費者之構面排序	90
表 5-4	南投之民宿經營者之構面排序	93
表 5-5	南投之民宿消費者之構面排序	93
表 5-6	屏東之民宿經營者之構面排序	95
表 5-7	屏東之民宿消費者之構面排序	95
表 5-8	花蓮之民宿經營者之構面排序	97
表 5-9	花蓮之民宿消費者之構面排序	97
表 5-10	整體之民宿經營者之構面排序	99
表 5-11	整體之民宿消費者之構面排序	99
表 5-12	苗栗之民宿經營者之準則排序	100
表 5-13	苗栗之民宿消費者之準則排序	102
表 5-14	南投之民宿經營者之準則排序	112
表 5-15	南投之民宿消費者之準則排序	114
表 5-16	屏東之民宿經營者之準則排序	119
表 5-17	屏東之民宿消費者之準則排序	121
表 5-18	花蓮之民宿經營者之準則排序	129
表 5-19	花蓮之民宿消費者之準則排序	131

表 5-20	整體之民宿經營者之準則排序	138
表 5-21	整體之民宿消費者之準則排序	140
表 5-22	準則滿意度之排序	144
表 5-23	苗栗之民宿消費者之滿意度語意值	145
表 5-24	苗栗民宿之滿意度	146
表 5-25	南投之民宿消費者之滿意度語意值	148
表 5-26	南投民宿之滿意度	149
表 5-27	屏東之民宿消費者之滿意度語意值	150
表 5-28	屏東民宿之滿意度	151
表 5-29	花蓮之民宿消費者之滿意度語意值	152
表 5-30	花蓮民宿之滿意度	153
表 5-31	民宿房價表	154
表 5-32	整體關鍵準則與整體滿意度之迴歸分析	157
表 5-33	高價民宿消費者之滿意度語意值	157
表 5-34	高價民宿之滿意度	158
表 5-35	低價民宿消費者之滿意度語意值	160
表 5-36	低價民宿之滿意度	161
表 6-1	民宿消費者之住宿建議與意見	173

中原大學

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

根據世界觀光組織 (World Tourism Organization) 之統計資料指出，世界之國際觀光市場，每年約有七億人口從事國外旅遊活動，若將國內外旅遊合併計算之觀光產業規模，約占世界之國內生產總值 (Gross Domestic Product; GDP) 的百分之十以上，達到三兆五千億美元 (曾宇良、顏建賢，2010)，且其於 2001 年所發表之全球觀光發展前景報告書中指出，於 2020 年，觀光人數將成長至 15.61 億人次，相較 1995 年之 5.65 億人次，成長 1.76 倍 (陳宗玄、張瑞琇，2008)。同時，根據交通部觀光局 (2012a) 統計，近十年來，台灣於 2011 年之觀光總收入已達新台幣 6,363 億元 (如圖 1-1 所示)，且來台旅客人數也有顯著提升之現象 (如圖 1-2 所示)。以 2011 年來說，全年來台旅客總數達 608 萬 7,484 人次新高，較 2010 年成長 9.34%，而主要客源市場為「觀光」目的旅客為 363 萬 3,856 人次，成長 11.95%，「業務」目的旅客為 98 萬 4,845 人次，成長 5.02% (如圖 1-3 所示)。此外，國人於國內旅遊次數亦由 2002 年 106,278 仟人次增加至 2011 年 152.268 仟人次 (如圖 1-4 所示)。由此可知，來台觀光旅客與國人旅遊次數不斷地增加，將有助於台灣之觀光、旅遊、休閒、住宿等相關產業之發展。



圖 1-1 近十年觀光外匯收入及國內旅遊支出及總收入 (單位：新台幣億元)

資料來源：交通部觀光局，2012a

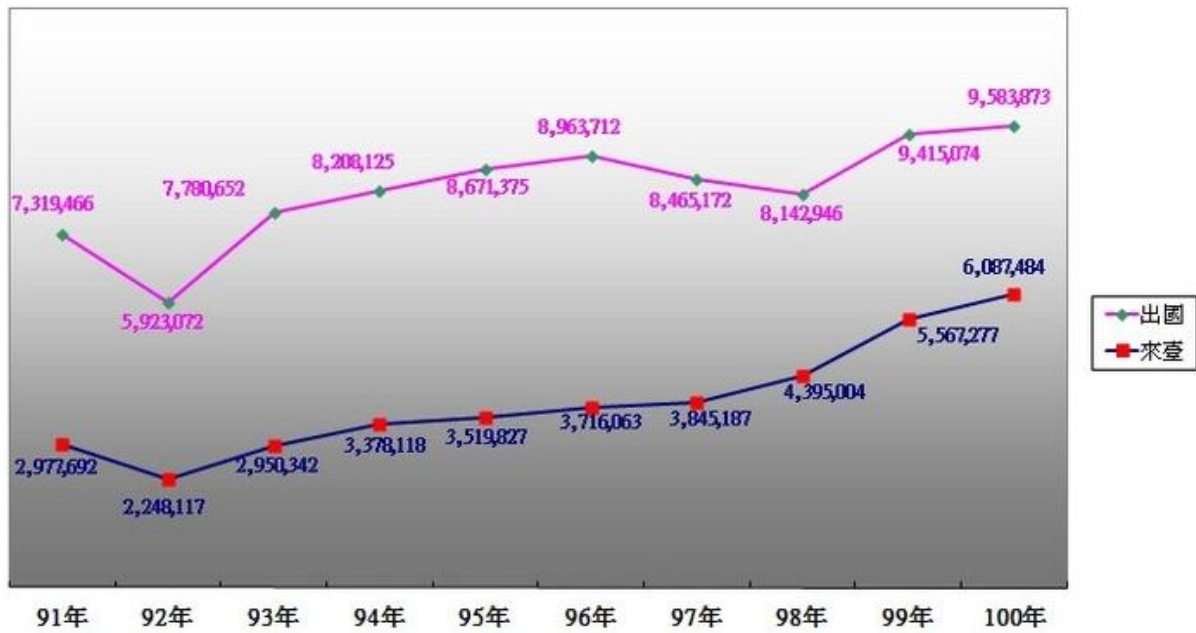


圖 1-2 近十年來台旅客及國民出國人次變化（單位：人次）

資料來源：交通部觀光局，2012a



圖 1-3 近十年來台旅客觀光目的別人次及占比變化

資源來源：交通部觀光局，2012a



圖 1-4 近十年國人國內旅遊總旅次變化 (單位：仟人次)

資源來源：交通部觀光局，2012a

十八世紀以來，人類為提昇生活品質，致力於經濟發展，經濟重心由傳統農業逐漸轉變為工業，進而以服務業為主（顏建賢等，2006）。隨著我國市場更開放自由化，服務業呈現蓬勃發展，產值由 2001 年新台幣 66,013 億元上升至 2010 年的 87,233 億元，成長 32.1 %；我國整體經濟產值 (GDP) 亦由 2001 年新台幣 99,304 億元上升至 2010 年的 136,035 億元，成長 37.0 %（如圖 1-5 所示）（靖心慈，2011）。

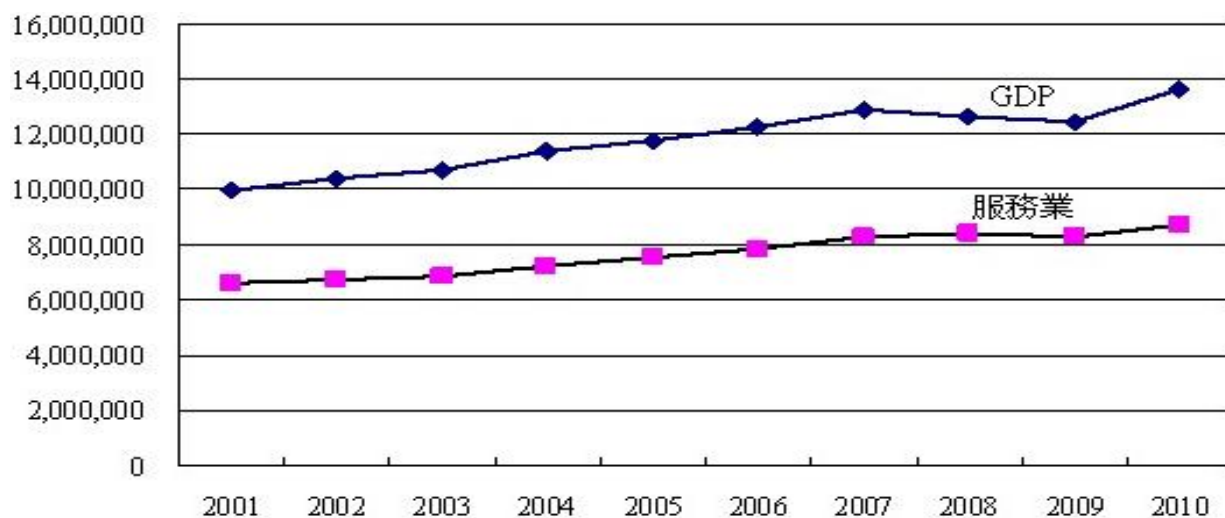


圖 1-5 2001 年至 2010 年服務業之產值趨勢

資料來源：靖心慈，2011

而於服務子行業中，支援服務業和專業、科學及技術服務業產值成長超過 70 %，批發及零售業、醫療保健及社會工作服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、其他服務業成長亦超過 GDP 成長幅度（如表 1-1 所示）（行政院主計處，2011）。此外，國人於育樂支出占總消費之比例上逐年攀升。根據行政院經濟建設委員會表示，於消費娛樂化部分，2010 年國人休閒與文化消費支出明顯擴增，實質成長率達 9.88 %，較 2001 年高出 0.98 個百分點；餐廳及旅館消費支出年增率亦達 8.11 %，較 2001 年提高 0.22 個百分點（今日新聞網，2011）。再者，行政院經濟建設委員會（2011）針對六大新興產業（生物科技、觀光旅遊、綠色能源、醫療照護、精緻農業、文化創意）發展方案之預期效益中提及，以觀光旅遊而言，將創造整體觀光收入自 2008 年 4,022 億台幣提高至 2012 年達 5,500 億台幣（包含觀光外匯收入 3,000 億元），且於 2012 年，將吸引民間投資達 2,000 億元。由此可知，台灣觀光旅遊市場不僅蓬勃發展，更係商機無限。

在目前追求高度效率之經濟社會裡，工作壓力日益加重，旅遊成為人們紓解身心壓力之最佳方法（容繼業，2002）。近年來，隨著國民所得增加、生活水準提高、傳統價值觀改變、交通運輸便捷、休閒時間增加，國人對於休閒遊憩之需求日益增加，觀光休憩活動已逐漸成為現代人生活之一部份（劉子利、陳嘉雯，2009）。我國民宿於「休閒農業」暨「生態旅遊」等時代洪流推波助瀾下迅速成長，同時，其經營更逐步邁向精緻化及專業化，加上市場行銷及媒體宣傳等因素，遂變成民眾從事休閒旅遊之重要選項（孫稚堤，2011），並進一步成為深具潛力之新興產業（Hing et al., 1998），進而帶動國內休閒旅遊度假市場的多元發展，其中尤以觀光地區住宿業—民宿之成長和演變最鉅（林士彥等，2010）。根據觀光局（2012b）網站資料顯示，從 2006 年 01 月至 2012 年 11 月截止，合法民宿從 1,237 家增加至 3,659 家，共成長 2,422 間，成長幅度相當驚人，同時，民宿之營運收入亦相當可觀，以 2012/06 為例，單月就已破一億（如表 1-2 所示）（交通部觀光局，2012b）；然而，由表 1-2 亦可知，仍有許多家民宿尚未回報，顯示產值應為更多。由此可知，民宿已成為國人於休閒旅遊時之重要住宿選擇之一。

民宿通常位於重要的文化、歷史或自然景觀區附近（林万登審譯，Stutts and Wortman 著，2008），其不僅可增加個人收入、改善當地居民生活環境，更可帶動相關產業發展等積極意義（歐聖榮、姜惠娟，1997a）。然而，大量民宿之設置，複雜的管理問題也隨之而來，且因民宿經營品質良莠不齊，再加上少數投機客加入民宿產業市場，屢屢造成負面印象，影響消費者對民宿之觀感（林士彥等，2010），因此，交通部於 2001 年 12 月 12 日正式頒佈施行民宿管理辦法（Regulations for the Management of Home Stay Facilities），並對合法合格經營的民宿頒以合法民宿標章。民宿係最好的台灣行銷者，全世界的人來到台灣，如果住民宿，則民宿主人除了可以係介紹在地文化歷史的人之外，也可以係導覽解說員，也係很好的公關，同時，游志青等（2010）亦認為民宿係當地文化之代言者，顯示民宿扮演非常重要之角色。由此可知，「民宿」對於台灣而言，不僅具有重要之行銷功能，而且更可帶動當地經濟發展。

綜合上述，不僅說明台灣觀光旅遊市場之商機無限，更代表「民宿」係相當重要且值得探討之研究議題。



表 1-1 2001 年至 2010 年整體和服務業經濟產值

單位：新臺幣百萬元

產業別	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
批發及零售業	1,699,937	1,744,101	1,785,113	1,941,499	2,073,677	2,188,716	2,340,289	2,390,445	2,319,345	2,473,768
運輸及倉儲業	412,398	421,717	408,507	426,864	413,665	394,318	411,981	395,054	378,857	414,151
住宿及餐飲業	206,706	207,752	204,743	215,478	229,558	234,114	244,824	251,023	254,893	268,299
資訊及通訊傳播業	393,845	394,088	403,079	408,597	410,648	415,443	442,440	455,728	459,034	472,662
金融及保險業	816,794	832,267	807,274	859,478	900,684	891,545	931,976	915,973	795,744	866,656
不動產業	884,928	855,445	892,972	926,654	960,160	1,045,155	1,095,719	1,108,059	1,139,106	1,168,196
專業、科學及技術服務業	179,288	187,658	198,997	210,604	223,568	253,492	273,134	278,056	284,401	304,765
支援服務業	99,367	108,384	110,997	124,391	139,089	159,842	173,759	187,085	183,117	199,046
公共行政及國防	810,088	808,341	847,589	872,697	892,873	909,713	913,320	945,152	950,264	987,197
教育服務業	457,411	488,249	530,562	532,317	547,315	572,723	599,751	603,213	619,336	628,107
醫療保健及社會工作服務業	277,393	293,560	298,677	308,905	325,532	347,436	364,258	377,440	395,395	412,124
藝術、娛樂及休閒服務業	87,612	90,203	92,523	93,482	95,436	101,238	106,755	111,253	117,557	122,886
其他服務業	275,519	292,628	295,116	306,932	325,699	345,561	361,953	376,280	387,360	405,458
服務業	6,601,286	6,724,393	6,876,149	7,227,898	7,537,904	7,859,296	8,260,159	8,394,761	8,284,409	8,723,315
GDP	9,930,387	10,411,639	10,696,257	11,365,292	11,740,279	12,243,471	12,910,511	12,620,150	12,477,182	13,603,477

資料來源：行政院主計處，2011

表 1-2 民宿營運收入 (2012/ 06)

縣 市	住宿 人數	平均 房價	客房 收入	餐飲 收入	其他 收入	收入 合計	未報 家數	回報率
苗栗縣	7,108	3,138	8,354,011	2,033,101	109,206	10,496,318	0	100 %
新北市	5,973	2,069	4,968,761	646,975	308,620	5,924,356	0	100 %
北 桃園縣	1,399	1,978	986,870	941,613	4,900	1,933,383	0	100 %
新竹縣	2,272	2,181	1,550,620	330,690	4,000	1,885,310	0	100 %
基隆市	14	1,550	12,400	0	0	12,400	0	100 %
南投縣	31,909	2,357	26,301,487	4,026,146	577,341	30,904,974	79	83.6 %
中 台中市	1,942	2,311	1,917,810	202,250	2,600	2,122,660	0	100 %
彰化縣	865	2,022	683,320	17,128	8,000	708,448	0	100 %
屏東縣	10,554	2,215	8,656,633	107,320	78,375	8,842,328	0	100 %
嘉義縣	2,751	2,088	2,068,860	356,050	33,600	2,458,510	0	100 %
南 台南市	3,168	1,925	1,836,090	338,137	112,100	2,286,327	0	100 %
雲林縣	1,726	2,035	1,106,810	141,800	9,705	1,258,315	0	100 %
高雄市	1,169	1,546	740,700	290,580	54,500	1,085,780	0	100 %
花蓮縣	31,210	1,965	23,619,928	527,900	110,672	24,258,500	134	83.5 %
東 宜蘭縣	17,523	2,336	15,836,646	136,900	8,600	15,982,146	282	54.9 %
台東縣	15,302	1,601	9,859,702	130,055	14,980	10,004,737	84	79.6 %
澎湖縣	21,573	1,947	16,893,830	118,600	152,410	17,164,840	0	100 %
離 金門縣	10,528	1,605	7,103,437	38,142	20,500	7,162,079	0	100 %
島 連江縣	2,162	1,325	1,887,505	75,000	29,100	1,991,605	0	100 %
總 計	169,148	2,068	134,385,420	10,458,387	1,639,209	146,483,016	579	83.5 %

資料來源：交通部觀光局，2012b

民宿之經營模式已從以往的食宿設備供應演變為講求服務品質 (Service Quality) 和某種生活型態 (Life Style) 認同的形式鋪陳與體現 (石名君，2008)，同時，其特色及附帶產生之住宿體驗，成了遊客前往之主要條件 (陳慧玲、吳英偉，2009)。民宿利用天然資源，並配合當地人文特色，讓旅客能夠體會到當地風土民情，換言之，具有豐富環境資源之遊憩區係民宿發展的主要契機；除此之外，民宿更可提供運動、休閒、娛樂

等功能，讓旅客充份享受到休閒樂趣（歐聖榮、姜惠娟，1997a），由此可知，民宿之功能、經營模式與特質皆與旅館有所不同（韓選棠，1994；林士彥，2005；顏建賢等，2006；林舜涓等，2007；石名君，2008；吳慶烜等，2008；吳肇展，2010；林士彥等，2010；高志喬，2011；Albacete-Sáez et al., 2007）。此外，顏建賢等（2006）亦將民宿與旅館進行比較其差異（如表 1-3 與圖 1-6 所示），其中二者最明顯之不同在於與當地環境及社區之聯結關係上，旅館式之商業體，資金較為充足，重視硬體設施與服務標準化，而民宿則為副業經營，係屬於相對經濟弱勢者，通常須藉助於周邊環境，導入鄰近之自然和人文資源，並提供當地生活之各項體驗，與附近之社區形成共榮共生之情形。綜合上述，若將觀光旅館評鑑標準套用於民宿評鑑中，將顯得牽強且突兀。最重要的是，為了保障遊客對休閒服務產品選擇與安全性、維護渡假期間之休閒品質等住宿權益，因此建立符合國情之民宿認證指標與辦理民宿認證，均為刻不容緩之事（林士彥等，2010）。石名君（2008）認為藉由多面向評核項目之衡量，篩選出適合國情之民宿品質認證評核項目，才能夠建立具有合適性與公正性之認證評估與規範依據。

表 1-3 民宿與旅館之比較

比較項目	民 宿	旅 館
經營方式	副業經營	專業經營
使用空間	住宅空餘的空間	專用營業空間
房 舍	自用住宅	無特定規定
所在區位	鄉村地區或風景區	都會地區或風景區
客房數規模	一般民宿：5 間以內 特色民宿：15 間以內	無上、下限規定（但觀光旅館訂有最低客房數） 位於直轄市及市之國際觀光旅館客房數，將由至少八十間修正為至少三十間，並刪除「風景特定區至少三十間，其他地區至少四十間」等文字，並將位於直轄市及市之一般觀光旅館客房數，由至少五十間修正為至少三十間（許志煌，2010）
與環境關係	強調結合自然環境，體驗當地風土民情或農村生活，周邊環境資源利用性高	通常不主動提供旅館以外服務，較少利用周邊環境的資源
與當地社區（群）關係	與當地社區居民、團體互動性高	通常少與當地社區居民、團體互動
硬體設施	簡單	多重
服務人員	由經營者家族服務，強調濃厚人情味與家的溫馨感	由專業服務人員提供服務，強調標準化的服務
服務項目	較少	較多

資料來源：顏建賢等，2006；許志煌，2010

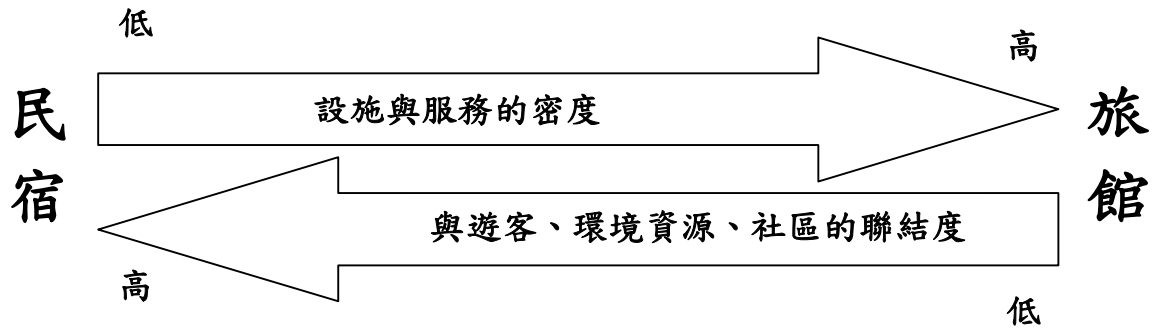


圖 1-6 民宿與旅館之比較

資料來源：顏建賢等，2006

過去對於民宿之相關研究大都探討其滿意度（王美慧等，2006；莊筱敏、劉素里，2008；孫樹根等，2008；歐聖榮等，2008；傅行衍等，2010）、行為意圖（如忠誠度、推薦、口碑）（陳淑芬、邱天佑，2006；吳武忠等，2010；呂傑華等，2010；傅行衍等，2010；黃小娟、王信文，2011）、服務品質（歐聖榮、姜惠娟，1997a；王美慧等，2006；顏建賢等，2006；莊筱敏、劉素里，2008；吳武忠等，2010）、經營管理（歐聖榮、姜惠娟，1997a；莊筱敏、劉素里，2008；歐聖榮等，2008；吳武忠等，2010；武維邦、楊慧伶，2011）或體驗（林舜涓等，2007；褚麗娟等，2007；徐瓊信、陳榮文，2010；傅行衍等，2010；巫郡綾、張宏政，2011）。另一方面，關於發展評鑑（估）指標之研究僅有好客民宿認證、高志喬（2011）、石名君（2008）、陳盈君（2008）、黃裕杰（2008）、中華民國全國商業總會（2006）、顏建賢等（2006）、王美慧等（2006）、與歐聖榮、姜惠娟（1997a）等。由上述文獻中可發現，不論民宿之相關探討主題，或評鑑（估）指標中，鮮少探討民宿精神、民宿本質或社區聯結。然而，民宿最特別、也最吸引人之特色即為人情味（呂傑華等，2010），徐襄琦、鄭桂玫（2010）認為選擇民宿之旅客往往需要的只是一份屬於在地恬靜，甚至係舒適感而已，過於誇張華麗之陳設卻有可能得到反效果，因此，應回歸到民宿最初之本質，並多以旅客之角度著想，也許較為適切，同時，歐聖榮等（2008）認為與旅客間關係之建立為民宿經營之核心所在，且游志青等（2010）亦認為合法民宿之業者除了應認真思考民宿經營之道外，更需透過社區、產業組織，甚至配合地方特色之發展，深入思考如何培養本身之經營能力，建立民宿服務之商品特色，創造自己專屬之民宿差異化與集客力。由此可知，民宿在經營上更應著重於與房客之互動，甚至能與當地社區聯結，並促進當地經濟繁榮，進而形成「民宿村」之社區營造。綜合上述，本研究認為將「民宿核心價值」、「民宿社區」等概念加入台灣民宿之評估指標有其必要性與重要性，同時，因政府目前的民宿評估指標（如好客民宿）大都著重於硬體設施，而對於民宿之核心價值（如與房客之互動）並無加以注重，因此，希望本研究之民宿評估架構能作為政府未來於修訂民宿評估指標時之參考依據。

在日趨複雜的社會，決策必須在諸多互相衝突的目標中權衡取捨 (trade-off)，此等問題牽涉到個人價值判斷，已非傳統的單一準則決策方法所能解決（鄧振源，2005）。據此，本研究係以多準則決策分析（多準則決策又稱為多準則決策輔助 (Multi-Criteria Decision Aid，簡稱 MCDA) 或多準則決策分析 (multicriteria decision analysis)）進行研究。首先，本研究透過網路程序分析法 (Analytic Network Process, ANP) 以獲取構面／準則之權重，再者，透過模糊理論 (Fuzzy Theory) 以獲取綜合績效值，進而得知民宿之整體表現。於現實環境中，進行決策時，所考量之因素之間並非完全獨立，換言之，係具有相依性與錯綜複雜之相互影響關聯性，據此，Saaty 便於 1996 年提出 ANP，並建

議使用 ANP 來解決具有相依性之問題 (Saaty, 2001)。於專家訪談過程中，專家們認為構面間與準則間係具有相依性，因此，運用 ANP 則具有其適切性。再者，Zadeh 於 1965 年提出模糊集合理論 (Fuzzy Set Theory)，其認為人的想法、推論與感知基本上具有相當程度之模糊性，因此，必須使用模糊之邏輯概念來描述事物之優劣與情況，以彌補傳統集合以二值邏輯（「屬於」與「不屬於」）描述事物之缺點。舉例來說，對某人而言，其主觀認為 90 分係為滿意，然對另一人來說，卻僅為稍微滿意，因此，須透過量化方法來處理此種主觀上之不確定性，為此方法之主要論述。同時，透過模糊化，可提供更佳之推廣性、錯誤容忍性、與更適合應用於真實世界中之非線性系統（蘇木春、張孝德，2004）。

## 第二節 研究目的

由於我國現正推動台灣成為永續觀光之「綠色矽島」，因此，觀光成為政府經濟政策發展主軸之一，而對於旅遊產品而言，其具有無形性之特質，顧客無法事先檢驗其品質，故客觀評鑑資訊於國際化旅遊環境中，更係不可或缺之一環（顏建賢等，2006）。然而，對於「（國際）觀光旅館」產業而言，目前國內已有觀光旅館評鑑制度，但反觀「民宿」產業，雖有民宿管理辦法、民宿合法標章與好客民宿評鑑指標，但並無注重民宿之核心價值，因此，本研究認為建構更適合於評估台灣民宿產業之衡量架構有其必要性與重要性。

綜合上述，本研究之主要目的為：

- 一、透過學者專家、實務經營者與消費者之觀點，建構衡量民宿之評估架構。
- 二、分析民宿經營者與民宿消費者所重視之關鍵因素，並比較其差異，進而得知其認知落差。
- 三、探討民宿消費者對於所入住之民宿之準則滿意度與整體滿意度，進而使民宿經營者可作為未來於經營上之改善依據。
- 四、研究結果主要係提供予民宿經營者作為未來之改善（如服務品質）參考依據，同時，亦可作為政府未來再修訂民宿評鑑（估）指標時之參考依據（如可加入民宿之核心價值）。

## 第三節 研究對象與範圍

透過觀光局 (2012b) 資料顯示，截至 2012/11 止，合法民宿共有 3,659 家，其分佈情形如表 1-4 所示。由表 1-4 可知，北部係以「苗栗縣」、中部係以「南投縣」、南部係以「屏東縣」、東部係以「花蓮縣」與離島係以「澎湖縣」為最多。本研究主要係以台灣本島為主，且考量地區代表性，據此，以北部、中部、南部與東部之最多民宿家數之地區為主要研究範圍，且此些地區大都具有特殊之觀光資源與節慶，同時，亦具有最高觀光產值（如表 1-2 所示）。此外，每家民宿評選方案之消費者則為研究對象。另一方面，交通部觀光局主任秘書劉喜臨（現任副局長）表示，未來將進行國內合法民宿分類評鑑，初步將民宿分為十四類，分別為：建築、客房特色、景觀、生態、人文、原住民、體驗活動、運動活動、腳踏車、溫泉、導覽、語言、產業文化及其他，讓民眾清楚了解各家民宿特色（台灣醒報，2010），因其分類標準大都已包含過去之民宿類型，較為完整，據此，本研究以此十四類作為分類標準，並透過每家民宿之網頁與網路資訊進行分類與統計，結果如表 1-5 所示。由表 1-5 可知，民宿大都以「建築」、「客房特色」、「景觀」與「生態」等特色為主。

表 1-4 民宿之分佈情形

區域	縣市	家數
北	苗栗縣	207
	新北市	140
	新竹縣	54
	桃園縣	22
	基隆市	1
中	南投縣	486
	台中市	61
	彰化縣	21
南	屏東縣	127
	嘉義縣	103
	台南市	63
	雲林縣	57
	高雄市	54
東	花蓮縣	832
	宜蘭縣	669
	台東縣	442
離島	澎湖縣	203
	金門縣	93
	連江縣	24



中原大學

表 1-5 民宿之特色分類統計

區域	縣市	特色													
		建築	客房特色	景觀	生態	人文	原住民	體驗活動	運動活動	腳踏車	溫泉	導覽	語言	產業文化	其他
北	苗栗縣	43	61	87	91	0	4	7	1	0	6	0	0	0	62
	新北市	22	28	70	33	0	0	3	0	0	13	0	0	0	12
	新竹縣	8	2	23	10	0	2	4	0	0	4	2	0	0	6
	桃園縣	7	6	13	19	0	0	5	0	0	1	0	0	0	0
	基隆市	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	總計	80	97	193	153	0	6	20	1	0	24	2	0	0	80
中	南投縣	61	26	311	25	2	2	15	0	0	10	9	0	0	40
	台中市	31	3	37	4	0	1	6	0	0	0	3	0	0	6
	彰化縣	8	1	1	1	0	0	2	0	0	1	0	0	0	3
	總計	100	30	349	30	2	3	23	0	0	11	12	0	0	49
南	屏東縣	59	28	46	6	2	2	1	0	0	3	1	0	0	23
	嘉義縣	31	8	37	25	0	2	15	0	0	2	9	0	0	18
	台南市	18	5	18	11	5	0	6	0	0	12	4	0	0	7
	雲林縣	15	9	14	8	0	0	5	3	0	0	0	0	3	9
	高雄市	21	2	18	5	0	10	6	0	0	8	1	0	0	2
	總計	144	52	133	55	7	14	33	3	0	25	15	0	3	59
東	花蓮市	77	233	238	227	8	5	14	0	3	8	0	0	0	214
	宜蘭縣	105	167	144	250	0	0	10	0	6	0	0	0	0	180
	台東縣	39	68	134	93	0	1	6	0	4	7	0	0	0	120
	總計	221	468	516	570	8	6	30	0	13	15	0	0	0	514

註：此數字為重複計算後之結果，如某一家民宿同時具有景觀與生態，則其同時隸屬於此二類民宿。

本研究於北部係以「苗栗縣」、中部係以「南投縣」、南部係以「屏東縣」與東部係以「花蓮縣」為研究範圍，且各區所挑選之民宿方案須具有「建築」、「客房特色」、「景觀」與「生態」等特色。各區之概況簡介與民宿方案之選擇過程如下所述：

### 一、苗栗縣

苗栗縣舊稱為「貓狸」，有「山城」之雅號，共包含十八個鄉鎮（苗栗市、通霄鎮、苑裡鎮、西湖鄉、頭屋鄉、公館鄉、銅鑼鄉、三義鄉、竹南鎮、頭份鎮、後龍鎮、造橋鄉、三灣鄉、南庄鄉、大湖鄉、卓蘭鎮、獅潭鄉與泰安鄉），其深具客家文化、閩南文化與原住民文化（如泰雅族 (Atayal)、賽夏族 (Saisiat, Saisiyat)），且具有許多觀光資源，如獅頭山風景區、大湖草莓文化館、飛牛牧場等，同時，觀光節慶活動甚為熱絡，如炮炸邯鄲爺、柚花季、客家桐花季、木雕藝術節、泰雅族祖靈祭、大湖草莓文化季、賽夏族巴斯達隘季等，不僅使苗栗縣湧入觀光人潮（如表 1-6 所示），而且使當地經濟繁榮。此外，由於國人休閒時間增加，大都希望能深度旅遊、體驗當地人文風情，因此，產生住宿需求，進而使民宿蓬勃發展。綜合上述可知，苗栗縣係深具觀光休閒之研究區域。然而，目前國內期刊研究鮮少著墨於苗栗縣民宿，顯示對於苗栗縣民宿而言，係值得探討之議題。

表 1-6 2012 年 11 月國內主要觀光遊憩據點遊客人數（苗栗縣）

觀光遊憩區	遊客人數	計算遊客人數之方法
獅頭山風景區 (註一) (Lion's Head Mountain Scenic Area)	601,487	主要路口車輛數—當地居民車輛數概估
汶水遊客中心 (Wenshui Visitor Center)	39,199	概估（參觀團體及計數器計算）
觀霧遊客中心 (Guanwu Visitor Center)	4,762	概估（人工計數器）
雪見遊憩區 (Xuejian Recreation Area)	4,492	計數器計算
木雕博物館 (Miaoli Woodsculpture Museum)	9,288	門票數
香格里拉樂園 (Shangrila Paradise)	18,884	門票數
火炎山溫泉遊樂區 (Houyenshen Hot Spring Theme Park)	143	門票數
西湖渡假村 (West Lake Resortopia)	21,617	門票數
飛牛牧場 (Flying Cow Ranch)	25,625	門票數
大湖草莓文化館 (Dahu Strawberry Culture Museum)	84,000	自動計數器
合計	809,497	

資料來源：交通部觀光局，2012b

註一：與新竹縣合計

由表 1-5 可知，對於苗栗縣而言，具有「景觀」、「生態」與「客房特色」等特色民宿居多，此外，「建築」與「其他」二特色皆排名第四，且數量亦頗多，但本研究希望於民宿特色選擇上，能更聚焦，因此，僅再納入「建築」特色，換言之，民宿評選方案之篩選準則為「景觀」、「生態」、「客房特色」與「建築」。另一方面，若民宿評選方案具有上述三項（含）以上之特色，共計 40 家，但若須同時符合上述四項特色，則共計 17 家，據此，本研究考量過多之評選方案會導致專家篩選上之困難，故以須同時符合上述四項特色為篩選準則，結果如表 1-7 所示。最後，再經由當地民宿協會賴理事長推薦後，選定九家具有代表性之民宿做為評選方案（如表 1-8 所示），經詢問過後，七家民宿願意接受訪談，而二家拒絕。



表 1-7 符合篩選條件之民宿（苗栗縣）

地 區	民 宿	
卓 蘭 鎮	舞螢民宿	
大 湖 鄉	湯神民宿	慈夢柔民宿
	雲莊空間密碼民宿	巧克力工坊
公 館 鄉	戀戀山水農莊	攬月莊民宿
	綠風民宿	
南 庄 鄉	眉山居	向天湖咖啡
	碧絡角民宿	山居蘭園
	綠野仙蹤桃樂絲的家	南庄橄欖樹咖啡民宿
	景舍休閒山莊	
三 義 鄉	福田瓦舍	
泰 安 鄉	土牧驛健康農莊	

表 1-8 經推薦後之民宿評選方案（苗栗縣）

地 區	民 宿	接受訪談之意願
卓 蘭 鎮	舞螢民宿	願意
大 湖 鄉	雲莊空間密碼民宿 巧克力工坊	願意 願意
公 館 鄉	戀戀山水農莊 攬月莊民宿	願意 願意
南 庄 鄉	眉山居 碧絡角民宿	拒絕 拒絕
三 義 鄉	福田瓦舍	願意
泰 安 鄉	土牧驛健康農莊	願意

## 二、南投縣

南投縣共包含十三個鄉鎮市（南投市、草屯鎮、名間鄉、中寮鄉、埔里鎮、國姓鄉、魚池鄉、仁愛鄉、水里鄉、集集鎮、信義鄉、竹山鎮與鹿谷鄉），其深具客家文化、閩南文化與原住民文化（如布農族 (Bunun)、泰雅族 (Atayal)、賽德克族 (Sediq)），且有二個經營相當成功的民宿村—桃米社區與湓水社區。同時，南投縣具有許多觀光資源，如日月潭風景區、水里蛇窯、八卦山風景區、清境農場、溪頭森林遊樂區、霧社等，且觀光節慶活動甚為熱絡，如油桐花季、日月潭九族櫻花季、日月潭觀光季、沙雕藝術節、清境擺夷文化季、清境火把節、清境農場風車節、清境潑水節等，不僅使南投縣湧入觀光人潮（如表 1-9 所示），而且使當地經濟繁榮。此外，由於國人休閒時間增加，大都能深度旅遊、體驗當地人文風情，因此，產生住宿需求，進而使民宿蓬勃發展。綜合上述可知，南投縣係深具觀光休閒之研究區域。然而，目前國內期刊研究較少著墨於南投縣民宿，僅有歐聖榮、姜惠娟 (1997a,b)、沈志豪、石進芳 (2004)、褚麗娟等 (2007)、劉健哲、林碧釗 (2007)、吳菊 (2009)、陳文福、莊柏樁 (2009)、傅衍行等 (2010)、李孝安等 (2011)、與賴振民等 (2011) 之研究。歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 係研究旅客特性及其需求，歐聖榮、姜惠娟 (1997b) 係研究旅客特性及其動機，沈志豪、石進芳 (2004) 係分析民宿申請之困境，並提出解決之對策，褚麗娟等 (2007) 係研究消費者之住宿動機與體驗關聯性，劉健哲、林碧釗 (2007) 係探討台灣民宿在發展上所面臨之問題，並

提出對策，吳菊 (2009) 係探討遊客選擇民宿之關鍵因素，陳文福、莊柏樁 (2009) 係探討高山地區民宿發展之永續經營策略，傅衍行等 (2010) 係研究體驗行銷對遊客行為之影響，李孝安等 (2011) 係研究民宿經營者選擇禮券發行方法之決策架構，而賴振民等 (2011) 係研究南投地區農村民宿經營成功因素，顯然鮮少探討民宿之評估面與績效面，顯示對於南投縣民宿而言，係值得探討之議題。

表 1-9 2012 年 11 月國內主要觀光遊憩據點遊客人數 (南投縣)

觀光遊憩區	遊客人數	計算遊客人數之方法
日月潭風景區 (The Sunmoonlake Scenic Area)	383,647	概估 (以遊客量推估公式)
九族文化村 (Formosan Aboriginal Culture Village)	75,349	門票數
水里蛇窯 (Shueili Snake Kiln)	4,436	門票數
車埕 (Checheng)	103,825	概估 (實際停車數暨計數器)
八卦山風景區 (註一) (Mt. Bagua Scenic Area)	489,521	主要遊憩據點停車場停車數概估 (猴探井天空之橋開幕遊客暴增)
管理處遊客服務中心 (Headquarters Visitor Center)	10,719	參觀多媒體簡報人數
排雲山莊 (Paiyun Lodge)	2,173	以住宿人數估算
塔塔加遊憩區 (註二) (Tataka Recreation Area)	53,688	交通流量器自動偵測
鳳凰谷鳥園 (Phoenix Valley Bird Park)	7,929	門票數
清境農場 (Cingjing Farm)	90,899	門票數
武陵農場 (Wuling Farm)	36,303	門票數
台灣省特有生物研究保育中心 (Taiwan Endemic Species Research Institute)	9,517	門票數
竹山天梯風景區 (Jhushan Sky Ladder Scenic Area)	20,157	門票數
霧社 (Wushe)	45,450	概估 (清境農場人數 * 0.5)
東埔溫泉 (Dongpu Hot Springs)	33,310	概估 (台灣特有生物研保中心人數 * 3.5)
奧萬大國家森林遊樂區 (Aowanda National Forest Recreation Area)	51,773	門票數
惠蓀林場 (Huisun Forest Recreation Area)	16,679	門票數
溪頭森林遊樂區 (Sitou Forest Recreation Area)	110,591	門票數

表 1-9 2012 年 11 月國內主要觀光遊憩據點遊客人數（南投縣）（續）

觀光遊憩區	遊客人數	計算遊客人數之方法
合歡山國家森林遊樂區 (Hehuanshan National Forest Recreation Area)	1,831	住宿人數
杉林溪森林遊樂區 (Sun Link Sea Forest Recreation Area)	29,356	門票數
泰雅渡假村 (Atayal Village)	23,255	門票數
中台禪寺	322,589	概估（遊覽車）
合計	1,922,997	

資料來源：交通部觀光局，2012b

註一：與彰化縣合計

註二：與嘉義縣合計

由表 1-5 可知，對於南投縣而言，具有「景觀」、「建築」與「其他」等特色民宿居多，然而，本研究認為「其他」之特色範圍太廣泛，希望於民宿特色選擇上，能更聚焦，因此，納入「生態」與「客房特色」二特色，換言之，民宿評選方案之篩選準則為「景觀」、「建築」、「生態」與「客房特色」。另一方面，若民宿評選方案具有上述三項（含）以上之特色，共計 34 家，但若須同時符合上述四項特色，則僅有 2 家，據此，本研究係以必須具有上述三項（含）以上之特色為篩選準則，結果如表 1-10 所示。最後，再經由當地民宿協會巫理事長推薦後，選定六家具有代表性之民宿做為評選方案（如表 1-11 所示），經詢問過後，四家民宿願意接受訪談，而二家拒絕。

表 1-10 符合篩選條件之民宿（南投縣）

地 區	民 宿
埔 里 鎮	思源居民宿
	水鄉民宿
	月牙莊民宿
	三茅屋民宿
	綠屋民宿
	台一花卉驛棧
草 屯 鎮	本草奇花園的民宿
國 姓 鄉	咖啡有樂町懷谷木屋
鹿 谷 鄉	好聖地度假木屋
魚 池 鄉	日月花嫁渡假屋
	湖景渡假民宿
	浪漫滿屋民宿
仁 愛 鄉	事外桃源渡假山莊
	春大地
	清境之星休閒民宿
	歐風小鎮
	雲南風情民宿
	清境君士坦丁堡
	綠莊飛閣渡假會館
	眉溪曉莊
	青蛙丫婆ㄟ家
	紅瓦厝山居民宿
	松濤園
	歐莉葉荷民宿
	田園花卉民宿
	鉉洋民宿
	靜心園鄉居民宿
	御爵渡假山莊
	露比生態景觀渡假農莊民宿
	老英格蘭莊園
	盧森堡民宿
	明琴清境山莊
	佛羅倫斯渡假山莊
	觀月溫泉民宿

表 1-11 經推薦後之民宿評選方案（南投縣）

地 區	民 宿	接受訪談之意願
埔 里 鎮	青蛙丫婆ㄟ家	願意
	歐莉葉荷民宿	拒絕
魚 池 鄉	峇里峇里休閒渡假民宿*	拒絕
	富豪群渡假民宿*	願意
	靜心園鄉居民宿*	願意
	清平樂村居*	願意

註：\* 代表訪談後之新增評選方案

### 三、屏東縣

屏東縣舊稱為「阿猴」，有「熱帶之都」之稱，共包含三十三個鄉鎮市（屏東市、萬丹鄉、長治鄉、麟洛鄉、九如鄉、里港鄉、鹽埔鄉、高樹鄉、霧台鄉、三地門鄉、潮州鎮、萬巒鄉、竹田鄉、泰武鄉、內埔鄉、新埤鄉、瑪家鄉、來義鄉、枋寮鄉、枋山鄉、春日鄉、獅子鄉、東港鎮、新園鄉、崁頂鄉、林邊鄉、南州鄉、佳冬鄉、琉球鄉、恆春鎮、車城鄉、滿州鄉與牡丹鄉），其深具客家文化與原住民文化（如魯凱族 (Rukai)），且具有許多觀光資源，如琉球風景區、台灣原住民文化園區、墾丁國家公園等，同時，觀光節慶活動甚為熱絡，如客家六堆文化節、車城洋蔥文化節、恆春有音樂季（春天吶喊、國際民謠音樂節）與風鈴季（搶孤）、東港有黑鮪魚文化觀光季與東隆宮迎天祭典、與霧台有原住民之豐年祭，不僅使屏東縣湧入觀光人潮（如表 1-12 所示），而且使當地經濟繁榮。此外，由於國人休閒時間增加，大都希望能深度旅遊、體驗當地人文風情，因此，產生住宿需求，進而使民宿蓬勃發展。綜合上述可知，屏東縣係深具觀光休閒之研究區域。然而，目前國內期刊研究較少著墨於屏東縣民宿，僅有掌慶琳等 (2009) 與陳慧玲、吳英偉 (2009) 之研究。掌慶琳等 (2009) 係研究原住民部落概況為主，而陳慧玲、吳英偉 (2009) 係研究民宿服務品質與遊憩體驗，顯然鮮少探討民宿之評估面與績效面，顯示對於屏東縣民宿而言，係值得探討之議題。

表 1-12 2012 年 11 月國內主要觀光遊憩據點遊客人數（屏東縣）

觀光遊憩區	遊客人數	計算遊客人數之方法
琉球風景區 (Liouciou Scenic Area)	18,839	門票數
大鵬營區 (Dapeng Camp)	20,497	門票數
台灣原住民文化園區 (Taiwan Aboriginal Culture Park)	19,603	門票數
賽嘉遊憩區 (Saijia Recreation Area)	1,710	門票數
霧台遊憩區 (Wutai Recreation Area)	2,808	入山登記數
瑪家遊客中心 (Majia Visitor Center)	15,862	人工計數器計算
墾丁國家公園管理處遊客中心 (Kenting National Park Headquarters Visitor Center)	14,169	以計數器計算

表 1-12 2012 年 11 月國內主要觀光遊憩據點遊客人數（屏東縣）（續）

觀光遊憩區	遊客人數	計算遊客人數之方法
鵝鑾鼻公園 (Eluanbi Park)	118,468	門票數
貓鼻頭公園 (Maobitou Park)	225,214	停車數概估
墾丁國家森林遊樂區 (Kenting National Forest Recreation Area)	14,489	門票數
佳樂水 (Jialeshuei)	9,414	門票數
社頂自然公園 (Sheding Nature Park)	50,352	車輛平均乘載率之概估
南灣遊憩區 (Nanwam Recreation Area)	13,860	人工計算參觀人數
龍鑾潭自然中心 (Longluan Lake Nature Center)	10,464	來賓登記表
砂島貝殼砂展示館 (Shadao Shell Beach Exhibition Hall)	8,285	人工計算參觀人數
國立海洋生物博物館 (National Museum of Marine Biology & Aquarium)	81,828	門票數
雙流國家森林遊樂區 (Suangliou National Forest Recreation Area)	6,490	門票數
墾丁海水浴場 (Kenting Beach)	22,396	房客人數
8 大森林博覽樂園 (Bada Forest Theme Park)	14,492	門票數
大路觀主題樂園 (Dalukuanland)	8,799	門票數
小墾丁渡假村 (Kington Resort)	15,087	門票數
合計	693,126	

資料來源：交通部觀光局，2012b

由表 1-5 可知，對於屏東縣而言，具有「建築」、「景觀」與「其他」等特色民宿居多，然而，本研究認為「其他」之特色範圍太廣泛，希望於民宿特色選擇上，能更聚焦，因此，納入「生態」之特色，同時，「客房特色」係排名第四，且其數量亦頗多，故本研究亦將此特色納入，換言之，民宿評選方案之篩選準則為「建築」、「景觀」、「生態」與「客房特色」。另一方面，若民宿評選方案具有上述三項（含）以上之特色，共計 18 家，但若須同時符合上述四項特色，則僅有 2 家，據此，本研究係以必須具有上述三項（含）以上之特色為篩選準則，結果如表 1-13 所示。最後，再經由當地民宿協會劉總幹事推薦後，選定八家具有代表性之民宿做為評選方案（如表 1-14 所示），經詢問過後，七家民宿願意接受訪談，而一家拒絕。

表 1-13 符合篩選條件之民宿（屏東縣）

地 區	民 宿
恆 春 鎮	悅桐灣民宿
	南灣渡假民宿
	天際線民宿
	花園紅了民宿
	楓采藝宿民宿
	達迪也休閒民宿
	瑪雅之家
	福爾摩沙牧場民宿
琉 球 鄉	小琉球鄉村民宿
滿 州 鄉	山芙蓉民宿
	海閣旅店民宿
	董媽媽小築民宿
	藍海旅店民宿
	海灘戀情民宿
	亞維儂民宿
	一佛園山莊民宿
	托斯卡尼特色民宿
	星苑民宿

表 1-14 經推薦後之民宿評選方案（屏東縣）

地 區	民 宿	接受訪談之意願
恆 春 鎮	花園紅了民宿	願意
	海閣旅店民宿	願意
	海灘戀情民宿	願意
	亞維儂民宿	願意
	托斯卡尼特色民宿	拒絕
	二手童話民宿*	願意
滿 州 鄉	山芙蓉民宿	願意
	星苑民宿	願意

註：\* 代表訪談後之新增評選方案

#### 四、花蓮縣

花蓮縣共包含十三個鄉鎮市（花蓮市、新城鄉、吉安鄉、壽豐鄉、秀林鄉、鳳林鎮、光復鄉、豐濱鄉、瑞穗鄉、萬榮鄉、玉里鎮、富里鄉與卓溪鄉），其深具客家文化與原住民文化（如阿美族 (Amis)、太魯閣族 (Truko)、撒奇萊雅族 (Sakizaya)、噶瑪蘭族 (Kebalan)、布農族 (Bunun) 與賽德克族 (Sediq)）。花蓮縣具有許多觀光資源，如太魯閣國家公園、玉山國家公園、東部海岸國家風景區及花東縱谷國家風景區等，同時，觀光節慶活動甚為熱絡，如花蓮國際觀光國際風箏節、龍舟競渡嘉年華會、花蓮石藝嘉年華、原住民豐年祭、國際音樂節、客家文化節、太魯閣峽谷音樂節、台灣自行車節等，不僅使花蓮縣湧入觀光人潮（如表 1-15 所示），而且使當地經濟繁榮。此外，由於國人休閒時間增加，大都希望能深度旅遊、體驗當地人文風情，因此，產生住宿需求，進而使民宿蓬勃發展。綜合上述可知，花蓮縣係深具觀光休閒之研究區域。然而，目前國內期刊研究較少著墨於花蓮縣民宿，僅有王美慧等 (2006)、莊筱敏、劉素里 (2008) 與呂傑華等 (2010) 之研究。王美慧等 (2006) 係研究旅客之消費行為，莊筱敏、劉素里 (2008) 係研究旅客特性與需求，而呂傑華等 (2010) 係研究民宿業者關係行銷與遊客選擇行為，顯然鮮少探討民宿之評估面與績效面，顯示對於花蓮縣民宿而言，係值得探討之議題。

表 1-15 2012 年 11 月國內主要觀光遊憩據點遊客人數（花蓮縣）

觀光遊憩區	遊客人數	計算遊客人數之方法
秀姑巒溪泛舟 (Siouguluan River)	26,599	停車數估算
石梯坪 (Shihtiping)	72,881	停車數估算之概估
磯崎海水浴場 (Jici Beach)	0	門票數（東北季風影響停止營業）
花蓮管理站遊客中心 (Hualien Ranger Station Visitor Center)	4,273	停車數估算之概估
花蓮海洋公園 (Hualien Ocean Park)	31,950	門票數
鯉魚潭風景特定區 (Liyu Lake Scenic Area)	82,396	停車數概估
池南國家森林遊樂區 (Chihnan National Forest Recreation Area)	3,121	門票數
新光兆豐休閒農場 (Jhaofong Leisure Farm)	16,025	門票數
富源國家森林遊樂區 (Fuyuan National Forest Recreation Area)	3,511	門票數
花蓮觀光糖廠 (Hualien Touris Sugar Factory)	27,930	停車費估算
立川漁場 (Li Chuan Aquafarm)	28,000	用餐人數計算
南安遊客中心 (Nanan Visitor Center)	23,157	交通流量器自動偵測
太魯閣國家公園遊客中心 (Taroko National Park Visitor Center)	117,139	計數器及參觀簡報人次估算
布洛灣遊憩區 (Pulowan Recreation Area)	46,417	計數器及參觀簡報人次估算
台八線沿線景觀區 (Provincial Highway 8 Scenic Area)	385,195	概估（交通流量監測系統）
慶修院 (Chinxiu Temple)	10,525	概估（人工計數器）
花蓮縣石雕博物館 (Hualien Stone Sculpture Museum)	5,909	門票數
七星潭風景區 (Chishingtarn Scenic Area)	107,002	停車數概估
合計	992,030	

資料來源：交通部觀光局，2012b

由表 1-5 可知，對於花蓮縣而言，具有「生態」、「景觀」與「其他」等特色民宿居多，然而，本研究認為「其他」之特色範圍太廣泛，希望於民宿特色選擇上，能更聚焦，因此，納入「客房特色」之特色，同時，「生態」係排名第四，且其數量亦頗多，故本研究亦將此特色納入，換言之，民宿評選方案之篩選準則為「生態」、「景觀」、「客房特色」與「建築」。另一方面，若民宿評選方案具有上述三項（含）以上之特色，共

計 62 家，但若須同時符合上述四項特色，則共計 14 家，據此，本研究考量過多之評選方案會導致專家篩選上之困難，故以須同時符合上述四項特色為篩選準則，結果如表 1-16 所示。最後，再經由當地民宿協會葉理事長推薦後，選定六家具有代表性之民宿做為評選方案（如表 1-17 所示），經詢問過後，五家民宿願意接受訪談，而一家拒絕。

表 1-16 符合篩選條件之民宿（花蓮縣）

地 區	民 宿
吉 安 鄉	山之谷民宿
	歐式庭園民宿
	美麗晨曦民宿
	逸鄉休閒民宿
壽 豐 鄉	琉金穗月田園民宿
	山緹歐式民宿
	峇里情人渡假別墅民宿
	薩爾茲堡莊園民宿
秀 林 鄉	雲山水 Villa Home 民宿
	聖托里尼民宿
	海明蔚民宿
	欣綠石頭屋民宿
	慕谷慕魚民宿

表 1-17 經推薦後之民宿評選方案（花蓮縣）

地 區	民 宿	接受訪談之意願
吉 安 鄉	琉金穗月田園民宿	願意
	峇里情人渡假別墅民宿	願意
	檜木居*	願意
	金澤居*	願意
壽 豐 鄉	薩爾茲堡莊園民宿	拒絕
	雲山水 Villa Home 民宿	願意

註：\* 代表訪談後之新增評選方案

綜合上述，可知苗栗縣、南投縣、屏東縣與花蓮縣不僅具有文化價值，且因觀光休閒活動蓬勃發展，更具有觀光研究價值。然而，目前國內期刊研究對於此四區之民宿卻鮮少探討其評估面與績效面，但本研究認為對於民宿經營而言，探討此議題係相當重要且必要，因此，更能突顯本研究之價值與貢獻。



#### 第四節 研究流程

本研究將整個研究過程之步驟與方法繪製如圖 1-7 所示。

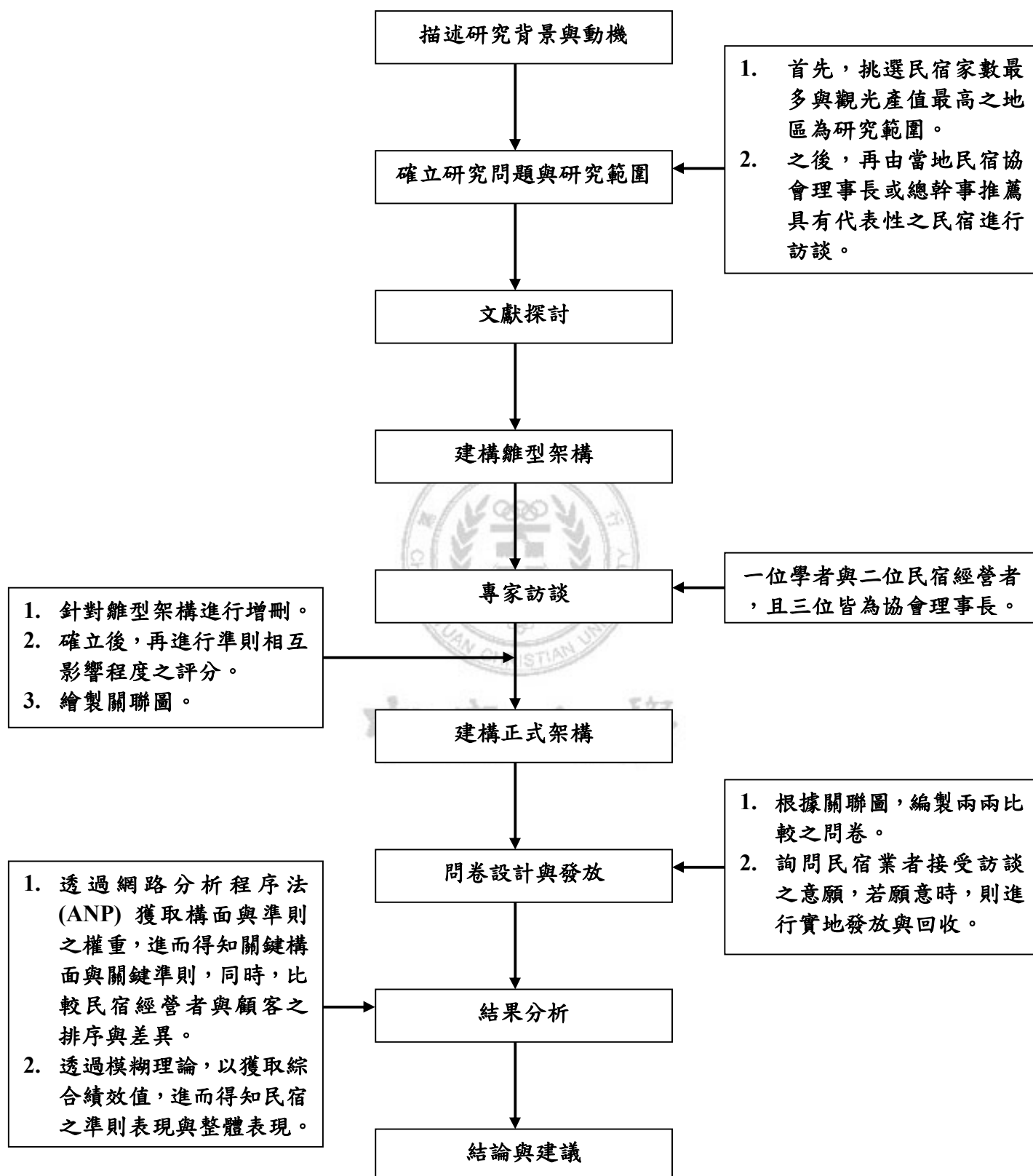


圖 1-7 研究流程圖

## 第二章 文獻探討

### 第一節 民宿之定義

目前對於「民宿」並無統一之名詞，例如英國稱“B&B”(Breakfast and Bed)、美國稱“B&B”或“Inn”、日本稱“Pension”或“Minshuku”，而經詢問交通部觀光局後，其表示官方係使用“Homestay”，故本研究則以“Homestay”來代表「民宿」，且若為合法民宿，則可頒發民宿標章(如圖 2-1 所示)。同時，本研究將民宿之定義整理如表 2-1 所示。



圖 2-1 合法民宿標章

表 2-1 民宿之定義

研究者	年代	定義
鄭詩華	1992	一般個人住宅將其一部份居室，以「副業方式」所經營之住宿設施。其性質與一般飯店、旅館不同，除了能與「遊客交流認識」之外，更可享受經營者所提供之當地「鄉土味覺」及有如在「家」之感覺。
韓選棠、顧志豪	1992	農民與休閒者接觸之處所。
韓選棠	1994	一般個人住宅將其一部份居室，以「副業方式」經營之住宿設施。
民宿管理辦法	2001	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。
林梓聯	2001	為有效運用資源（包含自然環境、景觀、產業和文化），提供鄉野住宿及休閒活動。

表 2-1 民宿之定義（續）

研究者	年代	定義
林士彥	2005	以人際間之互動為主要訴求，召喚對都市疲憊的人們於此得到心靈上短暫的休息，讓遊客享受到主人親切與熱情之招待，使其產生如同「回家」般之舒適感，並且體驗到都市生活中所無法享有之鄉間樂趣。
林万登審譯 Stutts and Wortman 著	2008	為顧客提供一間臥室，當休息一覺醒來後，可先洗個澡，並享用簡易的早餐。
林舜涓等	2007	房屋主人利用私人空間之房間，提供遊客住宿或（及）食宿之住宿設施。
胡學彥等	2007	以私人住宅部份提供旅客居住，並結合當地特色，使前來住宿之遊客感受到回家的感覺，且明顯有別於一般飯店、旅館之經營方式與特色。
洪麗珠	2009	投宿、借住於民房在旅遊中。
維基百科	2009	為私人經營的小型家庭旅館，通常房間不如商務旅館來得多，也不一定有接待櫃台與穿著制服的服務人員，與旅館不同的是，民宿通常沒有先進的網路訂房系統、刷卡等服務，而清掃、訂房、接待客人等，往往都是由主人與其家人負責。
張忠平、郭德賓	2010	簡易之解釋為一種借住於一般民眾家庭住宅之方式，因此，民宿並無法提供如同旅館之專業化服務與商業式之經營模式；廣義之解釋為有效運用現有資源，結合在地文化，提供鄉野住宿及休閒活動之行為。
葉龍泰等	2010	將現有住宅或另建住宅，使其環境設施規劃成有如”家”之溫馨感，且與消費者保持親近之互動，並利用其周邊觀光景點、農漁村文化或特殊旅遊資源，來吸引消費者住宿，其差異化、精緻化住宿風格，不僅提供消費者作為旅行住所，亦能使消費者體驗與學習當地文化習慣。
巫群綾、張宏政	2011	結合當地文化背景和產業資源，並為學習、體驗、生活、休閒和度假之旅遊，提供多樣化又具個性化之服務與產品。
孫稚堤	2011	主要係由農（民）戶提供空間設備供遊客住宿使用，部分並有供應餐飲服務。

表 2-1 民宿之定義（續）

研究者	年代	定義
Morrison et al.	1996	包含五項關鍵必要條件之準則：
		1. 顧客與主人之互動；
		2. 透過場所、實體建築物、或提供服務，進而給予顧客特殊的機會或好處；
		3. 提供特別的活動給顧客；
		4. 主人自己經營；
		5. 少量的民宿容積（一般而言，大都小於二十五間房）。
Richardson	2003a	國際學生居住於當地家庭。
Richardson	2003b	旅居者與目標文化 (target culture)（指居住之國家）之家庭同住。
Gutel	2008	留學生與當地家庭同住。

綜合上述，本研究對「民宿」所下之定義係為：「提供私人住宅多餘的空間（房）予遊客住宿，並透過良好的互動，使遊客感受到「家」的溫暖與熱情，並留下美好的記憶與難忘的回憶，同時，能與當地結合（如文化、環境資源），進而促進當地經濟發展」。

## 第二節 民宿之發展概況與比較

從民宿之源起來說，其可能係單純為解決觀光地區旅館、旅社之不足而設立的，其也可能係民宿提供者為了提高所得而謀求之對策。從民宿地點來看，其鄰近環境多具有某種程度之自然資源，民宿提供者以其原有房舍或舊屋改建方式，提供旅客一個住宿便宜的地方及得以體驗當地風土民情之機會；當然亦有些民宿活動不是發生於觀光遊憩據點附近，如英國的 B&B，其民宿提供者多半為家中有到外地求學的孩子，故將所空下之房間當成招待求宿者之房間（歐聖榮、姜惠娟，1997a,b）。

以台灣而言，民宿之起源可追溯至 1981 年左右，隨著墾丁、阿里山、溪頭等早期開發之觀光風景遊樂區的興起，每逢連續假日或寒暑假，湧入大量遊客，當地旅館所供應之房間數根本不敷遊客之需求量，當地居民便將家中多餘房間略加整修後，提供給遊客住宿，台灣民宿雛形就如此應用而生，故台灣民宿產生的原因，肇始於觀光地區住宿設施不足（洪麗珠，2009）。民宿之發展沿革可分為三時期，分述如下（沈軒睿，2002）：

### （一）萌芽期（1981 年至 1991 年）

民宿在台灣之發展源自 1981 年左右，由於早期觀光景點，如墾丁、阿里山、溪頭等觀光區，每逢假日或連續假期總是出現大量遊客，因此造成當地旅宿房間不敷使用。為解決旅遊旺季或假日供不應求之住宿問題，在觀光地區附近之居民開始將家中多餘房間整修以提供遊客使用（鄭健雄，2001）。

## （二）成長期（1991 年前期）

於 1991 年，由於城鄉人口分布不均，造成失業人口激增，政府因此積極輔導傳統農林漁牧產業轉型，提倡農業精緻化與休閒化。新興的觀光活動就此展開，如休閒農業、觀光果園、農村示範社區等等，其所帶來之利益不僅能增加農民兼業收入，同時亦能提供就業機會，留住中壯人口，解決農業產銷問題，提升農民生產所得。而為達成上述目標，延長觀光休閒時數實乃當務之急，因此，住宿之提供遂成為達成目標之基本要素，由於台灣旅館多集中於大都會區，對於鄉村旅遊等農業休閒活動鮮少助益，因此，民宿遂成為上述旅遊活動住宿空間之主要提供來源，亦是促進農業轉型之重要觸媒。

## （三）競爭期（1991 年代後期至迄今）

於 1991 年後期，非觀光地區亦開始發展民宿，且民宿之服務品質、生態保育，以及社區營造已達到一定品質，並在媒體行銷及宣傳下獲得不錯之成績。目前我國許多風景區之民宅多將空房改建，以副業方式於旅遊旺季充當臨時旅館，惟由於合法性之問題無法克服，對遊客消費權益保障不無疑義。概言之，1991 年代後期我國民宿以私人經營為主，其經營方式亦有朝向精緻化、專業化之趨勢，而透過市場經營之機制，民宿儼然成為深具潛力之新興產業。

從觀光局 (2012b) 網站資料顯示，從 2006 年 01 月(如表 2-2 所示)至 2012 年 11 月(如表 2-3 所示)截止，合法民宿從 1,237 家增加至 3,659 家，共成長 2,422 間，成長幅度相當驚人。由此可知，因國人旅遊需求的增加，進而造成民宿產業蓬勃發展。此外，為了可更瞭解民宿之發展，本研究亦將各國民宿之比較整理如表 2-4 與表 2-5 所示。

表 2-2 民宿之家數與房間數之統計表 (2006/ 01)

縣市別	合法民宿		非法民宿		小 計	
	家數	房間數	家數	房間數	家數	房間數
台北市	0	0	1	5	1	5
高雄市	*	*	*	*	*	*
基隆市	*	*	*	*	*	*
新竹市	*	*	*	*	*	*
台中市	*	*	*	*	*	*
嘉義市	*	*	*	*	*	*
台南市	*	*	*	*	*	*
台北縣	12	41	75	497	87	538
桃園縣	10	47	17	90	27	137
新竹縣	13	52	0	0	13	52
苗栗縣	94	341	0	0	94	341
台中縣	20	74	0	0	20	74
南投縣	278	1322	0	0	278	1322
彰化縣	9	35	0	0	9	35
雲林縣	31	135	0	0	31	135
嘉義縣	46	162	0	0	46	162
台南縣	23	91	0	0	23	91
高雄縣	26	110	27	131	53	241
屏東縣	21	86	5	29	26	115
宜蘭縣	201	753	17	83	218	836
花蓮縣	279	1018	0	0	279	1018
台東縣	84	343	0	0	84	343
澎湖縣	57	241	0	0	57	241
金門縣	29	150	0	0	29	150
連江縣	4	16	15	159	19	175
總 計	1,237	5,017	157	994	1,394	6,011

表 2-3 民宿之家數與房間數之統計表 (2012/ 11)

縣市別	合 法 民 宿		未合法民宿		小 計	
	家數	房間數	家數	房間數	家數	房間數
新北市	140	513	32	234	172	747
臺中市	61	217	10	90	71	307
臺南市	63	265	1	10	64	275
高雄市	54	223	1	3	55	226
宜蘭縣	669	2,549	28	162	697	2,711
桃園縣	22	97	10	41	32	138
新竹縣	54	208	26	92	80	300
苗栗縣	207	736	4	11	211	747
彰化縣	21	79	1	14	22	93
南投縣	486	2,310	100	580	586	2,890
雲林縣	57	246	8	29	65	275
嘉義縣	103	354	54	284	157	638
屏東縣	127	559	72	538	199	1,097
臺東縣	442	1,805	6	34	448	1,839
花蓮縣	832	2,969	35	109	867	3,078
澎湖縣	203	901	31	184	234	1,085
基隆市	1	5	0	0	1	5
金門縣	93	408	1	15	94	423
連江縣	24	109	12	91	36	200
總 計	3,659	14,553	432	2,521	4,091	17,074

表 2-4 各國民宿之比較

		台灣	英國	法國	日本	德國
相 法	關 令	土地法 消防法 建築法	消防法 建築基準法 食品衛生基準 損害賠償保險	消防法 建築基準法 食品衛生基準 損害賠償保險	旅館業法 消防法 建築基準法 食品衛生法 水質污濁防治法	土地法 建築基準法
民 定	宿 義	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 野生活之居住處 所	略	農家有多餘的 房間設備且可 營業	屬於「旅館業法」 之「簡易宿所」， 法律上無特殊定 義 另名：民泊 一般定義：用自 己的住宅讓旅客 住	農家民宿：住宿 設施及餐飲服 務等，在空間 上、機能上與農 業經營緊密結 合，主要在提供 非商業性旅客 服務
主 機	要 關	中央為交通部； 直轄市為直轄市 政府；縣（市） 為縣（市）政府	政府觀光局	政府觀光局	地方政府之衛生 單位	地方政府，無專 責機構
民 分	宿 類	無	無	貸室民宿 貸家民宿 兒童民宿 簡便民宿／團 體宿所	一般民宿 農林漁業體驗民 宿 農村民宿	一般民宿 農村民宿
設 地	置 區	風景特定區 觀光地區 國家公園區 原住民地區 偏遠地區 離島地區 經核可之休閒農 場休閒農業區 金門特定計畫自 然村 非都市土地	遍佈全國無地 域限制，但以 農村區域居多	遍佈全國無地 域限制，但以 農村區域居多	以「森林法」培 養森林之產歷來 貢獻國家經濟之 發展：在「地域 森林計畫」上土 地建民宿或 FARM INN 時， 開發 1 公頃以 上，需要「林地 開發許可」	有土地使用分 區、環境保護區 等限制



表 2-4 各國民宿之比較 (續)

台灣		英國	法國	日本	德國
民團	間體	私人聯盟、全國性或地區性之民宿組織	各群之地方政府民宿推廣協會	Gites de France 法國民宿聯盟	財團法人「農林漁業體驗民宿協會」、財團法人「都市農山漁村交流活性化機構」及各地之民宿協會
分級	分制	目前無分級制度	農家民宿分級名稱由登錄至三冠，四冠以上為旅館等級	委員會評分：以一支麥穗至四支麥穗為標準（五年內有效）	一般住宿之民宿無分級
經營設備基準	度	1. 客房及浴室應具良好通風、有直接採光或有充足光線 2. 須供應冷、熱水及清潔用品，且熱水器具設備應放置於室外 3. 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 4. 飲用水質應符合標準	各郡有不同之要求	合格給予（DLG一點數）符號，使用期限三年	1. 若為雙層床時，其上下鋪間距離應在 1 公尺以上 2. 客房內要有適當之通風、採光、照明及防濕，並具排水設備 3. 若附近無公共澡堂時，需具備相當房間數之澡堂設備 4. 要有適當數量之洗間 5. 要符合各「都道府縣知事（縣長）」特別訂定之設備標準

表 2-4 各國民宿之比較 (續)

	台灣	英國	法國	日本	德國
建築物 設 施	1. 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 9, 10, 12 條之規定 2. 地面層以上每層之居室樓地板面積超過 200 平方公尺或地下層面積超過 200 平方公尺者，其樓梯及平台淨寬為 1.2 公尺以上；該樓層之樓地板面積超 240 平方公尺者，應自各該層設置二座以上之直通樓梯	有基本安全及消防要求之限制	有基本安全及消防要求之限制	「建築基準法」：地面層以上每層之居室樓地板面積超過 200 平方公尺或地下層面積超過 100 平方公尺者，其樓梯淨寬為 1.2 公尺以上（屋外為 0.9 公尺）。其他則為 0.75 公尺，客房之總面積超過 100 平方公尺以上之樓層（主要建築係「耐火」、「準耐火」、「不燃」構造之樓層超過 200 平方公尺），要有兩個以上之直通樓梯	需符合所屬建築法規，有基本安全及消防要求之限制

表 2-4 各國民宿之比較 (續)

	台灣	英國	法國	日本	德國
消 防 基 準	1. 客房及樓梯間、走廊應裝置緊急照明設備 2. 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 3. 配置滅火器兩具以上：有樓層建築物者，每層至少配置一具以上	容量設定在七人以上者，需設有滅火器等防火設施	房間數達五間以上者，需設防火設施	有消防基準相關規定	應符合所屬建築物原有之規定
稅 務 標 準	客房數 1-5 間得免徵營業稅，依住宅用房屋課徵房屋稅，按一般用地課徵綜合所得。若經營規模未符合前述條件者，其稅捐之稽徵，依據現稅法辦理	有課住宿稅，約 17 %			床數在七床以上需課稅
輔 導 事 項	中央及各縣市之地方政府推動民宿申請及改善事項	政府觀光局	各縣市政府觀光局		各州輔導或獎勵措施 DLG 輔導農家住宿設施之營運及品質控制 AID 辦理農家民宿經營之研習與輔導，並發行輔助事業之簡章

資源來源：沈志豪、石進芳，2004；張良漢等，2006

表 2-5 各國民宿之發展概況

國家	起初發展地區	發展原因	發展特色	發展概況
德國	阿爾卑斯山區	因天候因素，山中民宅成為登山客休憩場所及避難場所	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 當地皆有組織化經營之民宿業者</li> <li>2. 有專業之輔導員從旁訓練</li> <li>3. 訂有評鑑標準：分為五個等級，以一顆星代表一個等級</li> <li>4. 政府輔導與資助</li> </ol>	現今德國之民宿經營主要以經營渡假農場為主，偏向旅遊天數較多之住宿，德國渡假民宿係由農民與旅遊業者自行發展出之農業觀光事業，屬於自發性發展，有些農場不只提供住宿，也供應食物，亦展售農產品
日本	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 濱海之伊豆半島</li> <li>2. 滑雪勝地之白馬山麓</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 溫泉地帶引入之人潮</li> <li>2. 觀光區住宿之需求</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以北海道和本州之北部為最多，又可分為和式與歐式</li> <li>2. 經營上分有組織與無組織兩種，有些民宿旅客需自行鋪床疊被</li> <li>3. 許可制—必須擁有執照</li> <li>4. 體驗型—提供各種特定之體驗項目，通常係以農作物或地方技術及資源為主題</li> </ol>	日本民宿在 1970 年前後為全盛時期，多達二萬多家，到了 1989 年，北海道之農場因為農收入不足，因而以提供住宿之方式來增加收入，因而有「農場旅舍」之住宿型態產生。目前日本民宿以旅館業相較，其使用率仍較低於旅館業，使用率不算高
英國	西南部與中部人口較稀疏之鄉間農家	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 政府政策—規定地主需維持農業之歷史遺產</li> <li>2. 民間因素—民房空間利用</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 等級制度：由觀光局以不預先告知之方式進行審查，共分為四級—登錄 (listed) 至三冠 (3 crown)</li> <li>2. 政府輔導：政府主動提供有關農家民宿經營之諮詢及訓練課程</li> <li>3. 法律規範</li> </ol>	在 1970 年後期，英國民宿經營之範圍擴大並運用集體行銷之方式，聯合當地之農家組成自治會，共同推動民宿發展，並於 1983 年，由民間設立「農假日協會」，並獲得當地政府之主持

表 2-5 各國民宿之發展概況 (續)

國家	起初發展地區	發展原因	發展特色	發展概況
美國	多分佈美國中部與美國西部，為美國拓荒下之產物，又稱為 Inn	多為解決鄉間過多之觀光客住宿所需	1. 以北加州之農舍鄉村宅院最著名，係屬分散式民宿，房間數在四間以下	美國民宿發展迅速，由加州發展至美加地區，其主要競爭對手為汽車旅館；美國民宿通常由屋主自行經營，一般外地之遊客若想先預定房間，可向當地之旅遊服務中心索取資料，加上美國民宿通常都有自己之網站，能夠線上訂房
			2. 通常由屋主自行經營，行銷上專門介紹屋主屋內設施，發行具有連絡方式等之手冊或圖書	
			3. 品保協會 (American Association of Insurance Services, AAIS) 之監督	

資料來源：吳慶烜等，2008

### 第三節 民宿之特質、功能與類型

民宿結合豐富之區域環境資源，能滿足消費者親近大自然，體驗鄉土風俗民情之期望，提供消費者有別於旅館之住宿選擇（陳淑芬、邱天佑，2006），同時，其具有介於正式之旅館服務與非正式、家庭式之私人招待所之市場利基特性（Sherry, 1993）。本研究將民宿之特質、功能與類型整理如表 2-6、表 2-7 與表 2-8 所示。

表 2-6 民宿特質

研究者	年代	特質
歐聖榮、姜惠娟	1997 a,b	1. 大眾化的合理收費與自助性的服務；
		2. 設備雖無須強調豪華氣派，但必須要注意安全性與衛生設備；
		3. 服務雖不甚精緻，但卻富有鄉土味、家庭味與濃厚的人情味氣氛。
鄭詩華	1998	1. 有相當的數量與適當的範圍；
		2. 維持現有景觀，減少自然破壞；
		3. 維護或發揚傳統特色；
		4. 強化社區組織功能，改善社區環境；
		5. 配合當地特殊自然資源景觀及產業、創造特色；
		6. 結合各項遊憩活動，寓教於樂。

表 2-6 民宿特質 (續)

研究者	年代	特質
顏建賢等	2006	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 利用住家空餘房間；</li> <li>2. 副業經營；</li> <li>3. 提供很少的住宿容量；</li> <li>4. 經營者親自接待，並與旅客認識交流；</li> <li>5. 參與社區活動，發動社區活力，協助改善社區環境；</li> <li>6. 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。</li> </ol>
林舜涓等	2007	<p>民宿與旅館最大之不同在於其獨特之建築外觀、提供遊客如家般之住宿環境與氣氛、人情味、主客之交流互動、當地特產與美食、與結合當地資源特色，讓遊客體驗當地風俗民情等特殊住宿經驗。</p>
胡學彥等	2007	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 解決觀光遊憩據點旅客住宿問題；</li> <li>2. 有效地把觀光收入帶入地方；</li> <li>3. 提供觀光旅遊者一個較廉價舒適之住處；</li> <li>4. 為人口外流嚴重農村地區增加就業機會，安定居民生活；</li> <li>5. 充分利用住家閒置空間，增加居民所得收入。</li> </ol>
吳慶烜等	2008	<p>民宿之特點就是性質有別於一般之住宿旅館及飯店，其可讓我們遠離都市之繁雜、體驗到大自然生活，還可與主人之間互動，其中，其最大特點就是除了提供顧客住宿的環境之外，並讓客人有親切之溫馨感和人情味，並讓客人有回到家的感覺。</p>
吳肇展	2010	<p>民宿產業通常位於觀光資源豐富之地區，其與一般旅館、渡假中心最大之不同在於除了提供基本住宿之外，還給予投宿者濃厚的人情味和家的溫馨感。</p>
孫稚堤	2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 促進自然、觀光、休閒及產業發展之結合；</li> <li>2. 提供「家」的感覺；</li> <li>3. 增加兼業收入，提高農業經營者之所得；</li> <li>4. 加速城鄉交流。</li> </ol>
Albacete-Sáez et al.	2007	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建築物之美學要與當地相似或一致；</li> <li>2. 建築物提供有限的床數或房間數；</li> <li>3. 無精緻的設備（如健身房、桑拿浴）。</li> </ol>

此外，曾喜鵬、楊明青 (2010) 將民宿產品之本質與特性整理如圖 2-2 所示。圖中顯示民宿產品除了實體空間 (X) (包含室內設計、建築外觀、庭園景觀等元素) 及民宿服務 (Y) (如訂房、餐食及主人態度等元素) 外，還包括民宿所在區位之環境特色 (Z) (包括周邊景觀、旅遊資源等元素)。在這些產品組成中，實體空間與民宿服務會因為民宿主人之個人風格與經營理念不同而有所差異，區位環境則係指民宿所在旅遊地之資源特色，民宿主人很難將其改變，例如金門及馬祖之戰地遺跡資源、北投及烏來的溫泉

產業資源、大甲之宗教文化資源等。

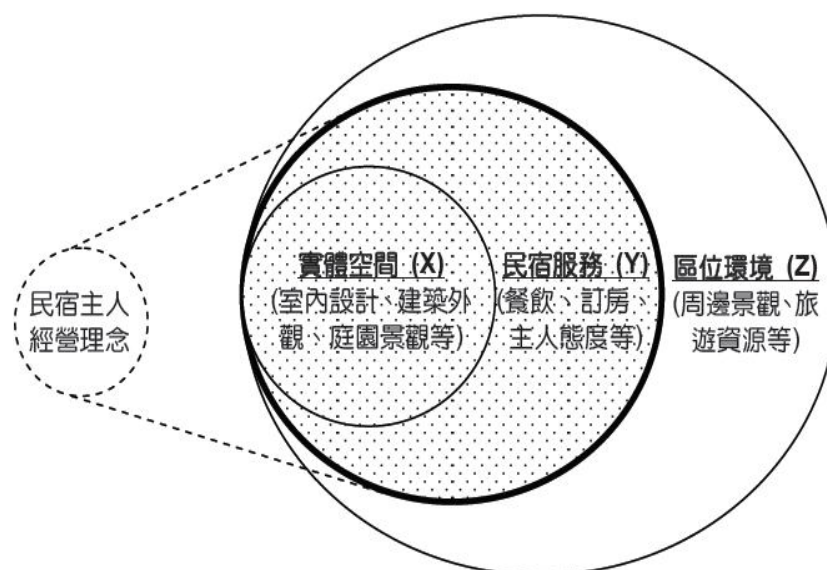


圖2-2 民宿產品之組成特性

資源來源：曾喜鵬、楊明青，2010

表 2-7 民宿之功能

研究者	年代	功能
顏建賢等	2006	1. 產業經濟功能：民宿的發展提供鄉間居民轉型的機會，農村觀光產業有助於減緩鄉村經濟的衰退。另外民宿可提高農特產品直接銷售給遊客的機會，部分解決農產品產銷的問題，提高農業的邊際效益。
		2. 遊憩、體驗功能：提供給遊客鄉野生活休閒體驗的環境與活動。
		3. 生態保育的功能：民宿充分利用鄉村自然、人文資源，則先必須保有良好的生態環境，並持續維護當地各項生態資源，因而引導居民對生態環境的重視與維護。
		4. 教育、文化傳承的功能：民宿對農村及原住民文化的保存有正面的效果，可使遊客充分體認鄉村文化、風俗習慣、農業知能等，甚至幫助遊客及學生訓練強健的體魄。
		5. 社會交流的功能：吸引都市甚至國外遊客的到訪，促進人與人的溝通與關懷，達成城鄉交流，並拉近城鄉差距。
孫稚堤	2011	除可讓遊客參與農家生活、體驗鄉野情趣外，並進一步促使都市居民瞭解農村禮俗與傳統。

表 2-8 民宿之類型

研究者	年代	類型
韓選棠、顧志豪	1992	1. 套房式民宿建築：較注重住客個人之私密性、居住品質較高、設備齊全、住宿費用則較一般為高。其類型如：小木屋、渡假別墅與汽車旅館等。
		2. 家庭隔間式民宿建築：係民宅或廟宇建築物中沒有利用到的房間隔出來供遊客使用。其特色是可融入民家生活，去體驗農家或廟宇之生活，個人獨立隱私的品質較差，但對於農家生活體驗卻相當深刻，其整建費用較新建為價低。其類型如：民家隔間、廟宇禪室等。
		3. 通鋪式民宿建築：係以相對較小面積，但可容納較多的遊客之住宿方式，其缺點為空間私密性較差，適合年青人或團體性居住。依其不同設計方式有：日式通鋪、西式通鋪與露營區等。
		4. 綜合式民宿建築：係一較大型之獨棟建築物，其中提供了許多服務空間，如集會室、販賣部與住宿區等。
		5. 集合式民宿建築：係以多棟式建築為主，與一般都市旅舍不同之處乃在於農村地區建築物受法令約束，加上土地便宜，多以低層建築為主，不能超過三層樓，並以 10.5 公尺為限，依其不同經營型態有：國民旅舍、私人旅店與青年會館等。
鄭詩華	1998	1. 農園民宿：採菜、採水果、採茶、採集昆蟲及自然教育等；
		2. 海濱民宿：海水浴、海草採集、釣魚、舟遊；
		3. 溫泉民宿：砂溫泉浴、岩石溫泉浴、天然瓦斯利用等；
		4. 運動民宿：滑雪場、滑草場、自行車運動場、桌球、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、古代驛站、古牧場、古官家、古民宅、古城、古都等；
		6. 料理民宿：河川魚料理、自然料理、火鍋料理、海鮮料理、特殊產品料理、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。



表 2-8 民宿之類型（續）

研究者	年代	類型
民宿管理辦法	2001	1. 一般民宿 (1) 可設置地區：風景特定區、觀光地區、國家公園區、原住民地區、偏遠地區、離島地區、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畫定之休閒農業區、金門特定區計畫自然村、非都市土地。 (2) 經營規模：客房數 5 間以下，且客房總樓地板面積 150 平方公尺以下。
		2. 特色民宿 (1) 可設置地區：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、經農業主管機關畫定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島地區。 (2) 經營規模：客房數 15 間以下，且客房總樓地板面積 200 平方公尺以下。
陳昭郎、張東友	2002	1. 藝術創作型：此類型民宿較無特殊之環境景觀，但該民宿經營者普遍具有相當之藝術涵養，主要特色在於經營者能帶領遊客體驗各項藝術品製作活動； 2. 復古經營型：將復古之設施提供予遊客，使其感到深切之懷舊體驗； 3. 賞景度假型：以享受仙境般之美景為主要訴求，不論係渾然天成之自然景觀或精心規劃之人工造景，優美之景色係此類農村民宿必備條件； 4. 農村體驗型：大多位於傳統之農業鄉村中，除有農村景觀讓遊客體驗農家生活外，經營者多具備豐富之農事生產知識，可提供遊客農業生產方面之體驗活動； 5. 社區文化體驗型：該民宿所在地均具有獨特之地方性產業或文化。
		就「民宿的空間型態」來分，有套房、一般式家庭式隔間和通鋪等；就「旅客的停留型態」來分，有只住一晚或停留一段時間；就「地區與特色」來分，有農園民宿、海濱民宿、溫泉民宿等；就「運用農村資源」來分，有山村民宿及漁村民宿，因此，其綜合上述，將民宿分為九類： 1. 農園民宿；2. 海濱民宿；3. 溫泉民宿； 4. 運動民宿；5. 傳統建築民宿；6. 料理民宿； 7. 山村民宿；8. 漁村民宿；9. 綜合民宿。
謝佳珍等	2004	

表 2-8 民宿之類型（續）

研究者	年代	類型
葉龍泰等	2010	1. 環境資源特色民宿：民宿業者利用周遭具有獨特性、觀賞性之自然環境之觀光休憩資源，例如自然風景、地質景觀、溫泉、名勝古蹟與建築、歷史與文化遺址等，以吸引顧客消費，並使顧客能進行環境學習之旅；
		2. 人文特色民宿：利用當地傳統文化、風（習）俗、文物典藏或藝術創作等特色，提供旅客觀賞之住宿處所；
		3. 生活體驗特色民宿：結合農、林、漁、牧等活動，提供旅客特殊生活體驗之住宿，如菇菌採拾、燒炭、做豆腐、捏壽司、押花、捏陶、野菜藥草採集、昆蟲採集、標本製作、風箏製作等；
		4. 建築特色民宿：具有傳統性、特色性、觀賞性之獨特建築外觀或室內裝潢陳設，來吸引旅客進住，例如歐式建築、傳統中國式建築、巴洛克式建築、日式建築等；
		5. 地方美食特色民宿：結合政府推展觀光事業活動與具有地方傳統特產美食小吃，廣受旅客好評，提供旅客嚐鮮與住宿處所。
游志青等	2010	根據外部環境資源中，景觀環境融入、遊憩景點搭配、地方文化體驗作為民宿經營之資源構面，及內部核心能力，建築外觀、關係能力、專業技藝等，共有九種原始類型（Generic Type）的民宿經營策略，分別為：
		1. 融入環境的外觀型：搭配外部環境資源，將民宿外觀設計融入外部景觀環境之中，以融合景觀之整體視覺風格、與配合環境風格的建築外觀創造民宿的整體特色，充分發揮既有景點的社會知名度與環境風格，及業者的借景設計巧思，搏取顧客對整體視覺的一致性感覺。
		2. 景點搭配的外觀型：搭配外部環境的景點特色，民宿位置選擇在觀光遊憩景點附近，並以民宿的特殊建築外觀來創造民宿的特色，贏取顧客的視覺驚奇，也容易創造網路上的正面話題。
		3. 文化體驗的外觀型（文中提及因無符合此類型之民宿，故無加以探討與定義）
		4. 融入環境的關係型：搭配外部環境資源，一方面將自然景觀的風景特色作為民宿的賣點之一，一方面以民宿主人良好的服務能力拉近與顧客的情誼與服務關係，打造出民宿的經營特色，搏取顧客良好的住宿服務印象。

表 2-8 民宿之類型（續）

研究者	年代	類型
游志青等	2010	5. 景點搭配的關係型（文中提及因無符合此類型之民宿，故無加以探討與定義）
		6. 文化體驗的關係型：以鄰近社區（尤其是具有原住民、客家族群之鮮明族群文化特色者）文化行為與文化資產為焦點，鼓勵顧客親身體驗地方文化作為民宿消費的主軸，並以良好的服務，包括文化解說、景觀導覽、文化資產觀賞等行為，建立起自己的服務價值與關係口碑。
		7. 融入環境的技藝型：外觀設計搭配外部環境資源，將景觀環境融入自己的民宿設計中，並以民宿主人的藝術化才藝表現、餐飲製作之專業技能創造出對顧客服務的特色商品。
		8. 景點搭配的技藝型（文中提及因無符合此類型之民宿，故無加以探討與定義）
		9. 文化體驗的技藝型：以鄰近社區的地方文化體驗為民宿商品設計主軸，搭配民宿主人的專業技藝，通常與地方文化特色相關之能力創造該民宿的特色。

由表 2-8 可發現，交通部觀光局主任秘書劉喜臨（現任副局長）所提出之十四類民宿特色（建築、客房特色、景觀、生態、人文、原住民、體驗活動、運動活動、腳踏車、溫泉、導覽、語言、產業文化及其他）大都已包含過去之民宿類型，較為完整，據此，本研究以此十四類作為分類標準。

#### 第四節 民宿之衡量構面與準則

本研究之離型架構基礎除了民宿相關認證外，亦包含國內發展民宿之評鑑指標之研究。其研究內容與結果分述如下：

台灣民宿為全球旅遊市場上極具獨特魅力的旅遊產品，為確保國際旅客住的安心，並將台灣民宿發揚光大，SGS 結合學術界與民宿產業界，歷經一年多研發測試，完成「3S 民宿評鑑指標」，至今已有 16 家民宿通過評鑑（美綠生態民宿、清境歐風小鎮、見晴民宿、海墘民宿、雲龍小築、海境渡假民宿、瑪雅之家、福樟紅檜木屋、青蛙丫婆入家、栗田庄渡假莊園、南江璞園民宿、維也納民宿、花之戀民宿、紐澳華溫泉民宿、漁家樂民宿與湖畔花時間），通過評鑑的民宿稱為「3S 民宿」，並由 SGS 頒發標章識別。3S 分別代表安全保障 (Safety & security)、衛生乾淨 (Sanitation & cleanness)、民宿精神 (Spirits of hosts)。3S 包含 2 個重要元素：1、住宿設施一定要安全、乾淨、衛生；2、民宿有別於旅館，不在講究豪華設備，因此民宿主人很重要，要能瞭解最在地自然、

文化、產業，也要能親自接待遊客具有熱忱，因此將民宿精神納入評鑑（周韶華，2012）。其評鑑內容如表 2-9 所示：

表 2-9 3S 民宿評鑑

構面	準則
安全保障	投保責任保險有效契約之證明 每間客房及樓梯間、走廊裝置具效能之緊急照明設備 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 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 清楚完整的定期檢查之消防記錄 有樓層建築物者，每層應至少配置一具以上具效能之滅火器 有緊急避難逃生位置圖及指示標誌 緊急出口在任何時間皆保持暢通 定期測試警報器及檢視家庭型煙霧警報器電池 所有的公共區域於夜間皆有充足的照明 備有急救藥箱且配備齊全 提供緊急聯絡資訊，包含民宿主人及鄰近的醫院、警局、消防單位
整體外觀及設施	有清楚可見的入口及在入口附近置有標示民宿名稱的標誌 在到達民宿前之重要路口設有前往民宿之指示標誌 建築物、相關設施和建築附屬物皆保持完整乾淨且符合原有設置的用途 通往建物之所有通道與台階是乾淨、安全、明亮的 有足夠的車道及停車空間並設置指示標誌讓客人容易停車 所有提供給客人的娛樂休閒設施都是在良好可用的狀態
資訊服務	設置專屬網站或其他可讓客人查詢民宿網路資訊平台 網站上或文宣品所提供之所有照片與實景具一致性 提供專屬電子郵件或其他可與遊客聯繫之方式 網路上可提供遊客完整的住宿規範說明（房價、取消訂房、特殊規定） 可提供當地旅遊景點的手冊及資訊 提供各申訴管道並可提供處理及回應
民宿精神	民宿主人或其家人必須在客人入住和退房時在場，並給予歡迎 民宿主人能帶領新的客人到他們的房間以及他們所使用的所有區域 客人住宿期間，民宿主人能夠提供客人與其互動交流的機會 能向客人說明所有關於住宿的必要資訊及所提供的服務 民宿主人對於當地的文化、周圍景點有豐富的知識 民宿主人對於自家民宿之經營富有足以與客人分享之理念與故事 民宿主人樂於與客人分享民宿故事與生活經驗

表 2-9 3S 民宿評鑑（續）

構面	準則
環境衛生	所有客人使用到的一般區域皆每日清理
	不論室內或室外皆有提供蚊蟲的防範控制措施
餐 飲	可為客人提供早餐
	備有足夠的餐具供客人使用，並確保其是乾淨且未使用過的
	大小足夠的餐桌椅和足夠的通道空間
	用餐環境有充足的光線及良好的通風
	所有的冷藏食品必須有適當地包裝或覆蓋
	顧及客人特殊飲食需求（素食或其他）
	廚房或備餐區有充足的光線及良好的通風

鄭涵升 (2012) 係探討烏來溫泉民宿之經營關鍵因素。研究結果指出：對於 A 民宿而言，民宿經營者所重視之構面為「服務品質」、「民宿設施」與「建築環境與特色」，而其消費者則為「服務品質」、「民宿設施」與「民宿經營與管理」。對於 B 民宿而言，民宿經營者與其消費者皆重視之構面為「服務品質」、「民宿設施」與「民宿經營與管理」（如表 2-10 所示）。

此外，對於 A 民宿而言，民宿經營者所重視之前五名準則為「溫泉池的整潔維護」、「溫泉環境的衛生與清潔情況」、「顧客能提出具體改善做法」、「溫泉民宿的行銷方式（部落格、Facebook...等）」與「環境清潔衛生程度」，而消費者則為「顧客能提出具體改善做法」、「溫泉池的整潔維護」、「環境清潔衛生程度」、「溫泉民宿的行銷方式（部落格、Facebook...等）」與「營業時間方便性」。對於 B 民宿而言，民宿經營者所重視之前五名準則為「溫泉池的整潔維護」、「顧客能提出具體改善做法」、「溫泉民宿的行銷方式（部落格、Facebook...等）」與「溫泉環境的衛生與清潔情況」與「溫泉民宿的意象」，而消費者則為「顧客能提出具體改善做法」、「溫泉池的整潔維護」、「環境清潔衛生程度」、「營業時間方便性」與「溫泉環境的衛生與清潔情況」（如表 2-11 所示）。

表 2-10 烏來溫泉民宿之構面排序

構面	經營者				消費者			
	A 民宿	排序	B 民宿	排序	A 民宿	排序	B 民宿	排序
建築環境與特色 (A)	0.2270	3	0.0617	5	0.124	4	0.118	4
服務品質 (B)	0.2754	1	0.3759	1	0.343	1	0.348	1
民宿設施 (C)	0.2619	2	0.2842	2	0.227	2	0.231	2
民宿經營與管理 (D)	0.1595	4	0.1943	3	0.204	3	0.193	3
民宿精神與社區共榮 (E)	0.0761	5	0.0839	4	0.102	5	0.109	5

表 2-11 烏來溫泉民宿之準則排序

準則	經營者				消費者			
	A 民宿	排序	B 民宿	排序	A 民宿	排序	B 民宿	排序
充分利用自然通風 (A1)	0.0460	8	0.0065	20	0.0489	7	0.0449	7
充足的自然採光 (A2)	0.0494	6	0.0061	22	0.0476	8	0.0437	8
使用不具毒害的自然塗料 (A3)	0.0045	29	0.0062	21	0.0098	24	0.0088	22
在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)	0.0057	26	0.0034	25	0.0061	25	0.0042	26
善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)	0.0069	24	0.0041	23	0.0053	27	0.0032	28
室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)	0.0011	34	0.0004	32	0.0023	31	0.0019	30
庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)	0.0013	33	0.0002	33	0.0017	33	0.0010	32
服務態度 (B1)	0.0299	9	0.0125	11	0.0163	13	0.0180	12
接駁服務 (B2)	0.0213	13	0.0074	14	0.0149	15	0.0145	15
資訊諮詢服務 (B3)	0.0089	20	0.0011	30	0.0042	29	0.0044	25
餐飲之服務與品質 (如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮) (B4)	0.0102	19	0.0098	13	0.0117	21	0.0145	15
顧客能提出具體改善做法 (B5)	0.0918	3	0.1757	2	0.1400	1	0.1499	1
炊事設備 (如廚房) (C1)	0.0027	32	0.0026	27	0.0024	30	0.0031	29
停車空間 (C2)	0.0212	14	0.0070	17	0.0139	18	0.0137	16
安全設施 (如緊急照明設備、消防設備) (C3)	0.0174	16	0.0068	19	0.0142	17	0.0134	17
醫療設施 (如急救箱) (C4)	0.0005	36	0.0004	32	0.0009	34	0.0006	33
客房設施 (C5)	0.0284	10	0.0107	12	0.0234	12	0.0217	11
客房乾淨程度 (D1)	0.0174	16	0.0023	28	0.0149	15	0.0126	18
客房舒適程度 (D2)	0.0167	17	0.0071	16	0.0296	10	0.0240	10
客房隱私性 (D3)	0.0053	27	0.0069	18	0.0129	19	0.0116	19
客房安全性 (D4)	0.0068	25	0.0072	15	0.0111	23	0.0103	20
房間主題特色 (如海洋風) (D5)	0.0032	30	0.0004	32	0.0060	26	0.0033	27

表 2-11 烏來溫泉民宿之準則排序（續）

準則	經營者				消費者			
	A 民宿	排序	B 民宿	排序	A 民宿	排序	B 民宿	排序
民宿經營特色（如原住民文化）(D6)	0.0075	22	0.0038	24	0.0115	22	0.0082	23
整體環境氣氛營造 (D7)	0.0052	28	0.0033	26	0.0123	20	0.0100	21
環境清潔衛生程度 (D8)	0.0773	5	0.0677	6	0.1016	3	0.1039	3
溫泉環境的衛生與清潔情況 (D9)	0.1175	2	0.1138	4	0.0726	6	0.0772	5
溫泉水質的特色 (D10)	0.0200	15	0.0309	8	0.0348	9	0.0305	9
溫泉民宿的意象 (D11)	0.0474	7	0.0734	5	0.0273	11	0.0172	13
溫泉民宿的行銷方式（部落格、Facebook...）(D12)	0.0791	4	0.1477	3	0.0766	4	0.0614	6
營業時間方便性 (D13)	0.0234	11	0.0451	7	0.0760	5	0.0936	4
溫泉池的整潔維護(D14)	0.1695	1	0.1934	1	0.1064	2	0.1288	2
主人與房客之互動程度 (E1)	0.0081	21	0.0128	10	0.0157	14	0.0180	12
導覽解說服務 (E2)	0.0228	12	0.0167	9	0.0143	16	0.0156	14
當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)	0.0071	23	0.0041	23	0.0052	28	0.0057	24
對社區生活品質之貢獻 (E4)	0.0030	31	0.0001	34	0.0014	33	0.0010	32
主動對當地資源採取保護行動 (E5)	0.0010	35	0.0009	31	0.0020	32	0.0018	31
推廣與保存在地文化資源 (E6)	0.0148	18	0.0016	29	0.0042	29	0.0033	27

高志喬 (2011) 以「濱海型」民宿為例，建構其評鑑指標（如表 2-12 所示）。「濱海型」民宿意指必須具備能觀賞藍天綠地的海洋優雅景緻、創意優雅的庭園景觀設計、充分享受海洋的美景，例如清晨能從海邊看見日出、傍晚也能從海邊欣賞夕陽西沉，欣賞海天一線的美景，可以體驗海洋活動，晚上能享受夜晚的美景與寧靜（高志喬，2011）。其研究結果顯示，特色評鑑指標之構面係較為消費者所重視的，此外，對於「準則」而言，首重軟體服務特色，對於「次準則」而言，首重環境景觀，而對於「次次準則」而言，首重整體建築的景觀特色。

表 2-12 濱海型民宿之評鑑指標

構面	排序	準則	排序	次準則	排序	次次準則	排序
基 本 評鑑指標	2	硬體設施 特 色	2	環境景觀	1	整體建築的景觀特色	1
						室內景觀設計的美化與 獨特性	4
						庭園景觀設計的綠化與 獨特性	3
						整體環境清潔與維護	2
				交通便利性	3	交通的便利性	1
						路標的明確性	2
						停車場空間	3
			消防與安全	2		消防設施與維護	1
						安全資訊告示服務	4
						機電設備安全與維護	3
						緊急逃生處理與急救單 位聯繫	2
		軟體服務 特 色	1	住宿品質	1	客房的舒適度	2
						客房的整潔與衛生	1
						衛浴設備的清潔與衛生	3
						客房備品的完備性	4
			1	餐飲品質	3	餐飲展現地方風味餐	4
						餐飲衛生狀況	1
						用餐氣氛與寧靜舒適	3
						食物新鮮度的保存與色 香味俱全	2
			3	服務品質	2	主客互動	2
						旅遊導覽解說服務	4
						服務態度與效率	1
						提供旅遊資訊的服務	3
						接駁車服務	5
		綠能環保 特 色	3	綠能設施	2	符合綠建築的標準	4
						節能減碳設備的使用	1
						綠化設施	2
						省水設備的使用	3



表 2-12 濱海型民宿之評鑑指標（續）

構面	排序	準則	排序	次準則	排序	次次準則	排序
基本 評鑑指標	2	綠能環保 特色	3	環保措施	1	垃圾及廢棄物減量處理	1
						雨水或廢水回收處理再 利用	2
						廚餘回收再利用	3
						提供遊客健康衛生的有 機飲食	4
特色 評鑑指標	1	海洋資源 特色	1	海洋自然環 境	1	自然景觀條件	1
						氣候條件	3
						濱海生態環境條件	2
				濱海服務吸 引力	2	提供濱海活動的教學	3
						提供濱海活動的體驗	1
						結合濱海人文活動資源	2

我國觀光主管機關依據學術界所完成的「編製民宿認證訓練課程教材、民宿評核標準及其操作手冊」研究報告，轉換為「好客民宿」之品質認證制度執行之重要參考資料，並考量實務面需求，邀集相關專家、學者及民宿產業界代表等，籌組推動小組，經多次召開會議討論，釐訂「好客民宿遴選計畫」。發展「好客民宿」之品質認證制度，其施行對象以合法民宿為主，並以業者主動申請認證為上，且其主要目的在於代表民宿之品質水準的嚴選與形象保證（如表 2-13 所示）（林士彥等，2010）。

表 2-13 「好客民宿」之品質認證制度之衡量構面與準則

構面	準則
建築環境	環境外觀整潔
客房設施	客房與浴室整潔、客房與浴室設備良好、客房有充分隱私、客房傢俱整潔、通風及照明良好、無異味
安全衛生	客廳、餐廳及周圍公共區域整潔、消防安全設備、備有急救箱、緊急事故連絡表、備品充裕、床單、被單、枕頭套等備品，於住客退房後需更換清洗、投保責任保險、
接待服務	服務態度良好、服裝儀容整潔
資訊服務	提供旅遊資訊、資訊公開
餐飲服務	提供早餐服務或未供餐之替代方案

石名君 (2008) 主要係探討台灣民宿品質認證，其透過德爾菲法 (Delphi Method) (總共進行三回合) 與模糊層級分析法 (Fuzzy Analytic Hierarchy Process; FAHP) 進行建構其衡量架構，共包含四構面與十一項準則，如表 2-14 所示。研究結果顯示，最重要之關鍵構面為「服務品質」，而最重要之前三名關鍵準則為「主題特色」、「員工素質」與「與客互動」。

表 2-14 台灣民宿品質認證之衡量構面與準則

構面	排序	準則	構面下之排序 (Local)	整體排序 (Global)
環境設施	3	整體環境	1	5
		客房設施	3	10
		安全管理及危機處理	2	8
		交通服務	4	11
經營特色	2	主題特色	1	1
		民宿經營	2	4
服務品質	1	員工素質	1	2
		用餐品質	3	6
		與客互動	2	3
社區參與	4	鄉村生態旅遊發展策略	1	7
		對社區生活品質之貢獻	2	9

陳盈君 (2008) 透過德爾菲法 (Delphi Method)，進行建構國內綠色民宿評選指標系統，共包含六構面五十準則，如表 2-15 所示。研究結果顯示，綠色民宿若於發展初期，無法執行五十項準則，則應優先執行表 2-15 中所勾選之十九項準則。

表 2-15 綠色民宿評選指標系統之衡量構面與準則

構面	準則	優先執行指標
綠 建 築	拔掉長期不使用之電器的插頭	
	設置低流量、省水的衛浴設備	
	充足的自然採光	✓
	充分利用自然通風	✓
	提供符合標準之飲用水	✓
	進行資源垃圾分類回收	✓
	力行廢棄物源頭減量	✓
	廚餘妥善回收利用	✓
	使用不具毒害的自然塗料	✓

表 2-15 綠色民宿評選指標系統之衡量構面與準則（續）

構面	準則	優先執行指標
永續地景工程	在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力	V
	保留基地涵養水分及貯留雨水的能力	
	創造多樣化的生物共生環境	
	增加基地綠化程度	
	多留設空地作為綠地	
	使用本土或當地資源作為材料	
永續地景工程	重複利用資源或使用再生材料	V
	避免使用毒性原物料	
	不使用化學除草劑	
	以物理方法取代化學殺蟲劑的使用	
	善用當地文化和景觀元素融入設計	
有機農業	儘量維護民宿景觀和當地地景之協調性	V
	採購有機食材	
	回收廚餘提供農民堆肥使用	
	提供消費者健康、安全、衛生的有機飲食	
	提供當地農民銷售有機農產品的管道和機會	
環境教育	對環境、生態保持尊重，以有機樂活態度經營民宿	V
	民宿經營者定期參加環境教育研習活動	
	與遊客分享經營者環保理念與實際作法	
	在公共場所、客房及網站提供遊客相關綠色資訊	
	評核員工瞭解環境保護的重要性	
	向當地居民提倡環境保護的重要性服務	
	提供遊客當地生態環境之解說	
	教育遊客合理使用水資源	
社區共榮	提倡遊客自備衛生及盥洗用具	V
	使用當地製造產品	
	僱用當地人力	
	依季節運用當地食材，創造當地特殊料理	
	提供居民實質獲益機會	
	與社區合作辦理綠色、環保、安全與衛生等相關活動	
	主動對當地資源採取保護行動	
	增加遊客對當地自然環境之了解	
	增加遊客對當地文化之了解	

表 2-15 綠色民宿評選指標系統之衡量構面與準則（續）

構面	準則	優先執行指標
其 他	浴室或其他易濕滑處具有止滑之設計	√
	設置簡易醫療急救設備，如：急救箱	√
	注重環境與設施之清潔衛生	√
	運用新鮮食材，少用加工食品	√
	採購可重複使用之餐具	√
	提昇顧客回流率	√
	遊客遊憩滿意度	√
	與消防及急救單位建立聯繫	√

黃裕杰 (2008) 探討桃米地區之民宿發展與評鑑機制，其研究結果顯示，對於「構面」而言，首重服務態度，而對於「準則」而言，則首重主人態度親和力（如表 2-16 所示）。

表 2-16 桃米地區之民宿評鑑指標

構面	排序	準則	排序
服務態度	1	住宿資訊透明	10
		提供解說導覽服務	7
		旅遊行程安排服務	13
		主人態度親和力	1
建物環境	2	主體建物之特色營造	4
		建物環境綠美化	9
		戶外休憩設施之提供	14
		週遭環境影響因子處理	15
空間設備	4	住宿空間大小	16
		空間氣氛之營造	2
		空間設備之安全	11
		設備使用之方便性	5
管理維護	3	經營管理是否資訊化	12
		遊客住宿之安全管理	6
		環境與設施之維護	3
		交通與衛生條件考量	8

中華民國全國商業總會 (2006) 提出「民宿服務品質認證」，其主要目的在於協助民宿經營者經營家庭副業、強化服務品質，並輔導其於住房及服務方面，建立完善的處理機制，使民宿與休閒旅遊消費者權益制度化。其衡量構面與準則如表 2-17 所示。

表 2-17 民宿服務品質認證之衡量構面與準則

構 面	準 則
民宿設施	廚房、烤肉等炊事設備 停車空間 緊急照明設施 消防安全、醫療設施 客房設備
顧客服務	訂、退房及取消服務 諮詢服務 早、午、晚餐的安排 交通、接駁服務 當地活動安排
環境維護	室內外美綠化造景 庭園環境景觀 室內裝潢氣氛 環境視野風景 建築外觀風格
民宿管理	客房整理乾淨程度 環境清潔衛生程度 規劃地方餐飲 民宿與資源簡介 整體環境氣氛營造

顏建賢等 (2006) 透過蒐集、分析休閒農業產業與旅館產業之評鑑資料，作為建構民宿評鑑指標可用內容之依據，其衡量構面與準則如表 2-18 所示。其結果顯示，對於「構面」而言，以「基礎設施」與「服務品質」最為重要；對於「準則」而言，以「服務人員態度」、「整體環境與景觀」、「住宿設施」、「周邊風景與視野」與「用餐品質」最為重要；對於「次準則」而言，以「建築特色」、「親切有禮貌」、「當地整體景觀優美」、「友善氣氛」、「用餐氣氛與餐飲品質」、「客房浴廁乾淨」與「室內外景觀與環境維護」最為重要。

表 2-18 民宿評鑑指標

構面	排序	準則	準則排序	次準則	次準則排序
基礎設施	1	整體環境與景觀	2	建築特色	1
				室內外景觀與環境維護	7
				客房浴廁乾淨	6
		住宿設施	3	家具、家電照明	27
				空氣流通	23
				隱私性	17
				舒適度	15
		餐飲設施	9	廚房衛生	12
				炊具設備	34
				餐飲設備	32
		安全維護	6	消防設施	9
				安全告示及措施	25
				緊急事件處理	29
		交通便利性	12	交通狀況	16
				停車空間	28
服務品質	2	環保設施	14	垃圾處理	22
				廢棄物及廚餘之利用	33
		服務人員態度	1	親切有禮貌	2
				友善氣氛	4
				尊重遊客特殊需求	10
		用餐品質	5	用餐氣氛與餐飲品質	5
				餐飲展現地方特色	21
		解說服務	7	民宿介紹	14
				周邊環境導覽解說	18
		旅遊諮詢與服務	11	遊憩資訊提供	19
				旅遊諮詢回應完整性	30
				網站資訊取得之方便性	31

表 2-18 民宿評鑑指標（續）

構面	排序	準則	準則排序	次準則	次準則排序
資源特色	3	周邊風景與視野	4	當地整體景觀優美	3
				具景觀特殊性	11
		休閒體驗活動	10	休閒或體驗活動的提供	13
				結合當地文化	26
		當地產業特色表現	13	當地產業活動提供與推動	20
				民宿使用當地產品	35
社區聯結	4	與社區居民之互動	8	社區居民可從與遊客互動獲利	8
				遊客干擾程度之避免	24
		對社區生活品質之貢獻	15	民宿經營者對社區公共事務的參與	36
				對社區回饋	37

王美慧等 (2006) 衡量花蓮地區之民宿服務品質的架構係為三構面與十二項準則，如表 2-19 所示。研究結果顯示，民宿旅客旅遊動機集群（全面利益追尋群、平均利益追尋群、無特定利益追尋群）對服務品質與顧客滿意度有顯著差異、服務品質對顧客滿意度有顯著正向影響、民宿旅客消費行為對旅遊動機有顯著差異，但為部份成立、人口統計變數對旅遊動機、服務品質與顧客滿意度皆有顯著差異，但亦皆為部份成立。

表 2-19 衡量民宿服務品質之構面與準則

構面	準則
核心價值	民宿之清潔設施
	客房接待人員的服務態度
	民宿內之安全設施
	房間及餐飲收費價格

表 2-19 衡量民宿服務品質之構面與準則（續）

構面	準則
附加價值	民宿附近的大自然體驗活動
	風土民俗體驗活動
	其他休閒活動的收費價格
	休閒遊憩地與設施
	餐飲設施之便利性
位置便利與設備舒適性	民宿地理位置（道路指引）
	民宿之接近性（附近之交通便利性）
	住宿設備之舒適性

歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 之衡量架構中，共包含四項構面與三十項準則，如表 2-20 所示。以整體而言，排序前十名為環境清潔又衛生、消防設施、緊急照明燈和逃生標誌、環境四周天然景觀或優美照觀、冷熱飲用水的供應、獨立的衛浴設備、提供鄰近觀光遊憩資源資訊、停車空間、建築型式配合環境資源突顯地方特色、全國民宿介紹手冊的編製。

表 2-20 民宿之衡量構面與準則

構面	準則	排序（整體權重 (Global)）
設施	停車空間	8
	獨立的衛浴設備	6
	牙膏和肥皂等基本消耗品的供應	22
	提供廚房給住宿者使用	29
	房間內櫥櫃	27
	房間內桌椅	26
	簡易醫療設備	17
	電話	11
	住宅戶外有院子	19
	電視	25
	冷氣機	28
	冷熱飲用水的供應	5
	緊急照明燈和逃生標誌	3
	消防設施	2



表 2-20 民宿之衡量構面與準則（續）

構 面	準 則	排序（整體權重 (Global)）
服 務	提供早餐	20
	提供鄰近觀光遊憩資源資訊	7
	代客訂購當地產品	30
	提供晚餐與午餐	24
	安排當地特殊之休閒遊憩活動	21
	提供諮詢的服務	15
	當地環境或天然或人文資源解說服務	13
景 觀	有鄉居氣氛和特別的情調	14
	環境四周天然景觀或優美景觀	4
	建築型式配合環境資源突顯地方特色	9
	距離遊憩景點近	16
經營管理	價格便宜	18
	良好的宣傳廣告	23
	民宿地點指示牌的設置	12
	環境清潔且衛生	1
	全國民宿介紹手冊的編製	10

Hu et al. (2012) 係探討新竹地區之民宿經營績效。研究結果指出：A 民宿與 B 民宿之經營者與消費者之關鍵構面皆為「建築環境與特色」、「服務品質」與「民宿經營與管理」（如表 2-21 所示）。同時，對於 A 民宿而言，經營者之前五名關鍵準則為「充分利用自然通風」、「客房乾淨程度」、「充足的自然採光」、「安全性（如顧客平安保險、客房安全）」與「客房舒適程度」，而消費者則為「客房舒適程度」、「充足的自然採光」、「充分利用自然通風」、「安全性（如顧客平安保險、客房安全）」與「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」。對於 B 民宿而言，經營者之前五名關鍵準則為「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「民宿經營特色（如原住民文化）」、「客房舒適程度」與「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」，而消費者則為「安全性（如顧客平安保險、客房安全）」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「客房舒適程度」、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」與「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」（如表 2-22 所示）。

表 2-21 新竹地區之民宿經營績效之構面排序

構面	經營者				消費者			
	A 民宿	排序	B 民宿	排序	A 民宿	排序	B 民宿	排序
建築環境與特色 (A)	0.2452	2	0.1830	3	0.2080	3	0.2132	3
服務品質 (B)	0.2242	3	0.2610	1	0.2280	2	0.2240	2
民宿設施 (C)	0.0773	5	0.1447	5	0.1585	4	0.1803	4
民宿經營與管理 (D)	0.3293	1	0.2458	2	0.2637	1	0.2552	1
民宿精神與社區共榮 (E)	0.0761	5	0.0839	4	0.1419	5	0.1273	5

表 2-22 新竹地區之民宿經營績效之準則排序

準則	經營者				消費者			
	A 民宿	排序	B 民宿	排序	A 民宿	排序	B 民宿	排序
充分利用自然通風 (A1)	0.0910	1	0.0310	15	0.0624	3	0.0552	7
充足的自然採光 (A2)	0.0741	3	0.0282	17	0.0628	2	0.0545	8
使用不具毒害的自然塗料 (A3)	0.0617	7	0.0423	10	0.0487	11	0.0483	10
在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)	0.0213	16	0.0115	26	0.0123	24	0.0097	27
善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)	0.0180	21	0.0134	23	0.0088	28	0.0074	28
室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)	0.0231	15	0.0110	27	0.0112	27	0.0102	25
庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)	0.0202	18	0.0125	24	0.0125	23	0.0102	26
服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）(B1)	0.0304	13	0.0717	2	0.0544	5	0.0632	2
接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）(B2)	0.0210	17	0.0621	5	0.0537	6	0.0602	4
資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）(B3)	0.0158	23	0.0230	18	0.0162	21	0.0164	21
餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）(B4)	0.0424	10	0.0720	1	0.0501	10	0.0568	5

表 2-22 新竹地區之民宿經營績效之準則排序（續）

準則	經營者				消費者			
	A 民宿	排序	B 民宿	排序	A 民宿	排序	B 民宿	排序
炊事設備（如廚房）（C1）	0.0053	28	0.0174	22	0.0119	25	0.0145	23
停車空間（C2）	0.0193	19	0.0567	7	0.0505	9	0.0568	6
安全設施（如緊急照明設備、消防設備）（C3）	0.0140	24	0.0308	16	0.0284	16	0.0328	15
醫療設施（如急救箱）（C4）	0.0015	30	0.0044	29	0.0035	30	0.0028	30
客房設施（C5）	0.0269	14	0.0459	9	0.0403	14	0.0391	14
客房乾淨程度（D1）	0.0856	2	0.0348	13	0.0534	7	0.0413	13
客房舒適程度（D2）	0.0669	5	0.0652	4	0.0688	1	0.0614	3
客房隱私性（D3）	0.0441	9	0.0317	14	0.0428	13	0.0497	9
安全性（如顧客平安保險、客房安全）（D4）	0.0708	4	0.0595	6	0.0603	4	0.0760	1
房間主題特色（如海洋風）（D5）	0.0101	26	0.0097	28	0.0113	26	0.0147	22
民宿經營特色（如原住民文化）（D6）	0.0651	6	0.0693	3	0.0464	12	0.0433	12
整體環境氣氛營造（D7）	0.0379	11	0.0176	21	0.0275	17	0.0236	18
整體環境清潔衛生程度（D8）	0.0450	8	0.0348	12	0.0512	8	0.0434	11
主人與房客之互動程度（E1）	0.0310	12	0.0515	8	0.0307	15	0.0311	16
導覽解說服務（E2）	0.0170	22	0.0415	11	0.0254	18	0.0262	17
當地體驗活動與餐飲之安排（E3）	0.0119	25	0.0183	19	0.0173	20	0.0165	20
對社區生活品質之貢獻（E4）	0.0033	29	0.0027	30	0.0047	29	0.0046	29
主動對當地資源採取保護行動（E5）	0.0192	20	0.0181	20	0.0197	19	0.0175	19
推廣與保存在地文化資源（E6）	0.0061	27	0.0116	25	0.0131	22	0.0125	24

## 第五節 過去民宿之相關研究

過去對於民宿之相關研究大都探討其滿意度（王美慧等，2006；莊筱敏、劉素里，2008；孫樹根等，2008；歐聖榮等，2008；傅衍等，2010）、行為意圖（如忠誠度、推薦、口碑）（陳淑芬、邱天佑，2006；吳武忠等，2010；呂傑華等，2010；傅衍等，2010；黃小娟、王信文，2011）、服務品質（歐聖榮、姜惠娟，1997a；王美慧等，2006；顏建賢等，2006；莊筱敏、劉素里，2008；吳武忠等，2010）、經營管理（歐聖榮、姜惠娟，1997a；莊筱敏、劉素里，2008；歐聖榮等，2008；吳武忠等，2010；武維邦、楊慧伶，2011）或體驗（林舜涓等，2007；褚麗娟等，2007；徐瓊信、陳榮文，2010；傅衍等，2010；巫郡綾、張宏政，2011）（如表 2-19 所示），而提及民宿精神、民宿本質或社區聯結，抑或發展民宿評鑑（估）指標之研究僅有鄭涵升（2012）、高志喬（2011）、石名君（2008）、陳盈君（2008）、黃裕杰（2008）、顏建賢等（2006）、王美慧等（2006）、歐聖榮、姜惠娟（1997a）與 Hu et al.（2012）等。

然而，民宿最特別、也最吸引人之特色即為人情味（呂傑華等，2010），徐襄琦、鄭桂玫（2010）認為選擇民宿之旅客往往需要的只是一份屬於在地恬靜，甚至係舒適感而已，過於誇張華麗之陳設卻有可能得到反效果，因此，應回歸到民宿最初之本質，並多以旅客之角度著想，也許較為適切，同時，歐聖榮等（2008）認為與旅客間關係之建立為民宿經營之核心所在，且游志青等（2010）亦認為合法民宿之業者除了應認真思考民宿經營之道外，更需透過社區、產業組織，甚至配合地方特色之發展，深入思考如何培養本身之經營能力，建立民宿服務之商品特色，創造自己專屬之民宿差異化與集客力。由此可知，民宿在經營上更應著重於與房客之互動，甚至能與當地社區聯結，並促進當地經濟繁榮，進而形成「民宿村」之經營模式／概念。

綜合上述，本研究認為實有必要將民宿精神、民宿本質或社區聯結等概念融入民宿評估指標中，進而建構一套更為完整且更適合台灣民宿之評估指標。

另一方面，由表 2-20 可知，目前於民宿之相關研究中，所採用之研究方法大都為描述性統計、因素分析、迴歸分析或變異數分析，而於研究工具上，大都採用 SPSS 或 AMOS/LISREL，鮮少透過 AHP 或 ANP 來探討關鍵構面／準則之問題；然而，本研究認為找出消費者所重視之關鍵因素對於經營改善係相當重要的，因為經營者便能將金錢花在刀口上，進而避免無謂的成本支出。

表 2-23 民宿相關研究之構面

	體驗	遊憩認知	顧客滿意	行為意圖	綠色行銷	知覺風險	知覺價值	動機	環保行為	參與程度	基礎設施	服務品質	資源特色	社區聯結	景觀／環境	經營管理	生活型態	人格特質	領導能力	經營績效	電子商務	關係品質	促銷策略	消費者行為	服務內容	產品價格	旅遊意象	生活品質
1											●	●	●		●	●												
2								●				●																
3	●		●	●																							●	
4			●					●				●																
5			●	●				●																				
6												●																
7	●				●						●																	
8	●							●																				
9			●	●																								
10			●	●							●																	
11			●	●							●												●					
12	●	●																										
13								●																				
14			●	●								●																
15	●			●								●																
16			●					●								●												
17																		●	●	●								
18	●		●	●							●					●												
19			●	●																			●					

表 2-23 民宿相關研究之構面 (續)

體 驗	遊 憩 認 知	顧 客 滿 意	行 為 意 圖	綠 色 行 銷	知 覺 風 險	知 覺 價 值	動 機	環 保 行 為	參 與 程 度	基 礎 設 施	服 務 品 質	資 源 特 色	社 區 聯 結	景 觀 / 環 境	經 營 管 理	生 活 型 態	人 格 特 質	領 導 能 力	經 營 績 效	電 子 商 務	關 係 品 質	促 銷 策 略	消 費 者 行 為	服 務 內 容	產 品 價 格	旅 遊 意 象	生 活 品 質	
20	●	●					●																					
21	●	●	●																									
22		●					●			●	●			●														
23	●							●						●														
24						●									●					●								
25	●						●																				●	
26			●	●	●	●	●	●																	●	●		
27		●	●								●												●	●	●	●		
合計	10	1	14	12	1	1	3	10	1	1	6	10	1	1	4	7	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1

註：1.歐聖榮、姜惠娟，1997a；2.歐聖榮、姜惠娟，1997b；3.沈進成等，2005；4.王美慧等，2006；5.陳淑芬、邱天佑，2006；6.顏建賢等，2006；7.林舜涓等，2007；8.褚麗娟等，2007；9.孫樹根等，2008；10.莊筱敏、劉素里，2008；11.歐聖榮等，2008；12.李世昌、林聰哲，2009；13.吳莉，2009；14.陳甦彰等，2009；15.陳慧玲、吳英偉，2009；16.梁家祐等，2009；17.王榮貴等，2010；18.吳武忠等，2010；19.呂傑華等，2010；20.徐瓊信、陳榮文，2010；21.傅行等，2010；22.葉龍泰等，2010；23.巫郡綾、張宏政，2011；24.武維邦、楊慧伶，2011；25.徐茂鍊等，2011；26.黃小娟、王信文，2011；27.錢銘貴等，2011。

表 2-24 民宿相關研究之研究方法與分析工具

研究方法		分析工具				
敘述統計分析	信度分析	效度分析	因素分析	相關分析	迴歸分析	集群分析
變異數分析	區別分析	t 檢定	AHP	SPSS	AMOS	LISREL
Expert Choice	DEA					
1	●	●	●	●	●	●
2	●	●	●	●	●	●
3	●	●	●	●	●	●
4	●	●	●	●	●	●
5	●	●	●	●	●	●
6	●	●	●	●	●	●
7	●	●	●	●	●	●
8	●	●	●	●	●	●
9	●	●	●	●	●	●
10	●	●	●	●	●	●
11	●	●	●	●	●	●
12	●	●	●	●	●	●
13	●	●	●	●	●	●
14	●	●	●	●	●	●
15	●	●	●	●	●	●
16	●	●	●	●	●	●

表 2-24 民宿相關研究之研究方法與分析工具 (續)

敘述統計分析	信度分析	效度分析	因素分析	相關分析	迴歸分析	集群分析	區別分析	變異數分析	t 檢定	AHP	SPSS					AMOS		LISREL		Expert Choice	DEA
											24	6	4	1	1						
17	●				●						●		●					●			●
18	●	●						●			●										
19		●					●				●										
20	●		●								●										
21	●	●			●						●										
22	●										●										
23			●		●						●										
24		●	●		●						●										
25		●	●	●	●						●										
26	●	●	●								●	●									
27	●	●	●		●						●		●					●			
合計	21	21	12	16	7	11	5	2	11	6	1	24	6	4	1	1					

註：1.歐聖榮、姜惠娟，1997a；2.歐聖榮、姜惠娟，1997b；3.沈進成等，2005；4.王美慧等，2006；5.陳淑芬、邱天佑，2006；6.顏建賢等，2006；7.林舜涓等，2007；8.褚麗娟等，2007；9.孫樹根等，2008；10.莊筱敏、劉素里，2008；11.歐聖榮等，2008；12.李世昌、林聰哲，2009；13.吳菊，2009；14.陳甦彰等，2009；15.陳慧玲、吳英偉，2009；16.梁家祐等，2009；17.王榮貴等，2010；18.吳武忠等，2010；19.呂傑華等，2010；20.徐瓊信、陳榮文，2010；21.傅行等，2010；22.葉龍泰等，2010；23.巫郡綾、張宏政，2011；24.武維邦、楊慧伶，2011；25.徐茂鍊等，2011；26.黃小娟、王信文，2011；27.錢銘貴等，2011。



### 第三章 建構研究架構

#### 第一節 建構雛型架構

本研究透過文獻探討，初步篩選適合本研究之特色民宿的構面與準則，並將其彙整後，成為雛型架構，共包含六構面與三十三準則（如表 3-1 所示）。

表 3-1 雛型架構之評估構面與評估準則

評估構面	參考來源	評估準則	參考來源
建築環境與特色	顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)	充分利用自然通風	顏建賢等 (2006) 陳盈君 (2008)
		充足的自然採光	陳盈君 (2008)
		使用不具毒害的自然塗料	
		在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力	
		善用當地文化和景觀元素融入設計	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 陳盈君 (2008)
		室內景觀設計的美化與獨特性	中華民國全國商業總會 (2006)
		庭園景觀設計綠化與獨特性	顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		廚房、烤肉等炊事設備	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006)
		停車空間	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006)
			顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
民宿設施	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006)	緊急照明設施	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006)

表 3-1 雛型架構之評估構面與評估準則 (續)

評估構面	參考來源	評估準則	參考來源
民宿設施	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006)	消防安全	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		醫療設施	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006)
		客房設施	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 石名君 (2008)
		客房整理乾淨程度	中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
民宿管理	中華民國全國商業總會 (2006)	客房舒適度	王美慧等 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		環境清潔衛生程度	中華民國全國商業總會 (2006) 高志喬 (2011)
		規劃地方餐飲	歐聖榮、姜惠娟 (1997a)
		民宿與資源簡介	中華民國全國商業總會 (2006)
		整體環境氣氛營造	中華民國全國商業總會 (2006)

表 3-1 雛型架構之評估構面與評估準則 (續)

評估構面	參考來源	評估準則	參考來源
服務品質	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 顏建賢等 (2006) 石名君 (2008) 高志喬 (2011)	接待服務 (如訂、退房)	中華民國全國商業總會 (2006)
		資訊諮詢服務	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		解說服務	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		餐飲服務	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		員工素質	石名君 (2008)
		服務態度	王美慧等 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		用餐品質	顏建賢等 (2006) 石名君 (2008) 高志喬 (2011)
		與客互動	石名君 (2008) 高志喬 (2011)
		交通與接駁之服務	中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006) 石名君 (2008) 高志喬 (2011)
		當地活動安排	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006)

表 3-1 雛型架構之評估構面與評估準則（續）

評估構面	參考來源	評估準則	參考來源
隱私性／安全性	顏建賢等 (2006)	住宿安全管理	石名君 (2008)
		住宿危機處理	
經營特色	石名君 (2008)	房間主題特色	
		民宿經營特色	

## 第二節 建構正式架構

本研究擬定雛型架構後，便邀請一位學者與二位實務專家，透過訪談之方式，進而建構正式架構，希冀藉由不同之觀點，進而使其更加完整，並更能符合民宿之實務現象。

本研究之專家群為：Y 專家係為學者，其任教於某私立科技大學，服務約八年，其學術專長為休閒農業、長宿休閒 (Long Stay) 與休閒產業行銷管理，且所發表之期刊論文皆與休閒產業相關，同時，曾於農業單位服務約十八年，目前亦擔任二個休閒相關協會的理事長。L 實務專家與 H 實務專家目前除了皆擔任民宿相關協會之理事長之外，其亦皆有經營民宿，L 專家之經營年資約十年，而 H 專家約為 5 年。綜合上述，可知本研究之專家群不僅具有專業知識，而且實務經驗豐富，換言之，非常具有專家代表性。此外，本研究透過三次訪談，並修正專家群所給予之建議（如表 3-2 所示），進而建構正式架構（如表 3-3 所示），共包含五構面與三十準則。同時，將各構面之定義整理如表 3-4 所示。

表 3-2 專家之建議

次數	日期	專家之建議	本研究之回覆
1	2011/ 10/ 27	Y 專家與 L 專家皆認為雛型架構之構面與準則係合宜的，但不能只著重在外觀或硬體設施上，應強調民宿精神與回歸民宿本質，才能使架構更具有完整性與周延性。同時，亦須強調民宿與當地社區之聯結。最後，Y 專家亦表示可把雛型架構中，語意相近之構面或準則進行整合。	1. 本研究已將語意相近之構面或準則進行調整與整合，如表 3-3 所示。 2. Y 專家與 L 專家之觀點與建議與呂傑華等 (2010)、徐襄琦、鄭桂玫 (2010)、歐聖榮等 (2008)、游志青等 (2010) 之看法一致，由此可知，民宿與客人之間的互動、社區的聯結係多麼重要！據此，本研究新增一構面，並命名為「民宿精神與社區共榮」，其衡量準則有五：「主人與房客之互動程度」、「導覽解說服務」、「當地體驗活動與餐飲之安排」、「對社區生活品質之貢獻」、「主動對當地資源採取保護行動」。

表 3-2 專家之建議 (續)

次數	日期	專家之建議	本研究之回覆
2	2011/ 11/ 17	H 專家表示民宿在硬體上很難與旅館或飯店匹敵，因此，仍應注重民宿之本質與精神，還有與客人之互動。同時，亦強調「民宿村」之行銷概念。最後，其認為整合與調整後之架構係適宜的，但若能於「民宿精神與社區共榮」構面下新增「推廣與保存在地文化資源」準則，則會更完整。	1. 已於「民宿精神與社區共榮」構面下新增「推廣與保存在地文化資源」準則。
3	2011/ 11/ 24	1. 本研究透過 Email 之方式，詢問 Y 專家整合後之架構之適切性，其認為已具有周延性且完整。 2. L 專家認為應於「服務品質」構面下的四個準則中，皆加上註解，加以說明之。此外，其認為應加入「員工」與「戶外設施」的評估準則。	1. 本研究已於「服務品質」構面之準則加入註解說明，如表 3-3 所示。 2. 因 Y 專家與本研究皆認為民宿的房間數限制為五至十五間，且為副業經營，因此，不太需要員工，故決定不納入研究架構中。 3. 因 Y 專家與本研究皆認為民宿係副業經營，且本質上係為多餘空間才做為民宿，因此，戶外休閒設施並非為必要條件，故決定不納入研究架構中。

表 3-3 正式架構

評估構面	參考來源	評估準則	參考來源
建築環境與特色 (A)	顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)	充分利用自然通風 (A1)	顏建賢等 (2006) 陳盈君 (2008)
		充足的自然採光 (A2)	陳盈君 (2008)
		使用不具毒害的自然塗料 (A3)	
		在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)	
		善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 陳盈君 (2008)

表 3-3 正式架構 (續)

評估構面	參考來源	評估準則	參考來源
建築環境與特色 (A)	顏建賢等 (2006)	室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)	中華民國全國商業總會 (2006)
	高志喬 (2011)	庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)	顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
服務品質 (B)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 顏建賢等 (2006) 石名君 (2008) 高志喬 (2011)	服務態度 (如接待服務、以同理心對待顧客) (B1)	王美慧等 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		接駁服務 (如提供免費的車站與民宿之往返接送) (B2)	中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006) 石名君 (2008) 高志喬 (2011)
		資訊諮詢服務 (如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線) (B3)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		餐飲之服務與品質 (如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮) (B4)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006) 石名君 (2008) 高志喬 (2011)
		炊事設備 (如廚房) (C1)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006)
民宿設施 (C)	中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006)	停車空間 (C2)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)

表 3-3 正式架構 (續)

評估構面	參考來源	評估準則	參考來源
民宿設施 (C)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006)	安全設施 (如緊急照明設備、消防設備) (C3)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		醫療設施 (如急救箱) (C4)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006)
		客房設施 (C5)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 石名君 (2008)
		客房乾淨程度 (D1)	中華民國全國商業總會 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		客房舒適程度 (D2)	王美慧等 (2006) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
民宿經營與管理 (D)	中華民國全國商業總會 (2006) 石名君 (2008)	客房隱私性 (D3)	顏建賢等 (2006)
		安全性 (如顧客平安保險、客房安全) (D4)	專家訪談 石名君 (2008)
		房間主題特色 (如海洋風) (D5)	石名君 (2008)
		民宿經營特色 (如原住民文化) (D6)	石名君 (2008)
		整體環境氣氛營造 (D7)	中華民國全國商業總會 (2006)
		整體環境清潔衛生程度 (D8)	中華民國全國商業總會 (2006) 高志喬 (2011)

表 3-3 正式架構 (續)

評估構面	參考來源	評估準則	參考來源
民宿精神與社區共榮 (E)	專家訪談 石名君 (2008) 陳盈君 (2008)	主人與房客之互動程度 (E1)	石名君 (2008) 高志喬 (2011)
		導覽解說服務 (E2)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 顏建賢等 (2006) 高志喬 (2011)
		當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)	歐聖榮、姜惠娟 (1997a) 中華民國全國商業總會 (2006) 王美慧等 (2006)
		對社區生活品質之貢獻 (E4)	顏建賢等 (2006) 石名君 (2008)
		主動對當地資源採取保護行動 (E5)	陳盈君 (2008)
		推廣與保存在地文化資源 (E6)	專家訪談

表 3-4 構面之定義

衡量構面	定義
建築環境與特色 (A)	民宿內外的整體景觀設計，並突顯與融入當地文化特色。
服務品質 (B)	顧客對於民宿業者所提供之顧客服務之滿意程度。
民宿設施 (C)	民宿之硬體設施。
民宿經營與管理 (D)	民宿業者對於客房與週遭環境之管理、規劃與設計，同時，保障顧客之住宿隱私與安全。
民宿精神與社區共榮 (E)	民宿業者對於民宿經營完全親力親為，並頻繁地與顧客互動，同時，將民宿以社區化之概念經營，進而促進當地之經濟繁榮。

正式架構建立完成後，接著，請三位專家填寫行準則對列準則之影響程度。影響程度之分數為 0-100 分，「0」代表完全無影響，「100」代表完全有影響，本研究為了讓架構具有專家群之完全一致的共識，因此將影響門檻值設定為 100 分，換言之，三位專家皆需一致認為某行準則必須對某列準則具有完全影響，則此二準則才具有相依性。本研究以影響程度 60 分（含）以上、70 分（含）以上、80 分（含）以上、90 分（含）以上與 100 分繪製各網路圖，發現將影響門檻值設定為 100 分可將兩兩比較之題項數目降至最低，此舉可避免因題項過多，而導致消費者填答意願下降，抑或導致結果準確率下降，同時，詢問專家群後，皆同意以 100 分為影響門檻值。準則相依性結果如表 3-5 所示，且網路關聯圖如圖 3-1 所示。



表 3-5 準則相依性

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	E1	E2	E3	E4	E5	E6
A1	—	●		●												●	●	●	●	●	●	●	●	●						
A2	●	—		●		●										●	●	●	●	●	●	●	●	●						
A3			—	●		●		●				●			●		●	●	●	●	●	●	●	●						
A4				—	●		●										●	●	●	●	●	●	●	●						
A5					—	●	●								●		●	●	●	●	●	●	●	●						
A6						—	●								●		●	●	●	●	●	●	●	●						
A7							—	●							●		●	●	●	●	●	●	●	●						
B1								—	●		●															●	●	●	●	●
B2									—																	●				
B3									●	—	●																			
B4								●			—	●														●				
C1												—	●													●				
C2									●				—	●																
C3														—	●												●			
C4																—														
C5																	—													
D1		●														●	—	●	●	●	●	●	●	●	●					
D2																	●	—	●	●	●	●	●	●	●					
D3																	●	●	—	●	●	●	●	●	●					
D4			●															●	●	—	●	●	●	●	●					
D5																		●			—	●	●	●	●					
D6											●											—	●	●	●					
D7			●				●										●	●					—	●	●					

表 3-5 準則相依性 (續)

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	E1	E2	E3	E4	E5	E6
D8							●	●									●				●	●	●	—				●		
E1								●		●							—				●	●	●		—	●	●			●
E2									●								●								●	—	●	●		●
E3					●			●			●										●					●	—	●		●
E4																											—	●	●	●
E5			●	●	●																							—		
E6				●	●	●																				●	●	●	●	—

註：「●」表示「行」準則對「列」準則具有「完全影響（即為 100 分）」



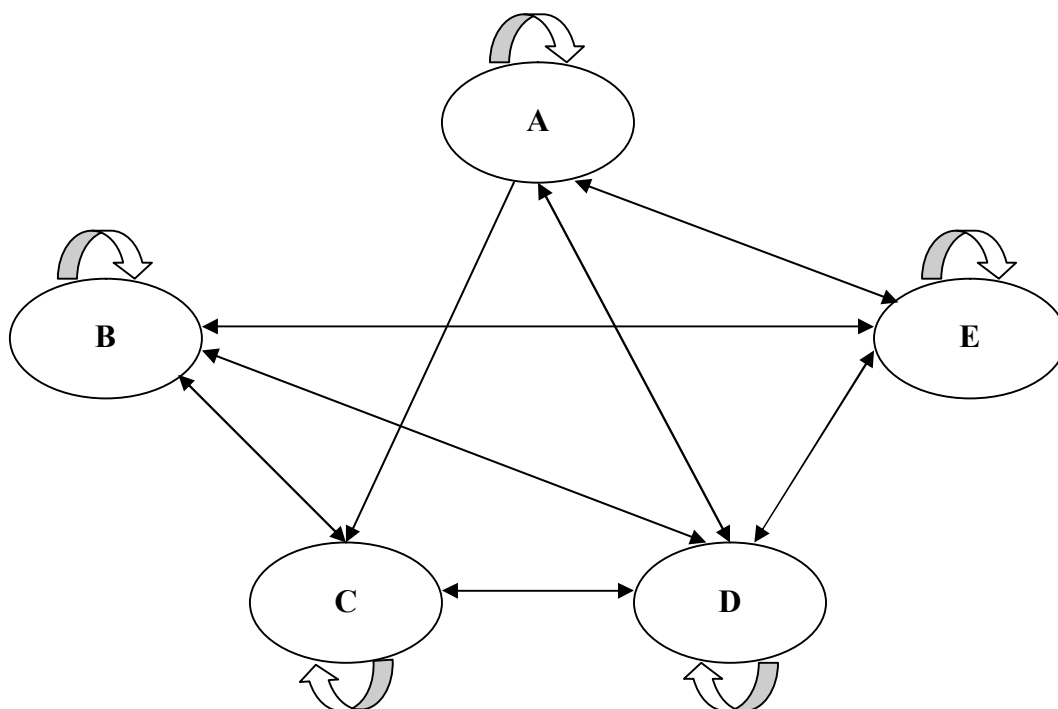


圖 3-1 網路關聯圖

註：「迴圈 (loop)」表示「內部相依」；「箭頭」表示「外部相依」

中原大學

## 第四章 研究方法

首先，本研究透過文獻探討，建構雛型架構，再進行專家訪談，建構正式架構。之後，透過網路程序分析法 (Analytic Network Process; ANP) 求得構面與準則之權重，並分析關鍵構面與關鍵準則。接續，透過模糊語意詞解模糊，並與準則權重相乘，以求得每位顧客對其所居住之民宿之綜合績效值，進而得知民宿之整體表現。

### 第一節 網路程序分析法 (Analytic Network Process; ANP)

層級分析法 (Analytic Hierarchy Process; AHP) 係為一多準則評估方法 (Saaty, 1980)。AHP 主要應用於不確定情況下及具有多個評估準則之決策問題上，並將決策問題分解為垂直階層之關係，在問題求解之過程中，AHP 假設每一階層之要素均須相互獨立 (independence)，並將複雜之問題系統化 (systematize) 以進行評估 (鄧振源，2005)。然而，事實上，有許多決策問題不能只用單純層級之關係加以建構 (Saaty, 1996)，換言之，現實生活中之問題時常存在相依性 (dependence) 或回饋 (feedback) 關係，隨著問題愈大，關係也愈錯綜複雜，此時若再使用獨立性之假設，則有可能過度簡化問題，致使評估結果產生偏差 (鄧振源，2005)。據此，Saaty (1996) 便提出網路程序分析法 (Analytic Network Process; ANP)，並建議使用 ANP 解決具有相依性之問題 (Saaty, 2001)。同時，AHP 與 ANP 之差異如表 4-1、圖 4-1 與圖 4-2 所示 (鄧振源，2005)。

表 4-1 AHP 與 ANP 之比較

性質	AHP	ANP
要素間關係	相互獨立，且假設影響方向只能由上而下	可為相互依賴
結構特性	線性層級網路	非線性網路
回饋關係	無回饋	可存在回饋
權重計算	成對比較矩陣	超矩陣
要素比較基礎	最終目標	指定評估項目

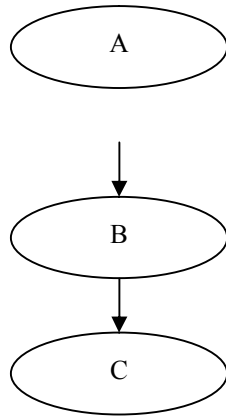


圖 4-1 AHP

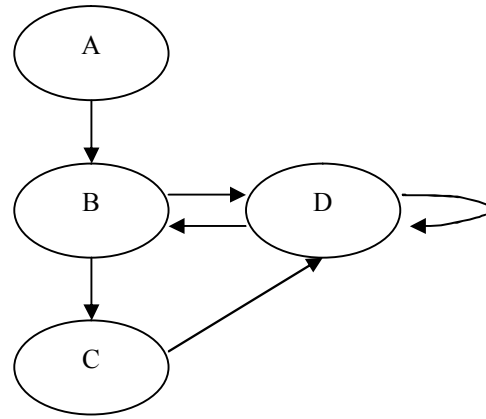


圖 4-2 ANP

ANP 包含四個主要的步驟 (Meade and Sarkis, 1999; Saaty, 2001)：

#### 步驟一：模型建構與問題結構 (Model Construction and Problem Structuring)

1. 清楚描述整個問題，並決定影響問題之所有因素。
2. 建構網路圖。

#### 步驟二：兩兩比較矩陣與優先權向量 (Pairwise Comparisons Matrices and Priority Vectors)

1. 產生群組優先權矩陣。
2. 就相依之元素間，進行成對比較，並產生優先權向量。

#### 步驟三：超級矩陣之形成 (Supermatrix Formation)

1. 將所有的優先權向量放置於超級矩陣中之適當位置。
2. 將未加權超級矩陣轉換為加權超級矩陣。
3. 由加權超級矩陣計算出極限超級矩陣。

#### 步驟四：選擇最佳方案 (Selection of Best Alternatives)

1. 就極限超級矩陣中之各個區塊 (block) 進行正規化。
2. 由正規化後之極限超級矩陣讀出各群組（準則）與元素（替代方案）之相對權重。

而於本研究，因無方案評選，故僅進行至步驟三。

本研究以一例子來說明未加權 (unweighted) 超級矩陣、加權 (weighted) 超級矩陣與極限 (limiting) 超級矩陣。首先，透過 *Super Decisions* 軟體，以確定每一兩兩比較矩陣之 C.I. (Consistency Index) 符合小於 0.1 之標準 (Saaty, 1980)。之後，再透過 *Super*

*Decisions* 以求得未加權矩陣(如表 4-2 與表 4-5 所示)、加權矩陣(如表 4-3 與表 4-6 所示)、與極限矩陣(如表 4-4 與表 4-7 所示)。最後,再將極限矩陣之數值透過算術平均法,以求得平均權重與排序(如表 4-8 所示)。此外,未加權超級矩陣之行值可能不符合行隨機 (column-stochastic) 原則,即行加總不為 1,以表 4-2 為例,「A」之行總和為「3」,同時,此行表示在 A 構面下,A 構面、D 構面與 E 構面進行兩兩比較;加權超級矩陣則針對行加總不為 1 之評估矩陣分別給予相對重要性權重,即可得到加權超級矩陣;極限超級矩陣則將加權超級矩陣自我相乘至相依關係收斂,以得到要素間之相對權重為止 (Saaty, 1996)。

表 4-2 未加權矩陣 (甲)

構面	A	B	C	D	E
A	1		1	1	1
B		1	1	1	1
C		1	1	1	
D	1	1	1	1	1
E	1	1		1	1

表 4-3 加權矩陣 (甲)

構面	A	B	C	D	E
A	0.4286		0.2500	0.2727	0.2500
B		0.3750	0.2500	0.2727	0.2500
C		0.1250	0.2500	0.0909	
D	0.4286	0.3750	0.2500	0.2727	0.2500
E	0.1429	0.1250		0.0909	0.2500

表 4-4 極限矩陣 (甲)

構面	A	B	C	D	E
A	0.2452	0.2452	0.2452	0.2452	0.2452
B	0.2242	0.2242	0.2242	0.2242	0.2242
C	0.0773	0.0773	0.0773	0.0773	0.0773
D	0.3293	0.3293	0.3293	0.3293	0.3293
E	0.1240	0.1240	0.1240	0.1240	0.1240

表 4-5 未加權矩陣（乙）

構面	A	B	C	D	E
A	1		1	1	1
B		1	1	1	1
C		1	1	1	
D	1	1	1	1	1
E	1	1		1	1

表 4-6 加權矩陣（乙）

構面	A	B	C	D	E
A	0.4286		0.3000	0.1290	0.1250
B		0.5222	0.3000	0.3435	0.3750
C		0.1998	0.3000	0.1290	
D	0.4286	0.1998	0.1000	0.3435	0.1250
E	0.1429	0.0781		0.0551	0.3750

表 4-7 極限矩陣（乙）

構面	A	B	C	D	E
A	0.1548	0.1548	0.1548	0.1548	0.1548
B	0.3497	0.3497	0.3497	0.3497	0.3497
C	0.1457	0.1457	0.1457	0.1457	0.1457
D	0.2489	0.2489	0.2489	0.2489	0.2489
E	0.1010	0.1010	0.1010	0.1010	0.1010

由表 4-8 可知，構面之排序為  $D > B > A > E > C$ 。

表 4-8 平均權重與排序

構面	極限矩陣數值 (甲)	極限矩陣數值 (乙)	平均權重 $1/2$ (甲+乙)	排序
A	0.2452	0.1548	0.2000	3
B	0.2242	0.3497	0.2870	2
C	0.0773	0.1457	0.1115	5
D	0.3293	0.2489	0.2891	1
E	0.1240	0.1010	0.1125	4

## 第二節 模糊理論 (Fuzzy Theory)

模糊集合理論 (Fuzzy Sets Theory) 係由 Zadeh 於 1965 年所提出，主要係透過量化方法來處理主觀上之不確定性。Zadeh (1965) 認為人之想法、推論與感知基本上具有相當程度之模糊性，因此必須透過模糊之邏輯概念來描述事物之優劣與情況，以彌補傳統集合以二值邏輯（「屬於」與「不屬於」）描述事物之缺點。模糊理論使用隸屬函數 (membership function) 描述模糊集合，以求得某一元素隸屬於此一模糊集合之隸屬程度 (membership degree)。隸屬程度係用來描述該元素隸屬於模糊集合於程度上之強弱，其範圍介於 0 到 1 之間，若某一元素隸屬於某一集合之程度愈大，則其隸屬程度越接近 1，反之亦然。同時，模糊集合理論允許某一元素對於某一集合之隸屬程度可介於 0 到 1 之間之任意值，因此「模糊集合」也是傳統明確集合之一種推廣型式。傳統明確集合與模糊集合之最大差異在於前者之隸屬函數係唯一的，而後者可有無限多種，因此，模糊系統可藉由調整其隸屬函數之特性，而達到傳統明確集合所不能達到之適應性。

### 一、模糊數 (Fuzzy Numbers)

模糊數係指實數之模糊子集合。對於實數  $R$  而言，若某一模糊集合為  $\tilde{A}$ ，其區域之連續正規化隸屬函數則稱為此模糊集合之模糊數。設  $\tilde{A}$  之隸屬函數為  $\mu_{\tilde{A}}(X): R \rightarrow [0,1]$ ，當  $\tilde{A}$  為模糊數時，則須滿足以下條件 (Dubois and Prade, 1980):

1.  $\mu_{\tilde{A}}(x)$  為凸 (convex) 函數；

2.  $\mu_{\tilde{A}}(x)$  為正規 (normal)，換言之，存在一實數 (real number)  $x_0$ ，其使  $\mu_{\tilde{A}}(x_0)=1$ ；

3.  $\mu_{\tilde{A}}(x)$  為區段連續 (piecewise continuous)。

模糊數通常以三角型、梯型、直線型及鐘塔型來表示，其中又以三角模糊數 (triangular fuzzy number) 為最常使用，據此，本研究亦採用此模糊數。若三角模糊數為  $\mu_{\tilde{A}}(x)=(l,m,u)$ ，則圖 4-3 代表該三角模糊數之隸屬函數。



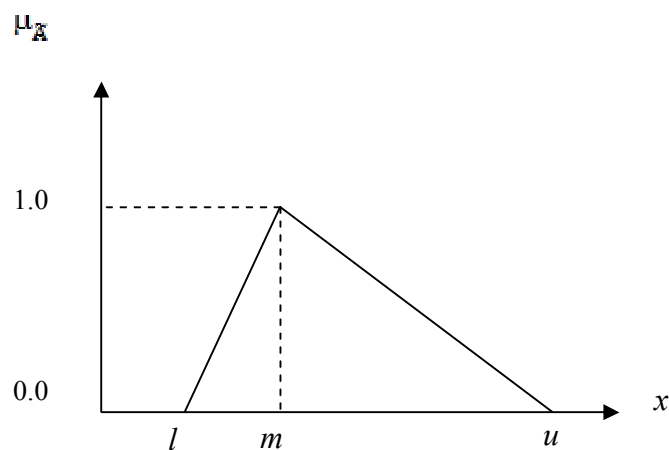


圖 4-3 三角模糊數之隸屬函數

三角模糊數以下列式子來定義：

$$\mu_{\tilde{A}}(x) = \begin{cases} 0, & x < l \\ (x-l)/(m-l), & l \leq x \leq m \\ (u-x)/(u-m), & m \leq x \leq u \\ 0, & x > u \end{cases} \quad (1)$$

模糊數之運算法則為：假設有兩組模糊數  $\tilde{A} = (l_1, m_1, u_1)$  與  $\tilde{O} = (l_2, m_2, u_2)$ ，則：

### 1. 加法 (addition)

$$\tilde{A} \oplus \tilde{O} = (l_1 + l_2, m_1 + m_2, u_1 + u_2) \quad (2)$$

### 2. 減法 (subtraction)

$$\tilde{A} \ominus \tilde{O} = (l_1 - l_2, m_1 - m_2, u_1 - u_2) \quad (3)$$

### 3. 乘法 (multiplication)：

$$\tilde{A} \otimes \tilde{O} = (l_1 l_2, m_1 m_2, u_1 u_2) \quad (4)$$

#### 4. 常數 (scalar)

$$k\tilde{A} = k(l_l, m_l, u_l) = (kl_l, km_l, ku_l), \text{ 其中 } k > 0, k \in R \quad (5)$$

#### 5. 倒數 (inverse)

$$\tilde{A}^{-1} = (l_l, m_l, u_l)^{-1} = (1/l_l, 1/m_l, 1/u_l) \quad (6)$$

### 二、語意值 (Linguistic Value)

李克特 (Likert) 六點尺度 (six-point scale) 包含「非常不滿意」、「不滿意」、「稍微不滿意」、「稍微滿意」、「滿意」與「非常滿意」等語意值，且在準則績效值之處理上，通常將上述六點尺度分別轉換為 1、2、3、4、5、6 分，但此種由偏好感認轉換成明確分數之方式，忽略受訪者於主觀認知上之不確定性 (cognitive uncertainty)。由於模糊集合 (fuzzy sets) 可處理此類問題，因此使用此方法於受訪者在語意值之主觀感認值係為合理的。每一語意值皆可呈現為三角模糊數  $(l, m, u)$ ，同時，本研究將其範圍界定為 0 至 100，並透過表 4-9 來說明李克特 (Likert) 六點尺度 (six-point scale) 與三角模糊數之對應值。

表 4-9 李克特量表與模糊數之語意值

語意值	李克特量表	模糊數
非常不滿意	1	(0, 0, 20)
不滿意	2	(0, 20, 40)
稍微不滿意	3	(20, 40, 60)
稍微滿意	4	(40, 60, 80)
滿意	5	(60, 80, 100)
非常滿意	6	(80, 100, 100)

### 三、去模糊化 (Defuzzification)

在綜合績效值 (synthetic performance value) 之運算上，通常將模糊數轉換為一明確數值，此過程即為去模糊化 (Defuzzification)，又稱為語意—數值轉換 (linguistic-numerical transformation) (Delgado et al., 1998)。以表 4-9 為例，其「不滿意」係以“20”  $((0 + 20 + 40)/3)$  表示之，其他以此類推。另一方面，於本研究中，準則之平均績效值算法為：假設有甲、乙兩位受訪者皆針對相同的某準則進行評估，若甲認為「不滿意」，其對應值為 (0, 30, 60)，而乙認為「滿意」，其對應值為 (60, 80, 100)，則兩

位受訪者在此準則之平均績效值為： $1/2((0, 30, 60) + (60, 80, 100)) = (30, 55, 80)$ ，其去模糊值為  $1/3(30 + 55 + 80) = 55$ 。此外，對於「重要度」之計算上，因 Saaty 所提出之量表為九點尺度，因此，須先將消費者所給予之分數轉換至 1-9 之間，而算法為「(分數  $\times 0.08$ ) + 1」，再進行解模糊。如某消費者認為「絕強」為 (70, 100, 100)，則須先轉換數值，即  $[(70 \times 0.08) + 1], [(100 \times 0.08) + 1], [(100 \times 0.08) + 1] = (6.6, 9, 9)$ ，再取平均值，即  $1/3 (6.6 + 9 + 9) = 8.2$ 。

### 第三節 抽樣與問卷設計

#### 一、抽樣

本研究針對二十三家民宿（苗栗縣—舞螢民宿、雲莊空間密碼民宿、巧克力工坊、戀戀山水農莊、攬月莊民宿、福田瓦舍、土牧驛健康農莊；南投縣—青蛙丫婆ㄟ家、富豪群渡假民宿、靜心園鄉居民宿、清平樂村居；屏東縣—花園紅了民宿、海閣旅店民宿、海灘戀情民宿、亞維儂民宿、二手童話民宿、山芙蓉民宿、星苑民宿；花蓮縣—琉金穗月田園民宿、峇里情人渡假別墅民宿、檜木居、金澤居、雲山水 Villa Home 民宿）進行發放問卷，每家民宿發放一至三份不等之經營者問卷（視民宿主人願意填答之份數而定）與三十份之消費者問卷，共 723 份，有效問卷回收率為 35 %（如表 4-10 所示）。此外，問卷調查時間係以暑假（2012/06~2012/09）為主。

#### 二、問卷設計

本研究之問卷共包含八部份（如附錄二所示），分述如下：

（一）**住宿滿意度**：請消費者針對當晚所居住之感受進行評分，並以李克特尺度 (Likert Scale) 進行衡量，「6」代表「非常滿意」，「5」代表「滿意」，「4」代表「稍微滿意」，「3」代表「稍微不滿意」，「2」代表「不滿意」，「1」代表「非常不滿意」。

（二）**住宿滿意度之總分**：請消費者針對當晚所居住之感受給予一整體分數，範圍為 0 - 100 分，「0」代表「非常不滿意」，「100」代表「非常滿意」。

（三）**構面與準則之重要性**：請消費者針對每一構面／準則給予一重要性程度分數，範圍為 1 - 10，並允許有小數點，「1」代表「非常不重要」，「10」代表「非常重要」。

（四）**滿意度語意值**：因「0」代表「非常不滿意」，「100」代表「非常滿意」，因此，消費者僅須針對「不滿意」、「稍微不滿意」、「稍微滿意」與「滿意」給予一數值，範圍為 1 - 99。

（五）**重要度語意值**：因「0」代表「非常不重要」，「100」代表「絕對重要」，因此，消費者僅須針對「稍微重要」、「頗重要」、「極重要」與「各中間值」給予一數值，範圍為 1 - 99。

（六）**基本資料**：包含性別、年齡、婚姻狀況、職業、教育程度與平均月收入等。

（七）**ANP 問卷**：此部份針對具有關聯性之構面／準則，進行兩兩比較。

（八）**建議**：請消費者針對當晚所居住之民宿，給予改善之建議。

表 4-10 問卷回收分佈表

地 區	民宿 代號	業 者				消 費 者			
		發放	有效	無效	空白	發放	有效	無效	空白
苗 栗 縣	A	2	1	0	1		3	4	23
	B	2	2	0	0		11	14	5
	C	2	2	0	0		10	19	1
	D	1	1	0	0	30	1	1	28
	E	2	2	0	0		27	3	0
	F	1	1	0	0		12	0	18
	G	3	3	0	0		30	0	0
小 計		13	12	0	1	210	94	41	75
有效回收率		92 %					45 %		
南 投 縣	H	2	2	0	0		25	5	0
	I	1	1	0	0	30	5	6	19
	J	1	1	0	0		3	8	19
	K	1	1	0	0		10	3	17
小 計		5	5	0	0	120	43	22	55
有效回收率		100 %					36 %		
屏 東 縣	L	1	1	0	0		4	0	26
	M	1	1	0	0		2	13	15
	N	1	1	0	0		2	0	28
	O	1	1	0	0	30	30	0	0
	P	1	1	0	0		9	1	20
	Q	1	1	0	0		1	1	28*
	R	1	0	0	1		0	12	18
小 計		7	6	0	1	210	48	27	135
有效回收率		86 %					23 %		
花 蓮 縣	S	1	1	0	0		6	0	24
	T	2	2	0	0		16	4	10
	U	2	2	0	0	30	6	3	21
	V	2	1	1	0		13	17	0
	W	1	1	0	0		16	5	9
小 計		8	7	1	0	150	57	29	64
有效回收率		88 %					38 %		
合 計		33	30	1	2	690	242	119	329
整體有效回收率		91 %					35 %		

註：「\*」因颱風來襲，導致問卷全濕，無法填答與回收。

#### 第四節 效度與信度之分析

本研究透過文獻探討建構雛型架構，之後，再透過專家訪談，進而建構正式架構，因此，於效度上，具有內容效度與專家效度。同時，本研究利用 Cronbach's  $\alpha$  係數進行衡量量表信度。Cronbach (1951) 指出  $\alpha$  係數小於 0.35 為低信度，介於 0.35 到 0.7 之間為中信度，而大於 0.7 以上則為高信度。結果顯示，所有構面之 Cronbach's  $\alpha$  係數皆達 0.8 以上（如表 4-11 所示），顯示具有良好信度。

表 4-11 構面之 Cronbach's  $\alpha$  係數

構面	Cronbach's $\alpha$
建築環境與特色 (A)	0.89
服務品質 (B)	0.80
民宿設施 (C)	0.85
民宿經營與管理 (D)	0.91
民宿精神與社區共榮 (E)	0.90



中原大學

## 第五章 研究結果分析

### 第一節 人口統計變項分析

由表 5-1 可知，以「性別」來說，「苗栗」與「花蓮」係以「女性」居多，各占 59.6% 與 50.9%，而「南投」與「屏東」則係以「男性」居多，各占 51.2% 與 58.3%，整體來說，係以「女性」居多，占 52.1%。以「年齡」來說，「苗栗」、「南投」、「屏東」與「花蓮」皆係以「21-40 歲」居多，各占 66.0%、55.8%、64.6% 與 70.2%，整體來說，係占 64.9%。以「婚姻狀態」來說，「苗栗」、「南投」、「屏東」與「花蓮」皆係以「單身」居多，各占 50.0%、55.8%、72.9% 與 61.4%，整體來說，係占 58.3%。以「職業」來說，「苗栗」係以「服務業」居多，占 29.8%，「南投」、「屏東」與「花蓮」則皆係以「學生」居多，各占 32.6%、45.8% 與 19.3%，同時，「花蓮」亦以「商業／金融業」居多，占 19.3%，整體來說，係以「學生」居多，占 24.4%。以「教育程度」來說，「苗栗」、「南投」、「屏東」與「花蓮」皆係以「大學（大專）」居多，各占 68.1%、83.7%、64.6% 與 70.2%，整體來說，係占 70.7%。以「平均月收入」來說，「苗栗」與「花蓮」皆係以「20,001-40,000 元」居多，各占 43.6% 與 40.4%，「屏東」係以「20,000 元（含）以下」居多，占 47.9%，而「南投」則係以「20,000 元（含）以下」與「20,001-40,000 元」居多，皆占 37.2%，整體來說，係以「20,001-40,000 元」居多，占 39.3%。

表 5-1 人口統計變項分析

項目		北區 (苗栗)	中區 (南投)	南區 (屏東)	東區 (花蓮)	整體
性別	男	38 (40.4%)	22 (51.2%)	28 (58.3%)	28 (49.1%)	116 (47.9%)
	女	56 (59.6%)	21 (48.8%)	20 (41.7%)	29 (50.9%)	126 (52.1%)
年齡	20 歲（含）以下	9 (9.6%)	8 (18.6%)	9 (18.8%)	6 (10.5%)	32 (13.2%)
	21-40 歲	62 (66.0%)	24 (55.8%)	31 (64.6%)	40 (70.2%)	157 (64.9%)
	41-60 歲	22 (23.4%)	11 (25.6%)	8 (16.7%)	11 (19.3)	52 (21.5%)
	61 歲（含）以上	1 (1.1%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (0.4%)

表 5-1 人口統計變項分析（續）

項目		北區 (苗栗)	中區 (南投)	南區 (屏東)	東區 (花蓮)	整體
婚姻狀態	已婚	44 (46.8%)	19 (44.2%)	13 (27.1%)	20 (35.1%)	96 (39.7%)
	單身	47 (50.0%)	24 (55.8%)	35 (72.9%)	35 (61.4%)	141 (58.3%)
	離婚	1 (1.1%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (3.5%)	3 (1.2%)
	喪偶	2 (2.1%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (0.8%)
職 業	軍公教	19 (20.2%)	6 (14.0%)	5 (10.4%)	10 (17.5%)	40 (16.5%)
	農漁工（製造）	5 (5.3%)	1 (2.3%)	1 (2.1%)	3 (5.3%)	10 (4.1%)
	服務業	28 (29.8%)	10 (23.3%)	11 (22.9%)	9 (15.8%)	58 (24.0%)
	商業／金融業	8 (8.5%)	6 (14.0%)	1 (2.1%)	11 (19.3%)	26 (10.7%)
	電子科技業	8 (8.5%)	0 (0%)	3 (6.3%)	7 (12.3%)	18 (7.4%)
	學生	12 (12.8%)	14 (32.6%)	22 (45.8%)	11 (19.3%)	59 (24.4%)
	家管	3 (3.2%)	2 (4.7%)	1 (2.1%)	2 (3.5%)	8 (3.3%)
	自由業	6 (6.4%)	4 (9.3%)	2 (4.2%)	3 (5.3%)	15 (6.2%)
	其他	5 (5.3%)	0 (0%)	2 (4.2%)	1 (1.8%)	8 (3.3%)
教育程度	國中（含）以下	4 (4.3%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1.8%)	5 (2.1%)
	高中（職）	10 (10.6%)	3 (7.0%)	4 (8.3%)	3 (5.3%)	20 (8.3%)
	大學（大專）	64 (68.1%)	36 (83.7%)	31 (64.6%)	40 (70.2%)	171 (70.7%)
	研究所（含）以上	16 (17.0%)	4 (9.3%)	13 (27.1%)	13 (22.8%)	46 (19.0%)

表 5-1 人口統計變項分析 (續)

項目		北區 (苗栗)	中區 (南投)	南區 (屏東)	東區 (花蓮)	整體
平均月收入	20,000 元 (含) 以下	23 (24.5%)	16 (37.2%)	23 (47.9%)	15 (26.3%)	77 (31.8%)
	20,001-40,000 元	41 (43.6%)	16 (37.2%)	15 (31.3%)	23 (40.4%)	95 (39.3%)
	40,0001-60,000 元	20 (21.3%)	9 (20.9%)	6 (12.5%)	8 (14.0%)	43 (17.8%)
	60,001 元 (含) 以上	10 (10.6%)	2 (4.7%)	4 (8.3%)	11 (19.3%)	27 (11.2%)

## 第二節 關鍵構面與關鍵準則之分析

此節係針對「民宿經營者」與「民宿消費者」所填答之兩兩比較問卷 (即問卷之第七部份—ANP 問卷)，並透過 *Super Decisions* 軟體，進行分析其關鍵構面與關鍵準則，並比較其差異。

### 一、關鍵構面

#### (一) 苗栗

由表 5-2 與表 5-3 可知，對於「關鍵構面」而言，以「民宿經營者」來說，其首重「民宿經營與管理 (D)」，其次為「建築環境與特色 (A)」與「民宿設施 (C)」，而相較之下，對於「服務品質 (B)」與「民宿精神與社區共榮 (E)」較不重視。然而，反觀「民宿消費者」，其亦首重「民宿經營與管理 (D)」，其次為「服務品質 (B)」與「建築環境與特色 (A)」，而相較之下，對於「民宿設施 (C)」與「民宿精神與社區共榮 (E)」較不重視。綜合上述，「民宿經營者」與「民宿消費者」皆最重視「民宿經營與管理 (D)」，且皆最不重視「民宿精神與社區共榮 (E)」。

#### (二) 南投

由表 5-4 與表 5-5 可知，對於「關鍵構面」而言，以「民宿經營者」來說，其首重「民宿經營與管理 (D)」，其次為「服務品質 (B)」與「建築環境與特色 (A)」，而相較之下，對於「民宿設施 (C)」與「民宿精神與社區共榮 (E)」較不重視。然而，反觀「民宿消費者」，其首重「服務品質 (B)」，其次為「民宿經營與管理 (D)」與「民宿設施 (C)」，而相較之下，對於「建築環境與特色 (A)」與「民宿精神與社區共榮 (E)」較不重視。綜合上述，「民宿經營者」與「民宿消費者」皆最重視「服務品質 (B)」與「民宿經營與管理 (D)」，且皆最不重視「民宿精神與社區共榮 (E)」。



### (三) 屏東

由表 5-6 與表 5-7 可知，對於「關鍵構面」而言，以「民宿經營者」來說，其首重「民宿經營與管理 (D)」，其次為「服務品質 (B)」與「建築環境與特色 (A)」，而相較之下，對於「民宿精神與社區共榮 (E)」與「民宿設施 (C)」較不重視。然而，反觀「民宿消費者」，其首重「服務品質 (B)」，其次為「民宿經營與管理 (D)」與「民宿設施 (C)」，而相較之下，對於「建築環境與特色 (A)」與「民宿精神與社區共榮 (E)」較不重視。綜合上述，「民宿經營者」與「民宿消費者」皆最重視「服務品質 (B)」與「民宿經營與管理 (D)」，同時，「民宿經營者」最不重視「民宿設施 (C)」，而「民宿消費者」最不重視「民宿精神與社區共榮 (E)」。

### (四) 花蓮

由表 5-8 與表 5-9 可知，對於「關鍵構面」而言，以「民宿經營者」來說，其首重「民宿經營與管理 (D)」，其次為「服務品質 (B)」與「建築環境與特色 (A)」，而相較之下，對於「民宿精神與社區共榮 (E)」與「民宿設施 (C)」較不重視。然而，反觀「民宿消費者」，其首重「服務品質 (B)」，其次為「民宿經營與管理 (D)」與「建築環境與特色 (A)」，而相較之下，對於「民宿設施 (C)」與「民宿精神與社區共榮 (E)」較不重視。綜合上述，「民宿經營者」與「民宿消費者」皆最重視「服務品質 (B)」與「民宿經營與管理 (D)」，同時，「民宿經營者」最不重視「民宿設施 (C)」，而「民宿消費者」最不重視「民宿精神與社區共榮 (E)」。

### (五) 整體

由表 5-10 與表 5-11 可知，對於「關鍵構面」而言，「民宿經營者」與「民宿消費者」之看法完全一致，其皆首重「民宿經營與管理 (D)」，其次為「服務品質 (B)」與「建築環境與特色 (A)」，而相較之下，對於「民宿設施 (C)」與「民宿精神與社區共榮 (E)」較不重視。綜合上述，「民宿經營者」與「民宿消費者」皆最重視「民宿經營與管理 (D)」，且皆最不重視「民宿精神與社區共榮 (E)」。

## 二、關鍵準則

### (一) 苗栗

由表 5-12 與表 5-13 可知，對於「關鍵準則」而言，以「民宿經營者」來說，其首重「充分利用自然通風 (A1)」，其次為「充足的自然採光 (A2)」、「客房舒適程度 (D2)」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客） (B1)」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮） (B4)」、「民宿經營特色（如原住民文化） (D6)」、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送） (B2)」、「安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4)」、「客房乾淨程度 (D1)」與「停車空間 (C2)」，而相較之下，對於「當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「炊事設備（如廚房） (C1)」、「主動對當地資源採取保護行動

(E5)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「醫療設施 (C4)」與「對社區生活品質之貢獻 (E4)」較不重視。

然而，反觀「民宿消費者」，其首重「客房舒適程度 (D2)」，其次為「安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4)」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客） (B1)」、「充分利用自然通風 (A1)」、「充足的自然採光 (A2)」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮） (B4)」、「客房隱私性 (D3)」、「整體環境清潔衛生程度 (D8)」、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送） (B2)」與「停車空間 (C2)」，而相較之下，對於「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「炊事設備（如廚房） (C1)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「房間主題特色（如海洋風） (D5)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「對社區生活品質之貢獻 (E4)」與「醫療設施 (C4)」較不重視。

綜合上述，可發現以「重視準則」來說，「民宿經營者」與「民宿消費者」之差異在於「民宿經營特色（如原住民文化） (D6)」(經營者排序為 6，而消費者為 11)、「客房乾淨程度 (D1)」(經營者排序為 9，而消費者為 12)、「客房隱私性 (D3)」(經營者排序為 11，而消費者為 7)與「整體環境清潔衛生程度 (D8)」(經營者排序為 13，而消費者為 8)，同時，以「不重視準則」來說，其差異在於「當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)」(經營者排序為 21，而消費者為 20)與「房間主題特色（如海洋風） (D5)」(經營者排序為 18，而消費者為 24)。此外，關鍵準則隸屬於關鍵構面中，換言之，結果係相呼應的。

## (二) 南投

由表 5-14 與表 5-15 可知，對於「關鍵準則」而言，以「民宿經營者」來說，其首重「安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4)」，其次為「民宿經營特色（如原住民文化） (D6)」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮） (B4)」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客） (B1)」、「客房隱私性 (D3)」、「客房乾淨程度 (D1)」、「客房舒適程度 (D2)」、「充足的自然採光 (A2)」、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送） (B2)」與「充分利用自然通風 (A1)」，而相較之下，對於「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「房間主題特色 (D5)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「炊事設備（如廚房） (C1)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「醫療設施 (C4)」與「對社區生活品質之貢獻 (E4)」較不重視。

然而，反觀「民宿消費者」，其首重「客房舒適程度 (D2)」，其次為「充分利用自然通風 (A1)」、「充足的自然採光 (A2)」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客） (B1)」、「安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4)」、「接駁服務（如提供免費的車站與

民宿之往返接送) (B2)」、「餐飲之服務與品質(如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮) (B4)」、「客房隱私性 (D3)」、「停車空間 (C2)」與「客房乾淨程度 (D1)」，而相較之下，對於「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「炊事設備(如廚房) (C1)」、「房間主題特色(如海洋風) (D5)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「醫療設施 (C4)」與「對社區生活品質之貢獻 (E4)」較不重視。

綜合上述，可發現以「重視準則」來說，「民宿經營者」與「民宿消費者」之差異在於「民宿經營特色(如原住民文化) (D6)」(經營者排序為 2，而消費者為 11)與「停車空間 (C2)」(經營者排序為 11，而消費者為 9)，同時，以「不重視準則」來說，其結果係相同的，僅於排序上有所差異。此外，關鍵準則隸屬於關鍵構面中，換言之，結果係相呼應的。

### (三) 屏東

由表 5-16 與表 5-17 可知，對於「關鍵準則」而言，以「民宿經營者」來說，其首重「安全性(顧客平安保險、客房安全) (D4)」，其次為「客房隱私性 (D3)」、「充分利用自然通風 (A1)」、「充足的自然採光 (A2)」、「客房舒適程度 (D2)」、「民宿經營特色(如原住民文化) (D6)」、「客房乾淨程度 (D1)」、「使用不具毒害的自然塗料 (A3)」、「服務態度(如接待服務、以同理心對待顧客) (B1)」與「接駁服務(如提供免費的車站與民宿之往返接送) (B2)」，而相較之下，對於「資訊諮詢服務(如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線) (B3)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「房間主題特色 (D5)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「炊事設備(如廚房) (C1)」、「對社區生活品質之貢獻 (E4)」與「醫療設施 (C4)」較不重視。

然而，反觀「民宿消費者」，其首重「客房舒適程度 (D2)」，其次為「充分利用自然通風 (A1)」、「充足的自然採光 (A2)」、「服務態度(如接待服務、以同理心對待顧客) (B1)」、「安全性(顧客平安保險、客房安全) (D4)」、「餐飲之服務與品質(如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮) (B4)」、「客房隱私性 (D3)」、「客房乾淨程度 (D1)」、「接駁服務(如提供免費的車站與民宿之往返接送) (B2)」與「整體環境清潔衛生程度 (D8)」，而相較之下，對於「當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)」、「炊事設備(如廚房) (C1)」、「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「對社區生活品質之貢獻 (E4)」與「醫療設施 (C4)」較不重視。

綜合上述，可發現以「重視準則」來說，「民宿經營者」與「民宿消費者」之差異在於「民宿經營特色(如原住民文化) (D6)」(經營者排序為 6，而消費者為 12)、「使

用不具毒害的自然塗料 (A3)」(經營者排序為 8，而消費者為 14)、「餐飲之服務與品質 (如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮) (B4)」(經營者排序為 11，而消費者為 6)與「整體環境清潔衛生程度 (D8)」(經營者排序為 13，而消費者為 10)，同時，以「不重視準則」來說，其差異在於「資訊諮詢服務 (如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線) (B3)」(經營者排序為 21，而消費者為 19)、「房間主題特色 (D5)」(經營者排序為 25，而消費者為 20)、「當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)」(經營者排序為 20，而消費者為 21)與「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」(經營者排序為 19，而消費者為 23)。此外，關鍵準則隸屬於關鍵構面中，換言之，結果係相呼應的。

#### (四) 花蓮

由表 5-18 與表 5-19 可知，對於「關鍵準則」而言，以「民宿經營者」來說，其首重「充分利用自然通風 (A1)」，其次為「充足的自然採光 (A2)」、「客房舒適程度 (D2)」、「客房乾淨程度 (D1)」、「安全性 (顧客平安保險、客房安全) (D4)」、「客房隱私性 (D3)」、「民宿經營特色 (如原住民文化) (D6)」、「服務態度 (如接待服務、以同理心對待顧客) (B1)」、「餐飲之服務與品質 (如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮 (B4))」與「使用不具毒害的自然塗料 (A3)」，而相較之下，對於「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「資訊諮詢服務 (如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線) (B3)」、「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「炊事設備 (如廚房) (C1)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「醫療設施 (C4)」與「對社區生活品質之貢獻 (E4)」較不重視。

然而，反觀「民宿消費者」，其首重「充分利用自然通風 (A1)」，其次為「充足的自然採光 (A2)」、「客房舒適程度 (D2)」、「服務態度 (如接待服務、以同理心對待顧客) (B1)」、「餐飲之服務與品質 (如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮) (B4)」、「客房乾淨程度 (D1)」、「整體環境清潔衛生程度 (D8)」、「安全性 (顧客平安保險、客房安全) (D4)」、「客房隱私性 (D3)」與「民宿經營特色 (如原住民文化) (D6)」，而相較之下，對於「房間主題特色 (如海洋風) (D5)」、「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「炊事設備 (如廚房) (C1)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「對社區生活品質之貢獻 (E4)」與「醫療設施 (C4)」較不重視。

綜合上述，可發現以「重視準則」來說，「民宿經營者」與「民宿消費者」之差異在於「使用不具毒害的自然塗料 (A3)」(經營者排序為 10，而消費者為 17)與「整體環境清潔衛生程度 (D8)」(經營者排序為 12，而消費者為 7)，同時，以「不重視準則」來說，其差異在於「資訊諮詢服務 (如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線) (B3)」(經營者排序為 22，而消費者為 19)、「當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)」(經營者排序為 24，而消費者為 20)、「房間主題特色 (D5)」(經營者排序為 18，而消費者為 21)與

「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」(經營者排序為 20，而消費者為 25)。此外，關鍵準則隸屬於關鍵構面中，換言之，結果係相呼應的。

### (五) 整體

由表 5-20 與表 5-21 可知，對於「關鍵準則」而言，以「民宿經營者」來說，其首重「充分利用自然通風 (A1)」，其次為「安全性 (顧客平安保險、客房安全) (D4)」、「充足的自然採光 (A2)」、「客房舒適程度 (D2)」、「客房乾淨程度 (D1)」、「客房隱私性 (D3)」、「民宿經營特色 (如原住民文化) (D6)」、「服務態度 (如接待服務、以同理心對待顧客) (B1)」、「餐飲之服務與品質 (如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮 (B4))」與「接駁服務 (如提供免費的車站與民宿之往返接送) (B2)」，而相較之下，對於「當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)」、「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「炊事設備 (如廚房) (C1)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「醫療設施 (C4)」與「對社區生活品質之貢獻 (E4)」較不重視。

然而，反觀「民宿消費者」，其首重「客房舒適程度 (D2)」，其次為「充分利用自然通風 (A1)」、「充足的自然採光 (A2)」、「服務態度 (如接待服務、以同理心對待顧客) (B1)」、「安全性 (顧客平安保險、客房安全) (D4)」、「餐飲之服務與品質 (如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮) (B4)」、「客房隱私性 (D3)」、「接駁服務 (如提供免費的車站與民宿之往返接送) (B2)」、「客房乾淨程度 (D1)」與「整體環境清潔衛生程度 (D8)」，而相較之下，對於「房間主題特色 (如海洋風) (D5)」、「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「炊事設備 (如廚房) (C1)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「對社區生活品質之貢獻 (E4)」與「醫療設施 (C4)」較不重視。

綜合上述，可發現以「重視準則」來說，「民宿經營者」與「民宿消費者」之差異在於「民宿經營特色 (如原住民文化) (D6)」(經營者排序為 7，而消費者為 12) 與「整體環境清潔衛生程度 (D8)」(經營者排序為 14，而消費者為 10)，同時，以「不重視準則」來說，其差異在於「當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)」(經營者排序為 21，而消費者為 20) 與「房間主題特色 (D5)」(經營者排序為 19，而消費者為 21)。此外，關鍵準則隸屬於關鍵構面中，換言之，結果係相呼應的。

表 5-2 苗栗之民宿經營者之構面排序

構面	民宿經營者											平均值	排序	
	A	B1	B2	C1	C2	D	E1	E2	F	G1	G2			G3
A	0.3598	0.3039	0.1887	0.2338	0.2817	0.3326	0.2401	0.2300	0.2704	0.1231	0.1884	0.1234	0.2396	2
B	0.1414	0.1835	0.1774	0.2296	0.1575	0.1233	0.2551	0.2723	0.1797	0.2239	0.1515	0.2307	0.1938	4
C	0.1221	0.1470	0.2475	0.1757	0.2304	0.2201	0.2448	0.1312	0.0663	0.2615	0.2294	0.2745	0.1959	3
D	0.2528	0.2499	0.2339	0.2558	0.2254	0.2424	0.1777	0.2374	0.2316	0.3311	0.3422	0.2717	0.2543	1
E	0.1240	0.1156	0.1525	0.1051	0.1051	0.0815	0.0823	0.1292	0.2521	0.0604	0.0885	0.0998	0.1163	5

註：A—建築環境與特色；B—服務品質；C—民宿設施；D—民宿經營與管理；E—民宿精神與社區共榮。

表 5-3 苗栗之民宿消費者之構面排序

構面	民宿消費者																
	A1	A2	A3	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	C1	C2	
A	0.2473	0.3594	0.3671	0.1331	0.1442	0.2555	0.3891	0.1483	0.2080	0.0912	0.1506	0.1448	0.1736	0.3737	0.3574	0.2774	
B	0.2019	0.1423	0.1202	0.3075	0.3217	0.1637	0.0831	0.1082	0.1783	0.3416	0.3100	0.2388	0.2911	0.1083	0.1426	0.1725	
C	0.1764	0.0808	0.1466	0.2508	0.2511	0.2005	0.1015	0.1158	0.1993	0.2698	0.2596	0.2519	0.1602	0.1407	0.1232	0.2197	
D	0.2726	0.2907	0.2361	0.2206	0.1928	0.2600	0.2524	0.3024	0.2938	0.2156	0.1971	0.2689	0.2751	0.2542	0.2526	0.2305	
E	0.1020	0.1269	0.1300	0.0880	0.0904	0.1202	0.1740	0.3253	0.1207	0.0819	0.0828	0.0956	0.1001	0.1232	0.1243	0.1000	

構面	民宿消費者																
	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	
A	0.1876	0.1521	0.3657	0.3666	0.3598	0.0597	0.1423	0.3664	0.3072	0.0774	0.0936	0.1147	0.2083	0.2083	0.2102	0.0941	
B	0.2555	0.3208	0.1397	0.1139	0.1414	0.3543	0.3057	0.1374	0.1792	0.3443	0.3021	0.3027	0.1852	0.1852	0.2242	0.4220	
C	0.1277	0.1111	0.1217	0.1467	0.1221	0.2433	0.2317	0.1292	0.1516	0.1745	0.2100	0.2085	0.1296	0.1296	0.1780	0.2294	
D	0.2699	0.2917	0.2595	0.2533	0.2528	0.2233	0.2012	0.2452	0.2377	0.3360	0.2924	0.2997	0.2546	0.2546	0.2027	0.1825	
E	0.1593	0.1243	0.1135	0.1195	0.1240	0.1194	0.1190	0.1218	0.1243	0.0679	0.1019	0.0744	0.2222	0.2222	0.1849	0.0719	

表 5-3 苗栗之民宿消費者之構面排序 (續)

構面	民宿消費者															
	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22	E23
A	0.1783	0.1260	0.1734	0.1541	0.1637	0.1756	0.1034	0.1550	0.1689	0.3474	0.1847	0.3475	0.1571	0.1554	0.0709	0.0912
B	0.2522	0.2897	0.3107	0.2815	0.3109	0.1836	0.3481	0.1894	0.3087	0.1122	0.1818	0.0939	0.2840	0.3178	0.3085	0.3416
C	0.0548	0.1816	0.2168	0.2850	0.2085	0.0649	0.1529	0.1770	0.1975	0.1374	0.1629	0.0841	0.2567	0.0821	0.1207	0.2698
D	0.2973	0.3483	0.2024	0.1919	0.1741	0.2977	0.2984	0.2804	0.2090	0.2353	0.2813	0.2979	0.2081	0.2986	0.4249	0.2156
E	0.2173	0.0544	0.0967	0.0876	0.1428	0.2783	0.0972	0.1981	0.1159	0.1677	0.1894	0.1766	0.0941	0.1461	0.0752	0.0819
構面	民宿消費者															
	E24	E25	E26	E27	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12
A	0.0937	0.3215	0.0943	0.2116	0.0925	0.1709	0.1580	0.1484	0.0929	0.0973	0.0912	0.2179	0.2207	0.1541	0.3229	0.1197
B	0.3386	0.1077	0.2514	0.2002	0.3421	0.2612	0.2701	0.3018	0.3409	0.2984	0.3416	0.2713	0.2604	0.2815	0.1597	0.2809
C	0.1807	0.2135	0.1265	0.1592	0.2702	0.1387	0.1238	0.1312	0.1803	0.3082	0.2698	0.1151	0.1135	0.2850	0.0880	0.2928
D	0.2977	0.2472	0.2829	0.3249	0.2131	0.2541	0.3491	0.3188	0.2975	0.2174	0.2156	0.2869	0.2964	0.1919	0.3077	0.2191
E	0.0893	0.1101	0.2449	0.1041	0.0821	0.1751	0.0991	0.0997	0.0885	0.0787	0.0819	0.1089	0.1090	0.0876	0.1216	0.0876
構面	民宿消費者															
	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16
A	0.2642	0.2382	0.2382	0.1284	0.2083	0.2102	0.0941	0.1783	0.1260	0.1734	0.1541	0.1637	0.0940	0.1767	0.2506	0.3132
B	0.2674	0.1945	0.1945	0.2624	0.1852	0.2242	0.4220	0.2522	0.2897	0.3107	0.2815	0.3109	0.2085	0.2640	0.2405	0.1825
C	0.1410	0.1690	0.1690	0.2784	0.1296	0.1780	0.2294	0.0548	0.1816	0.2168	0.2850	0.2085	0.0741	0.2157	0.0965	0.1462
D	0.1296	0.2966	0.2966	0.1999	0.2546	0.2027	0.1825	0.2973	0.3483	0.2024	0.1919	0.1741	0.2841	0.1906	0.2165	0.2411
E	0.1978	0.1017	0.1017	0.1309	0.2222	0.1849	0.0719	0.2173	0.0544	0.0967	0.0876	0.1428	0.3393	0.1531	0.1960	0.1171

表 5-3 苗栗之民宿消費者之構面排序 (續)

構面	民宿消費者														平均值	排序
	G17	G18	G19	G20	G21	G22	G23	G24	G25	G26	G27	G28	G29	G30		
A	0.3102	0.1847	0.3475	0.1571	0.1554	0.0709	0.2642	0.1617	0.2202	0.2061	0.1330	0.3206	0.1323	0.0988	0.1943	3
B	0.1763	0.1818	0.0939	0.2840	0.3178	0.3085	0.1657	0.2772	0.2050	0.2662	0.3008	0.1228	0.3405	0.3013	0.2447	2
C	0.1553	0.1629	0.0841	0.2567	0.0821	0.1207	0.1043	0.0641	0.1839	0.2098	0.2398	0.2074	0.2647	0.1800	0.1737	4
D	0.2477	0.2813	0.2979	0.2081	0.2986	0.4249	0.2808	0.3233	0.2625	0.1449	0.1930	0.2219	0.1950	0.3325	0.2561	1
E	0.1105	0.1894	0.1766	0.0941	0.1461	0.0752	0.1850	0.1737	0.1285	0.1730	0.1335	0.1274	0.0674	0.0876	0.1311	5

註：A—建築環境與特色；B—服務品質；C—民宿設施；D—民宿經營與管理；E—民宿精神與社區共榮。



中原大學



表 5-4 南投之民宿經營者之構面排序

構面	民宿經營者							平均值	排序
	H1	H2	I	J	K				
A	0.1248	0.1164	0.2120	0.2083	0.2382			0.1799	3
B	0.2765	0.3321	0.2019	0.1852	0.1945			0.2380	2
C	0.1930	0.2580	0.0549	0.1296	0.1690			0.1609	4
D	0.3344	0.1949	0.2725	0.2546	0.2966			0.2706	1
E	0.0713	0.0986	0.2588	0.2222	0.1017			0.1505	5

註：A—建築環境與特色；B—服務品質；C—民宿設施；D—民宿經營與管理；E—民宿精神與社區共榮。

表 5-5 南投之民宿消費者之構面排序

構面	民宿消費者															
	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	
	A	0.2083	0.1433	0.1539	0.1271	0.3404	0.1597	0.1357	0.0821	0.0878	0.0912	0.3753	0.1575	0.1097	0.2083	0.1075
	B	0.1852	0.2953	0.2749	0.2768	0.1546	0.2441	0.2859	0.3380	0.3194	0.3416	0.1046	0.2741	0.3392	0.1852	0.3389
	C	0.1296	0.2986	0.2907	0.1932	0.0423	0.1777	0.2477	0.2999	0.2291	0.2698	0.1108	0.2046	0.2671	0.1296	0.2610
	D	0.2546	0.2006	0.1943	0.3313	0.1555	0.2572	0.2328	0.1824	0.2735	0.2156	0.1608	0.2703	0.2045	0.2546	0.2023
	E	0.2222	0.0623	0.0862	0.0716	0.3072	0.1613	0.0979	0.0976	0.0903	0.0819	0.2485	0.0935	0.0795	0.2222	0.0903
構面	民宿消費者															
	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	I1	I2	I3	I4	I5	
	A	0.1131	0.0641	0.1541	0.3263	0.1558	0.1092	0.2083	0.3732	0.1658	0.0912	0.2042	0.1121	0.2042	0.2893	0.1321
	B	0.3091	0.2863	0.2815	0.1355	0.2919	0.2946	0.1852	0.1102	0.2876	0.3416	0.2168	0.1916	0.2168	0.0953	0.2998
	C	0.2959	0.1807	0.2850	0.1337	0.2933	0.3047	0.1296	0.1200	0.1245	0.2698	0.2027	0.2157	0.2027	0.1152	0.1755
	D	0.1972	0.3001	0.1919	0.1617	0.1952	0.2115	0.2546	0.1575	0.3211	0.2156	0.2563	0.2737	0.2563	0.2934	0.2817
	E	0.0848	0.1687	0.0876	0.2429	0.0639	0.0799	0.2222	0.2391	0.1011	0.0819	0.1200	0.2069	0.1200	0.2068	0.1110

表 5-5 南投之民宿消費者之構面排序 (續)

構面	民宿消費者										平均值	排序			
	J1	J2	J3	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7			K8	K9	K10
A	0.1756	0.1922	0.2074	0.2081	0.3199	0.2083	0.2409	0.1454	0.2915	0.3177	0.0897	0.2455	0.2718	0.1885	4
B	0.3098	0.2817	0.2651	0.1850	0.1659	0.1852	0.1482	0.2978	0.2433	0.1814	0.4035	0.0969	0.2528	0.2446	1
C	0.1253	0.1991	0.1849	0.1386	0.1326	0.1296	0.2173	0.2301	0.1410	0.1448	0.0770	0.2052	0.1397	0.1922	3
D	0.2858	0.2309	0.1724	0.2486	0.2485	0.2546	0.2915	0.2361	0.2097	0.2434	0.3823	0.3816	0.2673	0.2421	2
E	0.1036	0.0960	0.1701	0.2197	0.1331	0.2222	0.1022	0.0906	0.1146	0.1127	0.0475	0.0708	0.0685	0.1326	5

註：A—建築環境與特色；B—服務品質；C—民宿設施；D—民宿經營與管理；E—民宿精神與社區共榮。

表 5-6 屏東之民宿經營者之構面排序

構面	民宿經營者						平均值	排序
	L	M	N	O	P	Q		
A	0.1644	0.2473	0.2083	0.2083	0.2358	0.2327	0.2162	3
B	0.2846	0.2019	0.1852	0.1852	0.1925	0.2536	0.2171	2
C	0.0837	0.1764	0.1296	0.1296	0.1640	0.0546	0.1230	5
D	0.3259	0.2726	0.2546	0.2546	0.2936	0.2920	0.2822	1
E	0.1414	0.1020	0.2222	0.2222	0.1141	0.1671	0.1615	4

註：A—建築環境與特色；B—服務品質；C—民宿設施；D—民宿經營與管理；E—民宿精神與社區共榮。

表 5-7 屏東之民宿消費者之構面排序

構面	民宿消費者											
	L1	L2	L3	L4	M1	M2	N1	N2	O1	O2		
A	0.3594	0.1592	0.0912	0.0970	0.2051	0.2940	0.2120	0.1210	0.1737	0.1002		
B	0.1423	0.2721	0.3416	0.2982	0.1953	0.1108	0.2019	0.3233	0.3103	0.2838		
C	0.0808	0.1282	0.2698	0.3101	0.1484	0.1955	0.1646	0.2593	0.2036	0.2483		
D	0.2907	0.3414	0.2156	0.2169	0.2637	0.2872	0.2725	0.2173	0.1170	0.2856		
E	0.1269	0.0992	0.0819	0.0779	0.1875	0.1126	0.1491	0.0791	0.1954	0.0821		

表 5-8 屏東之民宿消費者之構面排序

構面	民宿消費者											
	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12		
A	0.1601	0.1433	0.2291	0.1541	0.3592	0.1471	0.2382	0.2382	0.1854	0.2025		
B	0.3157	0.3219	0.2541	0.2815	0.1737	0.3300	0.1945	0.1945	0.2577	0.2322		
C	0.2207	0.1313	0.1844	0.2850	0.1280	0.2588	0.1690	0.1690	0.3156	0.1998		
D	0.2089	0.3047	0.2276	0.1919	0.2446	0.1971	0.2966	0.2966	0.1448	0.2575		
E	0.0947	0.0988	0.1049	0.0876	0.0946	0.0669	0.1017	0.1017	0.0966	0.1080		

表 5-7 屏東之民宿消費者之構面排序 (續)

構面	民宿消費者									
	O13	O14	O15	O16	O17	O18	O19	O20	O21	O22
A	0.2336	0.1932	0.1489	0.2083	0.1270	0.0968	0.2474	0.2120	0.2395	0.3737
B	0.2797	0.1561	0.2836	0.1852	0.2742	0.2970	0.2029	0.2019	0.1955	0.1083
C	0.2546	0.2820	0.1724	0.1296	0.1928	0.3084	0.2406	0.0549	0.0496	0.1407
D	0.1622	0.2714	0.3035	0.2546	0.3369	0.2151	0.2227	0.2725	0.2297	0.2542
E	0.0699	0.0973	0.0916	0.2222	0.0691	0.0827	0.0863	0.2588	0.2857	0.1232
構面	民宿消費者									
	O23	O24	O25	O26	O27	O28	O29	O30	P1	P2
A	0.2313	0.1442	0.1554	0.2382	0.1576	0.1492	0.3670	0.1206	0.0912	0.1197
B	0.2056	0.3217	0.2648	0.1945	0.3165	0.3198	0.1241	0.2238	0.3416	0.3308
C	0.1435	0.2511	0.2418	0.1690	0.1287	0.2379	0.0955	0.0769	0.2698	0.1734
D	0.2126	0.1928	0.2165	0.2966	0.2964	0.1522	0.2700	0.3269	0.2156	0.2835
E	0.2069	0.0904	0.1215	0.1017	0.1009	0.1409	0.1435	0.2518	0.0819	0.0926
構面	民宿消費者									
	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	Q1	平均值	排序
A	0.1443	0.1433	0.1576	0.1110	0.0929	0.0929	0.0929	0.3035	0.1846	4
B	0.3167	0.3219	0.3165	0.3073	0.3409	0.3409	0.3409	0.1925	0.2571	1
C	0.1365	0.1313	0.1287	0.1765	0.1803	0.1803	0.1803	0.1507	0.1864	3
D	0.3053	0.3047	0.2964	0.3152	0.2975	0.2975	0.2975	0.2376	0.2545	2
E	0.0973	0.0988	0.1009	0.0899	0.0885	0.0885	0.0885	0.1157	0.1174	5

註：A－建築環境與特色；B－服務品質；C－民宿設施；D－民宿經營與管理；E－民宿精神與社區共榮。

表 5-8 花蓮之民宿經營者之構面排序

構面	民宿經營者							平均值	排序
	S	T1	T2	U1	U2	V	W		
A	0.3224	0.2416	0.2416	0.1098	0.2704	0.0860	0.2580	0.2185	3
B	0.1918	0.2159	0.2159	0.3013	0.1424	0.3435	0.1366	0.2211	2
C	0.1703	0.1473	0.1473	0.1091	0.0954	0.2418	0.0320	0.1348	5
D	0.2295	0.3257	0.3257	0.3483	0.3131	0.2385	0.2238	0.2864	1
E	0.0859	0.0695	0.0695	0.1315	0.1787	0.0902	0.3496	0.1393	4

註：A—建築環境與特色；B—服務品質；C—民宿設施；D—民宿經營與管理；E—民宿精神與社區共榮。

表 5-9 花蓮之民宿消費者之構面排序

構面	民宿消費者															
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	
A	0.2162	0.1042	0.0970	0.0392	0.2106	0.3224	0.2640	0.2694	0.1515	0.2135	0.2116	0.0774	0.1614	0.3548	0.06842	
B	0.1819	0.3367	0.2982	0.3610	0.2516	0.1918	0.2430	0.2712	0.2826	0.2743	0.2002	0.3443	0.3151	0.1118	0.32593	
C	0.2418	0.2652	0.3101	0.1923	0.2172	0.1703	0.1630	0.1245	0.2860	0.1964	0.1592	0.1745	0.1280	0.1458	0.23106	
D	0.2198	0.2100	0.2169	0.3196	0.2210	0.2295	0.2081	0.2539	0.1919	0.2133	0.3249	0.3360	0.2941	0.2644	0.28478	
E	0.1403	0.0840	0.0779	0.0879	0.0996	0.0859	0.1219	0.0811	0.0881	0.1026	0.1041	0.0679	0.1014	0.1232	0.08982	
構面	民宿消費者															
	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	U1	U2	U3	U4	U5	U6	V1	V2	
A	0.1697	0.0948	0.2620	0.2533	0.2160	0.2027	0.1580	0.2565	0.1206	0.2865	0.2871	0.3869	0.1492	0.1619	0.2417	
B	0.2814	0.3539	0.2131	0.2068	0.2304	0.2027	0.2504	0.2094	0.2140	0.1594	0.1913	0.1031	0.3198	0.3093	0.1668	
C	0.0651	0.1891	0.1172	0.1277	0.1915	0.1171	0.1250	0.1279	0.2638	0.1867	0.1595	0.0286	0.0523	0.2203	0.1394	
D	0.2787	0.2644	0.2655	0.3153	0.2065	0.2703	0.3160	0.2938	0.3327	0.2897	0.2764	0.2019	0.1522	0.2108	0.2669	
E	0.2052	0.0977	0.1421	0.0970	0.1556	0.2072	0.1506	0.1124	0.0688	0.0777	0.0856	0.2795	0.3265	0.0977	0.1852	

表 5-9 花蓮之民宿消費者之構面排序 (續)

構面	民宿消費者															
	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	W1	W2	W3	W4	W4
A	0.1424	0.1351	0.1058	0.1101	0.1338	0.0751	0.0751	0.1349	0.2413	0.1620	0.1524	0.3880	0.1343	0.0923	0.1325	0.1325
B	0.2578	0.3301	0.3362	0.3341	0.3255	0.3476	0.3476	0.3252	0.2492	0.3129	0.3201	0.0740	0.3143	0.3411	0.2564	0.2564
C	0.2726	0.1773	0.1021	0.0994	0.1232	0.2723	0.2723	0.2480	0.1681	0.1080	0.0555	0.1096	0.0980	0.1351	0.2442	0.2442
D	0.1949	0.2624	0.1470	0.1464	0.2761	0.2118	0.2118	0.1752	0.2337	0.2949	0.1421	0.3024	0.1262	0.2948	0.3182	0.3182
E	0.1323	0.0950	0.3090	0.3101	0.1413	0.0931	0.0931	0.1168	0.1077	0.1222	0.3300	0.1260	0.3272	0.1367	0.0487	0.0487
構面	民宿消費者															
	W5	W6	W7	W8	W9	W10	W11	W12	W13	W14	W15	W16	平均值		排序	
A	0.3197	0.1304	0.0760	0.1258	0.2223	0.3688	0.1442	0.2580	0.1819	0.3208	0.3605	0.2417	0.1925		3	
B	0.1418	0.2754	0.3553	0.3502	0.1734	0.1331	0.3217	0.1348	0.2457	0.1309	0.1399	0.1668	0.2534		1	
C	0.0866	0.1975	0.0663	0.1838	0.0984	0.0852	0.2511	0.1294	0.1699	0.0764	0.0522	0.1394	0.1603		4	
D	0.3315	0.2703	0.2020	0.2527	0.2805	0.2683	0.1928	0.1852	0.2828	0.3512	0.1881	0.2669	0.2481		2	
E	0.1204	0.1265	0.3003	0.0876	0.2255	0.1446	0.0904	0.2926	0.1198	0.1207	0.2592	0.1852	0.1457		5	

註：A－建築環境與特色；B－服務品質；C－民宿設施；D－民宿經營與管理；E－民宿精神與社區共榮。

表 5-10 整體之民宿經營者之構面排序

構面	民宿經營者				平均值	排序
	苗栗	南投	屏東	花蓮		
A	0.2396	0.1799	0.2162	0.2185	0.2136	3
B	0.1938	0.2380	0.2171	0.2211	0.2175	2
C	0.1959	0.1609	0.1230	0.1348	0.1536	4
D	0.2543	0.2706	0.2822	0.2864	0.2734	1
E	0.1163	0.1505	0.1615	0.1393	0.1419	5

註：A－建築環境與特色；B－服務品質；C－民宿設施；D－民宿經營與管理；E－民宿精神與社區共榮。

表 5-11 整體之民宿消費者之構面排序

構面	民宿消費者				平均值	排序
	苗栗	南投	屏東	花蓮		
A	0.1943	0.1885	0.1846	0.1925	0.1900	3
B	0.2447	0.2446	0.2571	0.2534	0.2499	2
C	0.1737	0.1922	0.1864	0.1603	0.1782	4
D	0.2561	0.2421	0.2545	0.2481	0.2502	1
E	0.1311	0.1326	0.1174	0.1457	0.1317	5

註：A－建築環境與特色；B－服務品質；C－民宿設施；D－民宿經營與管理；E－民宿精神與社區共榮。

表 5-12 苗栗之民宿經營者之準則排序

準則	民宿經營者											平均值	排序	
	A	B1	B2	C1	C2	D	E1	E2	F	G1	G2			G3
A1	0.1497	0.1445	0.1228	0.0937	0.0462	0.0537	0.0660	0.0702	0.1248	0.0287	0.0711	0.0306	0.0835	1
A2	0.1318	0.1273	0.1177	0.0831	0.0415	0.0548	0.0665	0.0705	0.1172	0.0293	0.0703	0.0315	0.0785	2
A3	0.0338	0.0240	0.0231	0.0244	0.0302	0.0380	0.0357	0.0275	0.0091	0.0223	0.0275	0.0404	0.0280	17
A4	0.0262	0.0339	0.0163	0.0196	0.0134	0.0125	0.0074	0.0093	0.0081	0.0071	0.0098	0.0068	0.0142	22
A5	0.0210	0.0136	0.0203	0.0103	0.0065	0.0107	0.0077	0.0105	0.0066	0.0054	0.0103	0.0068	0.0108	27
A6	0.0092	0.0262	0.0195	0.0234	0.0109	0.0108	0.0095	0.0122	0.0055	0.0061	0.0073	0.0082	0.0124	25
A7	0.0083	0.0260	0.0139	0.0147	0.0130	0.0132	0.0090	0.0105	0.0052	0.0067	0.0035	0.0103	0.0112	26
B1	0.0435	0.0430	0.0576	0.0504	0.0943	0.0543	0.0493	0.0595	0.0244	0.0767	0.0443	0.0941	0.0576	4
B2	0.0193	0.0174	0.0264	0.0269	0.0661	0.0692	0.0833	0.0477	0.0150	0.0663	0.0521	0.0655	0.0463	7
B3	0.0062	0.0065	0.0173	0.0090	0.0164	0.0313	0.0334	0.0403	0.0125	0.0407	0.0321	0.0358	0.0235	20
B4	0.0420	0.0474	0.0562	0.0635	0.0940	0.0536	0.0485	0.0570	0.0301	0.0669	0.0374	0.0843	0.0567	5
C1	0.0110	0.0124	0.0147	0.0166	0.0246	0.0195	0.0189	0.0042	0.0035	0.0072	0.0044	0.0232	0.0134	23
C2	0.0186	0.0168	0.0250	0.0266	0.0655	0.0670	0.0799	0.0422	0.0144	0.0605	0.0475	0.0543	0.0432	10
C3	0.0125	0.0112	0.0166	0.0181	0.0446	0.0362	0.0382	0.0362	0.0118	0.0500	0.0385	0.0315	0.0288	16
C4	0.0005	0.0008	0.0025	0.0008	0.0023	0.0024	0.0086	0.0108	0.0001	0.0078	0.0127	0.0082	0.0048	29
C5	0.0143	0.0137	0.0464	0.0216	0.0542	0.0474	0.0451	0.0487	0.0142	0.0648	0.0507	0.0446	0.0388	12
D1	0.0814	0.0785	0.0362	0.0512	0.0262	0.0323	0.0404	0.0497	0.0353	0.0248	0.0517	0.0181	0.0438	9
D2	0.0628	0.0670	0.0508	0.1033	0.0655	0.0562	0.0467	0.0511	0.1177	0.0669	0.0800	0.0673	0.0696	3
D3	0.0219	0.0268	0.0168	0.0431	0.0173	0.0361	0.0525	0.0513	0.0696	0.0459	0.0419	0.0431	0.0389	11
D4	0.0587	0.0434	0.0194	0.0632	0.0421	0.0406	0.0446	0.0418	0.0751	0.0511	0.0411	0.0322	0.0461	8
D5	0.0537	0.0369	0.0311	0.0390	0.0264	0.0239	0.0156	0.0165	0.0248	0.0251	0.0279	0.0111	0.0277	18



表 5-12 苗栗之民宿經營者之準則排序 (續)

準則	民宿經營者											平均值	排序	
	A	B1	B2	C1	C2	D	E1	E2	F	G1	G2			G3
D6	0.0309	0.0489	0.0377	0.0774	0.0529	0.0365	0.0406	0.0606	0.0350	0.0579	0.0591	0.0476	0.0487	6
D7	0.0300	0.0394	0.0292	0.0207	0.0149	0.0337	0.0180	0.0159	0.0275	0.0297	0.0244	0.0199	0.0253	19
D8	0.0383	0.0356	0.0381	0.0363	0.0344	0.0386	0.0162	0.0197	0.0835	0.0529	0.0348	0.0373	0.0388	13
E1	0.0175	0.0094	0.0356	0.0147	0.0219	0.0352	0.0347	0.0439	0.0485	0.0349	0.0464	0.0350	0.0315	15
E2	0.0193	0.0153	0.0359	0.0138	0.0280	0.0402	0.0415	0.0457	0.0482	0.0335	0.0381	0.0373	0.0331	14
E3	0.0154	0.0135	0.0260	0.0150	0.0265	0.0173	0.0254	0.0281	0.0146	0.0124	0.0137	0.0221	0.0192	21
E4	0.0012	0.0018	0.0087	0.0032	0.0020	0.0062	0.0010	0.0013	0.0009	0.0016	0.0045	0.0109	0.0036	30
E5	0.0124	0.0105	0.0201	0.0092	0.0101	0.0122	0.0113	0.0110	0.0072	0.0084	0.0089	0.0284	0.0125	24
E6	0.0089	0.0084	0.0181	0.0074	0.0083	0.0166	0.0049	0.0067	0.0097	0.0083	0.0081	0.0139	0.0099	28

註：A1—充分利用自然通風；A2—充足的自然採光；A3—使用不具毒害的自然塗料；A4—在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5—善用當地文化和景觀元素融入設計；A6—室內景觀設計的美化與獨特性；A7—庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1—服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；B2—接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3—資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4—餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）；C1—炊事設備（如廚房）；C2—停車空間；C3—安全設施（如緊急照明設備、消防設備）；C4—醫療設施（如急救箱）；C5—客房設施；D1—客房乾淨程度；D2—客房舒適程度；D3—客房隱私性；D4—安全性（顧客平安保險、客房安全）；D5—房間主題特色（如海洋風）；D6—民宿經營特色（如原住民文化）；D7—整體環境氣氛營造；D8—整體環境清潔衛生程度；E1—主人與房客之互動程度；E2—導覽解說服務；E3—當地體驗活動與餐飲之安排；E4—對社區生活品質之貢獻；E5—主動對當地資源採取保護行動；E6—推廣與保存在地文化資源。

表 5-13 苗栗之民宿消費者之準則排序

準則	民宿消費者															
	A1	A2	A3	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	C1	C2
A1	0.0695	0.1908	0.1060	0.0293	0.0434	0.0347	0.1095	0.0305	0.0703	0.0178	0.0374	0.0430	0.0375	0.0910	0.1218	0.0607
A2	0.0711	0.1684	0.1001	0.0335	0.0457	0.0321	0.1167	0.0246	0.0592	0.0204	0.0369	0.0430	0.0358	0.0909	0.1062	0.0586
A3	0.0493	0.0183	0.0389	0.0356	0.0280	0.0223	0.0249	0.0295	0.0177	0.0399	0.0336	0.0256	0.0233	0.0517	0.0501	0.0499
A4	0.0171	0.0084	0.0108	0.0063	0.0027	0.0037	0.0097	0.0040	0.0069	0.0025	0.0052	0.0063	0.0062	0.0153	0.0164	0.0057
A5	0.0177	0.0044	0.0134	0.0026	0.0021	0.0024	0.0088	0.0029	0.0024	0.0011	0.0036	0.0041	0.0037	0.0068	0.0088	0.0045
A6	0.0187	0.0045	0.0246	0.0061	0.0011	0.0013	0.0048	0.0045	0.0041	0.0008	0.0049	0.0032	0.0035	0.0220	0.0087	0.0023
A7	0.0195	0.0035	0.0158	0.0064	0.0020	0.0035	0.0099	0.0022	0.0018	0.0013	0.0048	0.0035	0.0030	0.0138	0.0140	0.0032
B1	0.0399	0.0182	0.0455	0.0828	0.0756	0.0664	0.0538	0.0477	0.0599	0.0777	0.0892	0.0889	0.0697	0.0414	0.0280	0.0985
B2	0.0640	0.0192	0.0322	0.0637	0.0498	0.0548	0.0286	0.0727	0.0599	0.0631	0.0543	0.0787	0.0421	0.0291	0.0178	0.0632
B3	0.0218	0.0040	0.0235	0.0109	0.0326	0.0452	0.0262	0.0056	0.0245	0.0432	0.0214	0.0176	0.0361	0.0231	0.0217	0.0091
B4	0.0383	0.0107	0.0548	0.0767	0.0754	0.0590	0.0492	0.0293	0.0409	0.0767	0.0860	0.0735	0.0715	0.0468	0.0441	0.0854
C1	0.0115	0.0013	0.0144	0.0201	0.0198	0.0069	0.0058	0.0088	0.0023	0.0201	0.0226	0.0110	0.0084	0.0123	0.0116	0.0224
C2	0.0592	0.0189	0.0310	0.0612	0.0484	0.0531	0.0243	0.0688	0.0574	0.0588	0.0516	0.0778	0.0403	0.0276	0.0157	0.0624
C3	0.0272	0.0130	0.0208	0.0410	0.0326	0.0436	0.0194	0.0325	0.0521	0.0387	0.0344	0.0599	0.0331	0.0184	0.0100	0.0424
C4	0.0033	0.0012	0.0009	0.0012	0.0020	0.0081	0.0011	0.0106	0.0039	0.0032	0.0027	0.0049	0.0065	0.0008	0.0027	0.0063
C5	0.0488	0.0154	0.0271	0.0445	0.0364	0.0554	0.0200	0.0504	0.0536	0.0282	0.0313	0.0611	0.0324	0.0253	0.0115	0.0395
D1	0.0726	0.1061	0.0599	0.0202	0.0260	0.0196	0.0669	0.0321	0.0378	0.0115	0.0222	0.0255	0.0218	0.0530	0.0662	0.0354
D2	0.0404	0.1513	0.0706	0.1124	0.0738	0.0954	0.0601	0.1168	0.1035	0.0923	0.0751	0.0531	0.1181	0.0592	0.0776	0.0780
D3	0.0267	0.0861	0.0096	0.0539	0.0837	0.0442	0.0656	0.0677	0.0671	0.0568	0.0759	0.0297	0.1058	0.0372	0.0480	0.0369
D4	0.0375	0.0560	0.0273	0.0506	0.1035	0.0294	0.0737	0.0506	0.0508	0.1042	0.0807	0.0574	0.0601	0.0312	0.0404	0.0690
D5	0.0212	0.0150	0.0323	0.0240	0.0057	0.0106	0.0147	0.0152	0.0046	0.0020	0.0137	0.0153	0.0118	0.0313	0.0334	0.0051
D6	0.0569	0.0251	0.0374	0.0370	0.0207	0.0359	0.0248	0.0882	0.0591	0.0277	0.0276	0.0532	0.0667	0.0369	0.0523	0.0261

表 5-13 苗栗之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者															
	A1	A2	A3	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	C1	C2
D7	0.0412	0.0110	0.0253	0.0195	0.0274	0.0100	0.0132	0.0096	0.0097	0.0078	0.0282	0.0391	0.0066	0.0559	0.0494	0.0136
D8	0.0365	0.0180	0.0341	0.0745	0.0382	0.0566	0.0181	0.0191	0.0244	0.0474	0.0572	0.0628	0.0206	0.0432	0.0244	0.0376
E1	0.0291	0.0055	0.0442	0.0269	0.0196	0.0670	0.0499	0.0823	0.0529	0.0315	0.0317	0.0274	0.0405	0.0361	0.0159	0.0273
E2	0.0234	0.0092	0.0555	0.0279	0.0485	0.0953	0.0412	0.0580	0.0414	0.0482	0.0283	0.0136	0.0431	0.0463	0.0373	0.0173
E3	0.0129	0.0083	0.0207	0.0122	0.0188	0.0260	0.0414	0.0198	0.0175	0.0162	0.0144	0.0107	0.0326	0.0248	0.0263	0.0097
E4	0.0009	0.0004	0.0023	0.0008	0.0021	0.0010	0.0027	0.0010	0.0024	0.0143	0.0041	0.0004	0.0044	0.0024	0.0085	0.0046
E5	0.0153	0.0063	0.0116	0.0109	0.0082	0.0069	0.0087	0.0082	0.0058	0.0118	0.0104	0.0077	0.0073	0.0173	0.0164	0.0152
E6	0.0087	0.0019	0.0095	0.0072	0.0263	0.0097	0.0065	0.0068	0.0060	0.0348	0.0107	0.0021	0.0077	0.0091	0.0149	0.0103
準則	民宿消費者															
	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7
A1	0.0439	0.1214	0.0894	0.0919	0.0543	0.0210	0.0311	0.1681	0.0712	0.0210	0.0190	0.0297	0.0557	0.0557	0.0516	0.0208
A2	0.0452	0.1096	0.0814	0.0918	0.0494	0.0245	0.0324	0.1584	0.0712	0.0175	0.0149	0.0299	0.0570	0.0570	0.0529	0.0196
A3	0.0143	0.0128	0.0516	0.0448	0.0643	0.0305	0.0418	0.0268	0.0820	0.0414	0.0472	0.0450	0.0472	0.0472	0.0546	0.0566
A4	0.0030	0.0029	0.0262	0.0288	0.0130	0.0022	0.0038	0.0072	0.0161	0.0072	0.0078	0.0070	0.0153	0.0153	0.0147	0.0046
A5	0.0036	0.0015	0.0139	0.0219	0.0114	0.0017	0.0024	0.0041	0.0045	0.0011	0.0024	0.0019	0.0150	0.0150	0.0148	0.0018
A6	0.0025	0.0097	0.0041	0.0155	0.0605	0.0023	0.0027	0.0038	0.0286	0.0047	0.0041	0.0032	0.0161	0.0161	0.0156	0.0026
A7	0.0021	0.0050	0.0176	0.0156	0.0569	0.0023	0.0045	0.0042	0.0177	0.0033	0.0036	0.0054	0.0212	0.0212	0.0220	0.0025
B1	0.0650	0.0365	0.0312	0.0547	0.0516	0.0971	0.0962	0.0327	0.0478	0.0743	0.0877	0.0838	0.0483	0.0483	0.0547	0.1074
B2	0.0471	0.0176	0.0307	0.0274	0.0177	0.0527	0.0655	0.0243	0.0388	0.0746	0.0904	0.0856	0.0564	0.0564	0.0588	0.0638
B3	0.0289	0.0094	0.0317	0.0085	0.0041	0.0183	0.0140	0.0091	0.0175	0.0127	0.0149	0.0144	0.0199	0.0199	0.0258	0.0202
B4	0.0590	0.0370	0.0363	0.0508	0.0514	0.0918	0.0808	0.0300	0.0449	0.0583	0.0627	0.0634	0.0460	0.0460	0.0590	0.0993

表 5-13 苗栗之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者															
	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7
C1	0.0039	0.0045	0.0097	0.0133	0.0135	0.0212	0.0222	0.0083	0.0118	0.0089	0.0096	0.0097	0.0115	0.0115	0.0221	0.0260
C2	0.0418	0.0147	0.0208	0.0270	0.0173	0.0501	0.0601	0.0232	0.0368	0.0725	0.0892	0.0833	0.0482	0.0482	0.0507	0.0621
C3	0.0364	0.0116	0.0108	0.0183	0.0117	0.0351	0.0372	0.0147	0.0246	0.0516	0.0638	0.0593	0.0200	0.0200	0.0213	0.0418
C4	0.0049	0.0006	0.0010	0.0010	0.0005	0.0029	0.0027	0.0011	0.0023	0.0039	0.0068	0.0115	0.0072	0.0072	0.0062	0.0030
C5	0.0299	0.0136	0.0163	0.0223	0.0176	0.0260	0.0409	0.0120	0.0515	0.0630	0.0707	0.0553	0.0434	0.0434	0.0387	0.0549
D1	0.0269	0.0705	0.0496	0.0534	0.0302	0.0239	0.0218	0.0943	0.0520	0.0245	0.0215	0.0335	0.0612	0.0612	0.0541	0.0228
D2	0.0931	0.1056	0.0643	0.0308	0.0804	0.0720	0.1015	0.0771	0.0429	0.0944	0.0556	0.0482	0.0381	0.0381	0.0326	0.0871
D3	0.1077	0.0974	0.0246	0.0326	0.0754	0.1013	0.0541	0.0762	0.0180	0.0623	0.0261	0.0575	0.0266	0.0266	0.0209	0.0341
D4	0.0761	0.0964	0.0574	0.0337	0.0348	0.1222	0.0532	0.0948	0.0443	0.0846	0.0665	0.0828	0.0331	0.0331	0.0286	0.0756
D5	0.0068	0.0204	0.0284	0.0312	0.0364	0.0072	0.0055	0.0105	0.0124	0.0065	0.0090	0.0042	0.0164	0.0164	0.0151	0.0036
D6	0.0412	0.0255	0.0430	0.0240	0.0443	0.0315	0.0253	0.0188	0.0488	0.0479	0.0483	0.0616	0.0723	0.0723	0.0621	0.0280
D7	0.0120	0.0449	0.0331	0.0659	0.0693	0.0104	0.0150	0.0123	0.0443	0.0268	0.0133	0.0133	0.0307	0.0307	0.0312	0.0159
D8	0.0289	0.0715	0.0384	0.0714	0.0562	0.0310	0.0729	0.0205	0.0429	0.0771	0.0653	0.0448	0.0374	0.0374	0.0353	0.0580
E1	0.0643	0.0195	0.0670	0.0148	0.0090	0.0374	0.0246	0.0236	0.0307	0.0245	0.0342	0.0274	0.0493	0.0493	0.0484	0.0165
E2	0.0643	0.0178	0.0601	0.0248	0.0167	0.0364	0.0243	0.0225	0.0332	0.0134	0.0245	0.0147	0.0304	0.0304	0.0334	0.0233
E3	0.0216	0.0058	0.0148	0.0107	0.0224	0.0154	0.0149	0.0091	0.0229	0.0070	0.0105	0.0089	0.0287	0.0287	0.0228	0.0139
E4	0.0037	0.0020	0.0077	0.0208	0.0026	0.0044	0.0114	0.0008	0.0018	0.0004	0.0063	0.0004	0.0040	0.0040	0.0044	0.0041
E5	0.0044	0.0043	0.0169	0.0142	0.0196	0.0162	0.0143	0.0086	0.0257	0.0118	0.0135	0.0125	0.0291	0.0291	0.0326	0.0149
E6	0.0174	0.0100	0.0223	0.0381	0.0073	0.0111	0.0229	0.0030	0.0130	0.0029	0.0110	0.0021	0.0143	0.0143	0.0151	0.0152

表 5-13 苗栗之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者																	
	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22	E23		
A1	0.1659	0.0589	0.0996	0.0116	0.0684	0.0417	0.0540	0.0367	0.1272	0.1840	0.0360	0.0984	0.0497	0.0417	0.0158	0.0257		
A2	0.1569	0.0517	0.0860	0.0106	0.0651	0.0389	0.0489	0.0393	0.1268	0.1685	0.0349	0.0832	0.0563	0.0381	0.0147	0.0223		
A3	0.0224	0.0174	0.0281	0.0534	0.0401	0.0295	0.0139	0.0212	0.0251	0.0372	0.0326	0.0506	0.0269	0.0533	0.0344	0.0435		
A4	0.0103	0.0039	0.0135	0.0058	0.0047	0.0108	0.0013	0.0053	0.0113	0.0123	0.0081	0.0201	0.0031	0.0090	0.0078	0.0020		
A5	0.0021	0.0018	0.0105	0.0041	0.0044	0.0058	0.0012	0.0064	0.0065	0.0131	0.0093	0.0277	0.0030	0.0022	0.0037	0.0006		
A6	0.0017	0.0014	0.0072	0.0053	0.0109	0.0047	0.0049	0.0106	0.0070	0.0074	0.0081	0.0130	0.0051	0.0018	0.0052	0.0022		
A7	0.0030	0.0021	0.0029	0.0049	0.0058	0.0093	0.0021	0.0077	0.0103	0.0033	0.0130	0.0112	0.0030	0.0036	0.0035	0.0023		
B1	0.0295	0.0774	0.0759	0.1122	0.0716	0.0501	0.0705	0.0608	0.0591	0.0376	0.0372	0.0199	0.0807	0.0580	0.0430	0.0990		
B2	0.0118	0.0538	0.0297	0.0757	0.0276	0.0387	0.0478	0.0657	0.0347	0.0258	0.0742	0.0136	0.0649	0.0301	0.0431	0.0596		
B3	0.0043	0.0136	0.0113	0.0193	0.0099	0.0072	0.0279	0.0247	0.0150	0.0040	0.0237	0.0139	0.0268	0.0297	0.0263	0.0091		
B4	0.0269	0.0660	0.0839	0.1134	0.0718	0.0481	0.0680	0.0476	0.0602	0.0358	0.0411	0.0255	0.0851	0.0566	0.0434	0.0897		
C1	0.0015	0.0078	0.0220	0.0297	0.0188	0.0048	0.0072	0.009	0.0126	0.0094	0.0103	0.0067	0.0223	0.0031	0.0066	0.0235		
C2	0.0114	0.0525	0.0279	0.0737	0.0252	0.0363	0.0453	0.0587	0.0335	0.0255	0.0735	0.0127	0.0633	0.0263	0.0404	0.0589		
C3	0.0103	0.0432	0.0185	0.0498	0.0164	0.0266	0.0378	0.0357	0.0242	0.0174	0.0364	0.0084	0.0427	0.0236	0.0283	0.0400		
C4	0.0007	0.0043	0.0007	0.0055	0.0007	0.0012	0.0034	0.007	0.0016	0.0034	0.0022	0.0015	0.0012	0.0019	0.0020	0.0015		
C5	0.0088	0.0398	0.0199	0.0516	0.0137	0.043	0.0412	0.0633	0.0300	0.0173	0.0765	0.0078	0.0589	0.0171	0.0533	0.0423		
D1	0.0459	0.0350	0.0545	0.0089	0.0389	0.0464	0.0320	0.0424	0.0389	0.1018	0.0439	0.0530	0.0344	0.0235	0.0304	0.0161		
D2	0.0889	0.1358	0.1038	0.0777	0.0868	0.078	0.1364	0.0768	0.0822	0.0687	0.0635	0.0619	0.0888	0.0950	0.1319	0.1058		
D3	0.1002	0.0668	0.0291	0.0242	0.0852	0.0654	0.0445	0.0528	0.0193	0.0398	0.0495	0.0593	0.0292	0.0746	0.0800	0.0663		
D4	0.1271	0.1293	0.0477	0.0437	0.1028	0.0815	0.0780	0.042	0.0167	0.0449	0.0509	0.0791	0.0167	0.1358	0.1080	0.0834		
D5	0.0043	0.0107	0.0067	0.0042	0.0113	0.0115	0.0058	0.0222	0.0120	0.0185	0.0113	0.0353	0.0047	0.0050	0.0159	0.0066		
D6	0.0289	0.0442	0.0690	0.0278	0.028	0.0783	0.0449	0.0518	0.0319	0.0294	0.0726	0.0440	0.0289	0.0357	0.0462	0.0239		

表 5-13 苗栗之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者															
	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22	E23
D7	0.0117	0.0100	0.0182	0.0180	0.0445	0.0253	0.0159	0.0236	0.0405	0.0169	0.0172	0.0456	0.0270	0.0315	0.0425	0.0281
D8	0.0484	0.0311	0.0584	0.0666	0.0450	0.0552	0.0656	0.0508	0.0939	0.0143	0.0371	0.0414	0.0723	0.0685	0.0910	0.0687
E1	0.0126	0.0159	0.0243	0.0263	0.0360	0.0679	0.0355	0.0479	0.0186	0.0172	0.0454	0.0503	0.0358	0.0277	0.0258	0.0264
E2	0.0136	0.0087	0.0199	0.0217	0.0265	0.0339	0.0365	0.0473	0.0136	0.0156	0.0344	0.0487	0.0312	0.0373	0.0255	0.0181
E3	0.0106	0.0106	0.0169	0.0291	0.0190	0.0219	0.0110	0.0178	0.0184	0.0126	0.0248	0.0141	0.0189	0.0253	0.0095	0.0147
E4	0.0072	0.0002	0.0011	0.0036	0.0026	0.0012	0.0043	0.0029	0.0024	0.0019	0.0031	0.0129	0.0017	0.0052	0.0034	0.0031
E5	0.0181	0.0053	0.0089	0.0158	0.0120	0.0192	0.0041	0.0124	0.0204	0.0131	0.0196	0.0175	0.0079	0.0162	0.0094	0.0127
E6	0.0152	0.0010	0.0040	0.0059	0.0064	0.0177	0.0100	0.0102	0.0062	0.0035	0.0100	0.0230	0.0096	0.0226	0.0090	0.0037
準則	民宿消費者															
	E24	E25	E26	E27	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12
A1	0.0393	0.0324	0.0421	0.0782	0.0432	0.0300	0.0664	0.0616	0.0452	0.0337	0.0212	0.1174	0.0713	0.0453	0.0768	0.0260
A2	0.0398	0.0290	0.0425	0.0789	0.0489	0.0236	0.0635	0.0549	0.0517	0.0296	0.0190	0.1046	0.0633	0.0407	0.0666	0.0253
A3	0.0236	0.0310	0.0340	0.0453	0.0246	0.0316	0.0409	0.0543	0.0141	0.0357	0.0415	0.0148	0.0312	0.0300	0.0742	0.0446
A4	0.0049	0.0166	0.0071	0.0088	0.0026	0.0080	0.0053	0.0066	0.0020	0.0038	0.0040	0.0024	0.0081	0.0032	0.0188	0.0040
A5	0.0020	0.0163	0.0032	0.0084	0.0012	0.0105	0.0044	0.0027	0.0015	0.0007	0.0004	0.0022	0.0104	0.0038	0.0094	0.0012
A6	0.0030	0.0216	0.0046	0.0078	0.0010	0.0031	0.0038	0.0027	0.0033	0.0029	0.0019	0.0050	0.0062	0.0021	0.0044	0.0020
A7	0.0019	0.0136	0.0051	0.0094	0.0013	0.0079	0.0035	0.0023	0.0019	0.0026	0.0016	0.0030	0.0053	0.0025	0.0100	0.0021
B1	0.0924	0.0139	0.0583	0.0623	0.0752	0.0897	0.0218	0.0623	0.0822	0.1096	0.0766	0.0466	0.0322	0.1093	0.0378	0.0738
B2	0.0540	0.0587	0.0709	0.0590	0.0570	0.0836	0.0258	0.0362	0.0542	0.0730	0.0610	0.0274	0.0286	0.0724	0.0207	0.0680
B3	0.0089	0.0514	0.0079	0.0103	0.0265	0.0109	0.0281	0.0102	0.0140	0.0154	0.0357	0.0075	0.0212	0.0176	0.0043	0.0473
B4	0.0780	0.0301	0.0469	0.0422	0.0710	0.0690	0.0284	0.0492	0.0692	0.1007	0.0839	0.0394	0.0361	0.0989	0.0299	0.0852

表 5-13 苗栗之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者															
	E24	E25	E26	E27	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12
C1	0.0092	0.0079	0.0117	0.0052	0.0186	0.0105	0.0033	0.0060	0.0081	0.0264	0.0220	0.0046	0.0042	0.0259	0.0035	0.0224
C2	0.0514	0.0582	0.0626	0.0540	0.0532	0.0824	0.0242	0.0330	0.0526	0.0722	0.0583	0.0266	0.0280	0.0716	0.0201	0.0667
C3	0.0421	0.0396	0.0271	0.0401	0.0351	0.0589	0.0198	0.0261	0.0433	0.0490	0.0390	0.0219	0.0231	0.0486	0.0165	0.0451
C4	0.0032	0.0014	0.0008	0.0016	0.0016	0.0035	0.0012	0.0016	0.0033	0.0019	0.0010	0.0003	0.0005	0.0010	0.0003	0.0050
C5	0.0454	0.0579	0.0414	0.0496	0.0376	0.0729	0.0249	0.0254	0.0287	0.0635	0.0419	0.0236	0.0194	0.0594	0.0195	0.0432
D1	0.0269	0.0200	0.0482	0.0856	0.0281	0.0384	0.0422	0.0362	0.0286	0.0247	0.0158	0.0652	0.0392	0.0276	0.0422	0.0166
D2	0.1182	0.0334	0.1005	0.0482	0.0986	0.0610	0.1088	0.1458	0.0875	0.0828	0.1147	0.1687	0.1045	0.0818	0.0743	0.0605
D3	0.0744	0.0695	0.0644	0.0467	0.0869	0.0209	0.0897	0.0434	0.1188	0.0178	0.0416	0.0988	0.0899	0.0248	0.0849	0.0434
D4	0.0792	0.0877	0.0704	0.0753	0.0677	0.0391	0.1275	0.0892	0.1331	0.0099	0.0502	0.0570	0.1223	0.0403	0.1282	0.0836
D5	0.0094	0.0277	0.0070	0.0131	0.0065	0.0127	0.0138	0.0055	0.0077	0.0063	0.0033	0.0050	0.0159	0.0043	0.0052	0.0040
D6	0.0483	0.0532	0.0534	0.0405	0.0240	0.0750	0.0382	0.0328	0.0338	0.0374	0.0305	0.0247	0.0441	0.0227	0.0275	0.0305
D7	0.0155	0.0167	0.0140	0.0197	0.0251	0.0181	0.0341	0.0258	0.0110	0.0312	0.0155	0.0153	0.0147	0.0163	0.0355	0.0125
D8	0.0623	0.0165	0.0557	0.0453	0.0547	0.0484	0.0563	0.1103	0.0393	0.0838	0.0824	0.0598	0.0385	0.0581	0.0516	0.0352
E1	0.0190	0.0648	0.0501	0.0224	0.0275	0.0327	0.0378	0.0174	0.0277	0.0186	0.0390	0.0191	0.0472	0.0112	0.0330	0.0387
E2	0.0206	0.0631	0.0206	0.0122	0.0319	0.0218	0.0448	0.0172	0.0211	0.0296	0.0343	0.0225	0.0452	0.0242	0.0404	0.0500
E3	0.0111	0.0406	0.0182	0.0089	0.0094	0.0088	0.0132	0.0164	0.0094	0.0220	0.0175	0.0080	0.0134	0.0178	0.0068	0.0314
E4	0.0022	0.0034	0.0010	0.0024	0.0104	0.0059	0.0058	0.0041	0.0004	0.0008	0.0101	0.0010	0.0109	0.0093	0.0088	0.0089
E5	0.0084	0.0106	0.0192	0.0133	0.0074	0.0094	0.0123	0.0162	0.0043	0.0108	0.0124	0.0045	0.0097	0.0088	0.0238	0.0134
E6	0.0055	0.0135	0.0113	0.0052	0.0234	0.0119	0.0101	0.0050	0.0021	0.0036	0.0237	0.0033	0.0156	0.0208	0.0254	0.0098

表 5-13 苗栗之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者															
	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16
A1	0.1341	0.0721	0.0823	0.0274	0.0557	0.0516	0.0208	0.1659	0.0589	0.0996	0.0116	0.0684	0.0355	0.0449	0.1037	0.0726
A2	0.1355	0.0737	0.0833	0.0261	0.0570	0.0529	0.0196	0.1569	0.0517	0.0860	0.0106	0.0651	0.0339	0.0420	0.1050	0.0627
A3	0.0310	0.0496	0.0535	0.0303	0.0472	0.0546	0.0566	0.0224	0.0174	0.0281	0.0534	0.0401	0.0189	0.0309	0.0513	0.0818
A4	0.0175	0.0148	0.0138	0.0026	0.0153	0.0147	0.0046	0.0103	0.0039	0.0135	0.0058	0.0047	0.0036	0.0098	0.0177	0.0110
A5	0.0129	0.0150	0.0063	0.0015	0.0150	0.0148	0.0018	0.0021	0.0018	0.0105	0.0041	0.0044	0.0014	0.0069	0.0128	0.0095
A6	0.0119	0.0165	0.0078	0.0019	0.0161	0.0156	0.0026	0.0017	0.0014	0.0072	0.0053	0.0109	0.0009	0.0146	0.0095	0.0034
A7	0.0167	0.0157	0.0104	0.0016	0.0212	0.0220	0.0025	0.0030	0.0021	0.0029	0.0049	0.0058	0.0015	0.0148	0.0090	0.0124
B1	0.0675	0.0381	0.0368	0.0889	0.0483	0.0547	0.1074	0.0295	0.0774	0.0759	0.1122	0.0716	0.0636	0.0723	0.0719	0.0704
B2	0.0373	0.0630	0.0626	0.0738	0.0564	0.0588	0.0638	0.0118	0.0538	0.0297	0.0757	0.0276	0.0304	0.0510	0.0159	0.0245
B3	0.0353	0.0211	0.0207	0.0247	0.0199	0.0258	0.0202	0.0043	0.0136	0.0113	0.0193	0.0099	0.0197	0.0121	0.0162	0.0065
B4	0.0703	0.0357	0.0336	0.0857	0.0460	0.0590	0.0993	0.0269	0.0660	0.0839	0.1134	0.0718	0.0545	0.0720	0.0626	0.0620
C1	0.0083	0.0107	0.0101	0.0225	0.0115	0.0221	0.0260	0.0015	0.0078	0.0220	0.0297	0.0188	0.0033	0.0189	0.0074	0.0163
C2	0.0306	0.0587	0.0587	0.0719	0.0482	0.0507	0.0621	0.0114	0.0525	0.0279	0.0737	0.0252	0.0259	0.0496	0.0133	0.0240
C3	0.0241	0.0272	0.0273	0.0485	0.0200	0.0213	0.0418	0.0103	0.0432	0.0185	0.0498	0.0164	0.0230	0.0335	0.0106	0.0163
C4	0.0027	0.0020	0.0028	0.0050	0.0072	0.0062	0.0030	0.0007	0.0043	0.0007	0.0055	0.0007	0.0033	0.0007	0.0019	0.0009
C5	0.0278	0.0526	0.0512	0.0593	0.0434	0.0387	0.0549	0.0088	0.0398	0.0199	0.0516	0.0137	0.0329	0.0336	0.0104	0.0104
D1	0.0388	0.0787	0.0885	0.0183	0.0612	0.0541	0.0228	0.0459	0.0350	0.0545	0.0089	0.0389	0.0152	0.0167	0.0300	0.0394
D2	0.0186	0.0472	0.0595	0.0829	0.0381	0.0326	0.0871	0.0889	0.1358	0.1038	0.0777	0.0868	0.1458	0.0694	0.0552	0.0657
D3	0.0139	0.0344	0.0418	0.0289	0.0266	0.0209	0.0341	0.1002	0.0668	0.0291	0.0242	0.0852	0.0467	0.0498	0.0384	0.0892
D4	0.0171	0.0580	0.0617	0.0377	0.0331	0.0286	0.0756	0.1271	0.1293	0.0477	0.0437	0.1028	0.0199	0.0482	0.0470	0.1518
D5	0.0106	0.0188	0.0089	0.0122	0.0164	0.0151	0.0036	0.0043	0.0107	0.0067	0.0042	0.0113	0.0042	0.0230	0.0154	0.0051
D6	0.0475	0.0525	0.0482	0.0767	0.0723	0.0621	0.0280	0.0289	0.0442	0.0690	0.0278	0.0280	0.0727	0.0425	0.0449	0.0177



表 5-13 苗栗之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者															
	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16
D7	0.0142	0.0279	0.0207	0.0089	0.0307	0.0312	0.0159	0.0117	0.0100	0.0182	0.0180	0.0445	0.0189	0.0141	0.0126	0.0196
D8	0.0210	0.0325	0.0294	0.0134	0.0374	0.0353	0.0580	0.0484	0.0311	0.0584	0.0666	0.0450	0.1124	0.0592	0.0420	0.0394
E1	0.0406	0.0257	0.0239	0.0619	0.0493	0.0484	0.0165	0.0126	0.0159	0.0243	0.0263	0.0360	0.0537	0.0376	0.0341	0.0132
E2	0.0347	0.0213	0.0204	0.0472	0.0304	0.0334	0.0233	0.0136	0.0087	0.0199	0.0217	0.0265	0.0682	0.0453	0.0374	0.0174
E3	0.0375	0.0118	0.0110	0.0252	0.0287	0.0228	0.0139	0.0106	0.0106	0.0169	0.0291	0.0190	0.0320	0.0170	0.0117	0.0236
E4	0.0036	0.0021	0.0021	0.0010	0.0040	0.0044	0.0041	0.0072	0.0002	0.0011	0.0036	0.0026	0.0031	0.0176	0.0266	0.0015
E5	0.0257	0.0150	0.0154	0.0089	0.0291	0.0326	0.0149	0.0181	0.0053	0.0089	0.0158	0.0120	0.0145	0.0238	0.0408	0.0250
E6	0.0128	0.0081	0.0074	0.0054	0.0143	0.0151	0.0152	0.0152	0.0010	0.0040	0.0059	0.0064	0.0404	0.0284	0.0450	0.0069
準則	民宿消費者															
	G17	G18	G19	G20	G21	G22	G23	G24	G25	G26	G27	G28	G29	G30	平均值	排序
A1	0.1552	0.0360	0.0984	0.0497	0.0417	0.0158	0.1567	0.0706	0.0349	0.0771	0.0834	0.0311	0.0441	0.0241	0.0639	4
A2	0.1383	0.0349	0.0832	0.0563	0.0381	0.0147	0.1411	0.0637	0.0365	0.0762	0.0848	0.0260	0.0433	0.0267	0.0607	5
A3	0.0247	0.0326	0.0506	0.0269	0.0533	0.0344	0.0187	0.0442	0.0244	0.0328	0.0279	0.0506	0.0343	0.0314	0.0373	13
A4	0.0076	0.0081	0.0201	0.0031	0.0090	0.0078	0.0077	0.0060	0.0051	0.0076	0.0044	0.0067	0.0052	0.0042	0.0085	25
A5	0.0033	0.0093	0.0277	0.0030	0.0022	0.0037	0.0043	0.0031	0.0043	0.0032	0.0020	0.0042	0.0053	0.0015	0.0062	28
A6	0.0038	0.0081	0.0130	0.0051	0.0018	0.0052	0.0036	0.0023	0.0034	0.0017	0.0015	0.0032	0.0024	0.0014	0.0071	27
A7	0.0043	0.0130	0.0112	0.0030	0.0036	0.0035	0.0016	0.0019	0.0034	0.0075	0.0019	0.0079	0.0023	0.0012	0.0073	26
B1	0.0401	0.0372	0.0199	0.0807	0.0580	0.0430	0.0673	0.0335	0.1054	0.0852	0.0616	0.0897	0.0998	0.0817	0.0640	3
B2	0.0287	0.0742	0.0136	0.0649	0.0301	0.0431	0.0249	0.0171	0.0568	0.0505	0.0527	0.0534	0.0584	0.0523	0.0479	9
B3	0.0040	0.0237	0.0139	0.0268	0.0297	0.0263	0.0070	0.0113	0.0241	0.0171	0.0215	0.0278	0.0119	0.0211	0.0188	19
B4	0.0365	0.0411	0.0255	0.0851	0.0566	0.0434	0.0472	0.0307	0.0794	0.0901	0.0666	0.0832	0.0978	0.0725	0.0602	6

表 5-13 苗栗之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者															平均值	排序
	G17	G18	G19	G20	G21	G22	G23	G24	G25	G26	G27	G28	G29	G30			
C1	0.0096	0.0103	0.0067	0.0223	0.0031	0.0066	0.0026	0.0017	0.0044	0.0236	0.0175	0.0218	0.0258	0.0085	0.0127	22	
C2	0.0272	0.0735	0.0127	0.0633	0.0263	0.0404	0.0232	0.0168	0.0524	0.0456	0.0495	0.0507	0.0570	0.0497	0.0453	10	
C3	0.0181	0.0364	0.0084	0.0427	0.0236	0.0283	0.0209	0.0153	0.0473	0.0296	0.0328	0.0338	0.0385	0.0407	0.0306	17	
C4	0.0021	0.0022	0.0015	0.0012	0.0019	0.0020	0.0033	0.0011	0.0072	0.0047	0.0054	0.0046	0.0013	0.0013	0.0029	30	
C5	0.0226	0.0765	0.0078	0.0589	0.0171	0.0533	0.0227	0.0095	0.0456	0.0250	0.0263	0.0322	0.0404	0.0551	0.0368	14	
D1	0.0856	0.0439	0.0530	0.0344	0.0235	0.0304	0.0866	0.0374	0.0209	0.0228	0.0250	0.0178	0.0272	0.0192	0.0403	12	
D2	0.1464	0.0635	0.0619	0.0888	0.0950	0.1319	0.1218	0.0687	0.0543	0.0748	0.0875	0.0457	0.1100	0.1274	0.0839	1	
D3	0.0748	0.0495	0.0593	0.0292	0.0746	0.0800	0.0481	0.1391	0.0672	0.0301	0.0514	0.0230	0.0399	0.0428	0.0551	7	
D4	0.0352	0.0509	0.0791	0.0167	0.1358	0.1080	0.0590	0.1723	0.0774	0.0614	0.0826	0.0605	0.0499	0.1180	0.0694	2	
D5	0.0133	0.0113	0.0353	0.0047	0.0050	0.0159	0.0107	0.0076	0.0067	0.0114	0.0093	0.0045	0.0092	0.0049	0.0121	24	
D6	0.0270	0.0726	0.0440	0.0289	0.0357	0.0462	0.0288	0.0325	0.0413	0.0399	0.0511	0.0262	0.0397	0.0409	0.0424	11	
D7	0.0080	0.0172	0.0456	0.0270	0.0315	0.0425	0.0077	0.0515	0.0324	0.0058	0.0060	0.0232	0.0160	0.0136	0.0236	18	
D8	0.0330	0.0371	0.0414	0.0723	0.0685	0.0910	0.0165	0.0612	0.0541	0.0136	0.0179	0.0382	0.0723	0.0591	0.0491	8	
E1	0.0172	0.0454	0.0503	0.0358	0.0277	0.0258	0.0123	0.0149	0.0223	0.0430	0.0386	0.0631	0.0258	0.0375	0.0333	15	
E2	0.0147	0.0344	0.0487	0.0312	0.0373	0.0255	0.0091	0.0211	0.0368	0.0454	0.0342	0.0773	0.0144	0.0313	0.0316	16	
E3	0.0064	0.0248	0.0141	0.0189	0.0253	0.0095	0.0345	0.0134	0.0320	0.0226	0.0173	0.0205	0.0083	0.0098	0.0178	20	
E4	0.0014	0.0031	0.0129	0.0017	0.0052	0.0034	0.0030	0.0140	0.0031	0.0105	0.0079	0.0067	0.0021	0.0015	0.0046	29	
E5	0.0081	0.0196	0.0175	0.0079	0.0162	0.0094	0.0065	0.0154	0.0076	0.0256	0.0211	0.0150	0.0105	0.0094	0.0141	21	
E6	0.0027	0.0100	0.0230	0.0096	0.0226	0.0090	0.0029	0.0224	0.0092	0.0158	0.0106	0.0516	0.0071	0.0113	0.0125	23	

註：A1—充分利用自然通風；A2—充足的自然採光；A3—使用不具毒害的自然塗料；A4—在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5—善用當地文化和景觀元素融入設計；A6—室內景觀設計的美化與獨特性；A7—庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1—服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；

B2—接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3—資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4—餐飲之服務與品質（如民宿主

人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮)；C1－炊事設備(如廚房)；C2－停車空間；C3－安全設施(如緊急照明設備、消防設備)；C4－醫療設施(如急救箱)；C5－客房設施；D1－客房乾淨程度；D2－客房舒適程度；D3－客房隱私性；D4－安全性(顧客平安保險、客房安全)；D5－房間主題特色(如海洋風)；D6－民宿經營特色(如原住民文化)；D7－整體環境空氣氣營造；D8－整體環境清潔衛生程度；E1－主人與房客之互動程度；E2－導覽解說服務；E3－當地體驗活動與餐飲之安排；E4－對社區生活品質之貢獻；E5－主動對當地資源採取保護行動；E6－推廣與保存在地文化資源。



中原大學

表 5-14 南投之民宿經營者之準則排序

準則	民宿經營者					平均值	排序
	H1	H2	I	J	K		
A1	0.0391	0.0151	0.0697	0.0568	0.0730	0.0507	10
A2	0.0393	0.0133	0.0701	0.0582	0.0745	0.0511	8
A3	0.0338	0.0330	0.0456	0.0452	0.0509	0.0417	13
A4	0.0084	0.0022	0.0199	0.0154	0.0167	0.0125	24
A5	0.0060	0.0012	0.0185	0.0153	0.0170	0.0116	27
A6	0.0029	0.0007	0.0212	0.0165	0.0185	0.0119	26
A7	0.0059	0.0013	0.0191	0.0211	0.0190	0.0133	23
B1	0.0545	0.0968	0.0446	0.0471	0.0356	0.0557	4
B2	0.0702	0.0638	0.0173	0.0508	0.0524	0.0509	9
B3	0.0348	0.0198	0.0154	0.0189	0.0188	0.0216	19
B4	0.0490	0.0889	0.0593	0.0498	0.0383	0.0570	3
C1	0.0075	0.0233	0.0059	0.0125	0.0115	0.0121	25
C2	0.0645	0.0616	0.0142	0.0468	0.0509	0.0476	11
C3	0.0448	0.0414	0.0098	0.0214	0.0247	0.0284	17
C4	0.0079	0.0008	0.0034	0.0037	0.0032	0.0038	29
C5	0.0724	0.0249	0.0219	0.0474	0.0517	0.0436	12
D1	0.0501	0.0094	0.0723	0.0628	0.0795	0.0548	6
D2	0.0701	0.0622	0.0497	0.0388	0.0454	0.0533	7
D3	0.0541	0.1294	0.0323	0.0274	0.0326	0.0552	5
D4	0.0689	0.1403	0.0353	0.0335	0.0449	0.0646	1
D5	0.0072	0.0027	0.0200	0.0166	0.0222	0.0138	22

表 5-14 南投之民宿經營者之準則排序 (續)

準則	民宿經營者						平均値	排序
	H1	H2	I	J	K			
D6	0.0560	0.0257	0.0877	0.0732	0.0549		0.0595	2
D7	0.0200	0.0108	0.0356	0.0304	0.0424		0.0278	18
D8	0.0417	0.0291	0.0421	0.0370	0.0365		0.0373	15
E1	0.0343	0.0307	0.0575	0.0486	0.0266		0.0395	14
E2	0.0299	0.0382	0.0278	0.0296	0.0205		0.0292	16
E3	0.0099	0.0140	0.0329	0.0293	0.0119		0.0196	20
E4	0.0011	0.0017	0.0048	0.0039	0.0022		0.0027	30
E5	0.0101	0.0098	0.0298	0.0282	0.0156		0.0187	21
E6	0.0059	0.0081	0.0163	0.0141	0.0084		0.0105	28

註：A1－充分利用自然通風；A2－充足的自然採光；A3－使用不具毒害的自然塗料；A4－在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5－善用當地文化和景觀元素融入設計；A6－室內景觀設計的美化與獨特性；A7－庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1－服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；B2－接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3－資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4－餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）；C1－炊事設備（如廚房）；C2－停車空間；C3－安全設施（如緊急照明設備、消防設備）；C4－醫療設施（如急救箱）；C5－客房設施；D1－客房乾淨程度；D2－客房舒適程度；D3－客房隱私性；D4－安全性（顧客平安保險、客房安全）；D5－房間主題特色（如海洋風）；D6－民宿經營特色（如原住民文化）；D7－整體環境氣氛營造；D8－整體環境清潔衛生程度；E1－主人與房客之互動程度；E2－導覽解說服務；E3－當地體驗活動與餐飲之安排；E4－對社區生活品質之貢獻；E5－主動對當地資源採取保護行動；E6－推廣與保存在地文化資源。

表 5-15 南投之民宿消費者之準則排序

準則	民宿消費者														
	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15
A1	0.0557	0.0328	0.0200	0.0432	0.2211	0.0345	0.0367	0.0321	0.0376	0.0404	0.2094	0.0839	0.0354	0.0639	0.0333
A2	0.0570	0.0335	0.0236	0.0427	0.2100	0.0291	0.0373	0.0331	0.0368	0.0394	0.1983	0.0789	0.0330	0.0651	0.0399
A3	0.0472	0.0345	0.0309	0.0310	0.0159	0.0265	0.0372	0.0412	0.0247	0.0226	0.0230	0.0339	0.0268	0.0464	0.0365
A4	0.0153	0.0029	0.0064	0.0095	0.0113	0.0033	0.0080	0.0041	0.0036	0.0025	0.0072	0.0057	0.0025	0.0159	0.0039
A5	0.0150	0.0035	0.0076	0.0055	0.0054	0.0043	0.0050	0.0059	0.0029	0.0011	0.0045	0.0035	0.0023	0.0155	0.0020
A6	0.0161	0.0020	0.0042	0.0025	0.0047	0.0040	0.0029	0.0019	0.0025	0.0015	0.0109	0.0022	0.0020	0.0101	0.0024
A7	0.0212	0.0019	0.0050	0.0055	0.0068	0.0036	0.0046	0.0067	0.0025	0.0010	0.0157	0.0029	0.0014	0.0146	0.0030
B1	0.0483	0.1014	0.0789	0.0572	0.0464	0.0890	0.0791	0.0940	0.0712	0.0698	0.0399	0.0644	0.0625	0.0474	0.1016
B2	0.0564	0.0864	0.0793	0.0758	0.0108	0.1141	0.1090	0.1021	0.0947	0.0722	0.0205	0.0353	0.0989	0.0554	0.0639
B3	0.0199	0.0276	0.0552	0.0323	0.0088	0.0121	0.0177	0.0161	0.0124	0.0468	0.0138	0.0082	0.0453	0.0194	0.0157
B4	0.0460	0.0911	0.0842	0.0520	0.0365	0.0514	0.0574	0.0778	0.0486	0.0694	0.0348	0.0596	0.0528	0.0445	0.0896
C1	0.0115	0.0239	0.0221	0.0079	0.0020	0.0129	0.0172	0.0303	0.0146	0.0182	0.0091	0.0156	0.0206	0.0111	0.0235
C2	0.0482	0.0763	0.0636	0.0690	0.0105	0.0937	0.1015	0.0918	0.0914	0.0581	0.0193	0.0298	0.0859	0.0473	0.0563
C3	0.0200	0.0489	0.0385	0.0477	0.0095	0.0366	0.0469	0.0407	0.0440	0.0352	0.0129	0.0186	0.0364	0.0196	0.0360
C4	0.0072	0.0040	0.0025	0.0083	0.0004	0.0096	0.0033	0.0027	0.0013	0.0011	0.0004	0.0005	0.0008	0.0067	0.0030
C5	0.0434	0.0516	0.0460	0.0618	0.0117	0.0517	0.0608	0.0577	0.0620	0.0313	0.0179	0.0186	0.0274	0.0416	0.0304
D1	0.0612	0.0204	0.0135	0.0518	0.0621	0.0376	0.0393	0.0374	0.0424	0.0236	0.0590	0.0488	0.0350	0.0691	0.0216
D2	0.0381	0.0736	0.0346	0.0632	0.0874	0.0551	0.0547	0.0620	0.1076	0.1129	0.0493	0.1170	0.0446	0.0416	0.1200
D3	0.0266	0.0482	0.0226	0.0471	0.0579	0.0611	0.0333	0.0392	0.0643	0.0559	0.0465	0.1049	0.0880	0.0287	0.0567
D4	0.0331	0.0604	0.0121	0.0607	0.0295	0.0529	0.0386	0.0369	0.0651	0.0737	0.0303	0.0999	0.0909	0.0341	0.0850
D5	0.0164	0.0108	0.0439	0.0096	0.0135	0.0096	0.0068	0.0045	0.0070	0.0064	0.0069	0.0056	0.0057	0.0068	0.0094
D6	0.0723	0.0307	0.0355	0.0588	0.0262	0.0409	0.0469	0.0382	0.0327	0.0351	0.0194	0.0281	0.0264	0.0670	0.0294

表 5-15 南投之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者														
	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15
D7	0.0307	0.0109	0.0402	0.0259	0.0085	0.0254	0.0247	0.0163	0.0183	0.0085	0.0207	0.0173	0.0241	0.0343	0.0095
D8	0.0374	0.0378	0.0381	0.0446	0.0153	0.0333	0.0405	0.0241	0.0531	0.0209	0.0393	0.0440	0.0314	0.0394	0.0229
E1	0.0493	0.0320	0.0703	0.0410	0.0100	0.0489	0.0330	0.0280	0.0145	0.0677	0.0094	0.0245	0.0374	0.0490	0.0323
E2	0.0304	0.0214	0.0768	0.0211	0.0183	0.0249	0.0286	0.0258	0.0174	0.0560	0.0293	0.0233	0.0569	0.0300	0.0400
E3	0.0287	0.0170	0.0238	0.0092	0.0356	0.0241	0.0132	0.0209	0.0173	0.0153	0.0235	0.0079	0.0084	0.0287	0.0111
E4	0.0040	0.0019	0.0026	0.0009	0.0034	0.0005	0.0006	0.0010	0.0006	0.0007	0.0014	0.0008	0.0009	0.0040	0.0011
E5	0.0291	0.0105	0.0101	0.0095	0.0144	0.0073	0.0111	0.0233	0.0069	0.0068	0.0184	0.0107	0.0069	0.0294	0.0110
E6	0.0143	0.0024	0.0080	0.0049	0.0060	0.0022	0.0044	0.0043	0.0020	0.0059	0.0092	0.0059	0.0094	0.0135	0.0090

準則	民宿消費者														
	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	I1	I2	I3	I4	I5
A1	0.0446	0.0245	0.0322	0.1212	0.0301	0.0239	0.0557	0.2122	0.0938	0.0424	0.0869	0.0248	0.0861	0.0623	0.0116
A2	0.0409	0.0251	0.0370	0.1148	0.0309	0.0242	0.0570	0.2012	0.0894	0.0416	0.0895	0.0221	0.0790	0.0633	0.0103
A3	0.0306	0.0295	0.0353	0.0467	0.0349	0.0297	0.0472	0.0175	0.0244	0.0251	0.0353	0.0408	0.0345	0.0478	0.0212
A4	0.0028	0.0023	0.0035	0.0199	0.0041	0.0044	0.0153	0.0065	0.0075	0.0025	0.0094	0.0030	0.0106	0.0199	0.0013
A5	0.0035	0.0050	0.0020	0.0069	0.0038	0.0023	0.0150	0.0037	0.0046	0.0010	0.0044	0.0013	0.0053	0.0175	0.0014
A6	0.0025	0.0040	0.0011	0.0027	0.0029	0.0026	0.0161	0.0104	0.0025	0.0014	0.0184	0.0015	0.0182	0.0163	0.0026
A7	0.0019	0.0028	0.0021	0.0121	0.0040	0.0028	0.0212	0.0145	0.0033	0.0010	0.0130	0.0015	0.0136	0.0142	0.0025
B1	0.0918	0.0568	0.0977	0.0420	0.0882	0.0888	0.0483	0.0305	0.0582	0.0821	0.0405	0.0928	0.0437	0.0356	0.0836
B2	0.0752	0.0693	0.0704	0.0305	0.0823	0.0752	0.0564	0.0192	0.0284	0.0675	0.0571	0.0669	0.0628	0.0399	0.0577
B3	0.0296	0.0070	0.0331	0.0146	0.0525	0.0506	0.0199	0.0262	0.0075	0.0304	0.0105	0.0233	0.0116	0.0246	0.0231
B4	0.0886	0.0642	0.0905	0.0408	0.0896	0.0889	0.0460	0.0283	0.0511	0.0796	0.0346	0.0841	0.0385	0.0308	0.0786

表 5-15 南投之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者														
	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	I1	I2	I3	I4	I5
C1	0.0232	0.0161	0.0237	0.0107	0.0235	0.0233	0.0115	0.0074	0.0060	0.0209	0.0135	0.0221	0.0150	0.0039	0.0092
C2	0.0670	0.0684	0.0646	0.0298	0.0685	0.0672	0.0482	0.0190	0.0239	0.0590	0.0546	0.0600	0.0622	0.0384	0.0563
C3	0.0431	0.0337	0.0423	0.0201	0.0424	0.0434	0.0200	0.0129	0.0190	0.0376	0.0261	0.0388	0.0308	0.0284	0.0464
C4	0.0013	0.0071	0.0066	0.0043	0.0071	0.0020	0.0072	0.0003	0.0009	0.0008	0.0058	0.0006	0.0018	0.0045	0.0013
C5	0.0416	0.0430	0.0486	0.0161	0.0384	0.0441	0.0434	0.0213	0.0203	0.0336	0.0407	0.0480	0.0380	0.0490	0.0319
D1	0.0284	0.0284	0.0209	0.0341	0.0186	0.0146	0.0612	0.0601	0.0529	0.0248	0.0561	0.0184	0.0525	0.0687	0.0068
D2	0.0883	0.1533	0.0788	0.0523	0.0735	0.0489	0.0381	0.0546	0.1252	0.1159	0.0962	0.1197	0.0648	0.0485	0.0794
D3	0.0369	0.0843	0.0470	0.0601	0.0494	0.0377	0.0266	0.0446	0.1039	0.0647	0.0559	0.0380	0.0344	0.0211	0.1120
D4	0.0517	0.0685	0.0642	0.0662	0.0556	0.0615	0.0331	0.0115	0.0895	0.0866	0.0391	0.0434	0.0438	0.0429	0.1390
D5	0.0145	0.0130	0.0044	0.0036	0.0090	0.0121	0.0164	0.0067	0.0059	0.0052	0.0293	0.0054	0.0295	0.0150	0.0034
D6	0.0318	0.0656	0.0337	0.0406	0.0361	0.0298	0.0723	0.0193	0.0408	0.0350	0.0442	0.0286	0.0430	0.0782	0.0400
D7	0.0158	0.0161	0.0075	0.0101	0.0082	0.0143	0.0307	0.0237	0.0221	0.0058	0.0271	0.0192	0.0313	0.0315	0.0091
D8	0.0217	0.0266	0.0174	0.0224	0.0191	0.0308	0.0374	0.0413	0.0527	0.0205	0.0277	0.0881	0.0531	0.0323	0.0360
E1	0.0374	0.0134	0.0393	0.0416	0.0449	0.0538	0.0493	0.0104	0.0229	0.0458	0.0260	0.0376	0.0191	0.0441	0.0446
E2	0.0373	0.0092	0.0548	0.0392	0.0399	0.0724	0.0304	0.0418	0.0211	0.0416	0.0282	0.0341	0.0242	0.0415	0.0560
E3	0.0170	0.0407	0.0201	0.0345	0.0247	0.0219	0.0287	0.0282	0.0069	0.0145	0.0129	0.0184	0.0069	0.0384	0.0176
E4	0.0030	0.0028	0.0033	0.0091	0.0017	0.0042	0.0040	0.0014	0.0008	0.0006	0.0007	0.0013	0.0110	0.0052	0.0029
E5	0.0092	0.0160	0.0105	0.0375	0.0107	0.0090	0.0291	0.0143	0.0093	0.0076	0.0110	0.0121	0.0111	0.0172	0.0062
E6	0.0189	0.0036	0.0073	0.0160	0.0057	0.0155	0.0143	0.0112	0.0055	0.0049	0.0054	0.0039	0.0238	0.0192	0.0083



表 5-15 南投之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者										平均值	排序			
	J1	J2	J3	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7			K8	K9	K10
A1	0.0421	0.1092	0.1704	0.0553	0.1760	0.0565	0.0375	0.0861	0.1636	0.1368	0.0362	0.0494	0.0905	0.0731	2
A2	0.0361	0.0955	0.1602	0.0565	0.1588	0.0579	0.0377	0.0787	0.1471	0.1347	0.0285	0.0487	0.0915	0.0701	3
A3	0.0493	0.0279	0.0382	0.0470	0.0311	0.0468	0.0314	0.0282	0.0374	0.0416	0.0701	0.0463	0.0393	0.0352	14
A4	0.0068	0.0059	0.0118	0.0148	0.0106	0.0151	0.0110	0.0082	0.0087	0.0145	0.0115	0.0071	0.0127	0.0082	25
A5	0.0072	0.0025	0.0081	0.0144	0.0064	0.0149	0.0139	0.0049	0.0055	0.0051	0.0085	0.0061	0.0056	0.0061	27
A6	0.0048	0.0032	0.0060	0.0152	0.0057	0.0161	0.0044	0.0074	0.0052	0.0091	0.0035	0.0038	0.0069	0.0061	28
A7	0.0037	0.0045	0.0060	0.0205	0.0075	0.0208	0.0032	0.0048	0.0050	0.0129	0.0046	0.0035	0.0085	0.0073	26
B1	0.0664	0.0567	0.0642	0.0507	0.0350	0.0482	0.0300	0.0562	0.0518	0.0456	0.0339	0.0477	0.0347	0.0617	4
B2	0.0295	0.0330	0.0148	0.0648	0.0479	0.0563	0.0559	0.0428	0.0398	0.0203	0.0218	0.0611	0.0257	0.0569	6
B3	0.0072	0.0052	0.0133	0.0217	0.0048	0.0199	0.0404	0.0287	0.0162	0.0054	0.0173	0.0220	0.0210	0.0218	18
B4	0.0667	0.0517	0.0610	0.0437	0.0282	0.0462	0.0304	0.0632	0.0497	0.0453	0.0339	0.0410	0.0432	0.0566	7
C1	0.0078	0.0136	0.0160	0.0109	0.0085	0.0116	0.0038	0.0188	0.0130	0.0119	0.0040	0.0108	0.0113	0.0142	22
C2	0.0287	0.0295	0.0132	0.0537	0.0443	0.0481	0.0549	0.0334	0.0325	0.0195	0.0170	0.0608	0.0224	0.0509	9
C3	0.0236	0.0190	0.0085	0.0212	0.0203	0.0200	0.0444	0.0179	0.0199	0.0131	0.0133	0.0414	0.0143	0.0291	17
C4	0.0024	0.0014	0.0016	0.0082	0.0040	0.0073	0.0148	0.0032	0.0055	0.0002	0.0013	0.0035	0.0007	0.0037	29
C5	0.0094	0.0190	0.0091	0.0459	0.0394	0.0433	0.0617	0.0197	0.0337	0.0162	0.0339	0.0652	0.0231	0.0370	12
D1	0.0227	0.0554	0.0476	0.0610	0.1049	0.0620	0.0221	0.0499	0.0968	0.0790	0.0487	0.0400	0.0534	0.0445	10
D2	0.0561	0.1548	0.0746	0.0330	0.0610	0.0382	0.0491	0.0979	0.0595	0.1132	0.1564	0.0893	0.1061	0.0788	1
D3	0.1670	0.0942	0.0372	0.0233	0.0376	0.0267	0.0726	0.0370	0.0323	0.0570	0.0734	0.0438	0.0698	0.0551	8
D4	0.2026	0.0752	0.0271	0.0309	0.0432	0.0331	0.0951	0.0479	0.0390	0.0400	0.1357	0.0733	0.0690	0.0607	5
D5	0.0029	0.0145	0.0178	0.0117	0.0097	0.0165	0.0330	0.0323	0.0100	0.0198	0.0145	0.0198	0.0343	0.0133	23

表 5-15 南投之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者													平均值	排序
	J1	J2	J3	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10		
D6	0.0425	0.0270	0.0335	0.0710	0.0402	0.0725	0.0680	0.0603	0.0342	0.0214	0.0251	0.0398	0.0431	0.0420	11
D7	0.0098	0.0132	0.0106	0.0292	0.0093	0.0306	0.0146	0.0315	0.0100	0.0170	0.0497	0.0229	0.0477	0.0205	19
D8	0.0223	0.0195	0.0139	0.0379	0.0138	0.0370	0.0268	0.0227	0.0146	0.0617	0.1146	0.0677	0.0595	0.0363	13
E1	0.0249	0.0224	0.0216	0.0503	0.0218	0.0492	0.0479	0.0459	0.0291	0.0125	0.0101	0.0137	0.0196	0.0336	15
E2	0.0183	0.0210	0.0330	0.0316	0.0090	0.0302	0.0450	0.0390	0.0166	0.0101	0.0123	0.0248	0.0191	0.0321	16
E3	0.0089	0.0074	0.0192	0.0286	0.0062	0.0299	0.0311	0.0132	0.0069	0.0114	0.0041	0.0175	0.0083	0.0188	20
E4	0.0034	0.0014	0.0103	0.0040	0.0012	0.0038	0.0021	0.0048	0.0013	0.0037	0.0005	0.0042	0.0007	0.0027	30
E5	0.0144	0.0106	0.0300	0.0288	0.0105	0.0282	0.0104	0.0085	0.0113	0.0135	0.0130	0.0140	0.0124	0.0145	21
E6	0.0127	0.0057	0.0212	0.0143	0.0030	0.0134	0.0068	0.0073	0.0038	0.0079	0.0027	0.0110	0.0057	0.0088	24

註：A1—充分利用自然通風；A2—充足的自然採光；A3—使用不具毒害的自然塗料；A4—在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5—善用當地文化和景觀元素融入設計；A6—室內景觀設計的美化與獨特性；A7—庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1—服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；B2—接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3—資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4—餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）；C1—炊事設備（如廚房）；C2—停車空間；C3—安全設施（如緊急照明設備、消防設備）；C4—醫療設施（如急救箱）；C5—客房設施；D1—客房乾淨程度；D2—客房舒適程度；D3—客房隱私性；D4—安全性（顧客平安保險、客房安全）；D5—房間主題特色（如海洋風）；D6—民宿經營特色（如原住民文化）；D7—整體環境空氣營造；D8—整體環境清潔衛生程度；E1—主人與房客之互動程度；E2—導覽解說服務；E3—當地體驗活動與餐飲之安排；E4—對社區生活品質之貢獻；E5—主動對當地資源採取保護行動；E6—推廣與保存在地文化資源。

表 5-16 屏東之民宿經營者之準則排序

準則	民宿經營者					平均值	排序
	L	M	N	O	P	Q	
A1	0.0516	0.0734	0.0590	0.0400	0.0701	0.0535	3
A2	0.0455	0.0753	0.0607	0.0411	0.0715	0.0471	4
A3	0.0477	0.0516	0.0464	0.0621	0.0524	0.0496	8
A4	0.0045	0.0166	0.0150	0.0094	0.0161	0.0082	26
A5	0.0010	0.0189	0.0162	0.0069	0.0162	0.0028	27
A6	0.0028	0.0194	0.0169	0.0265	0.0176	0.0022	22
A7	0.0021	0.0110	0.0142	0.0287	0.0184	0.0049	23
B1	0.0511	0.0386	0.0470	0.0475	0.0381	0.0466	9
B2	0.0289	0.0593	0.0506	0.0554	0.0570	0.0169	10
B3	0.0070	0.0207	0.0188	0.0204	0.0199	0.0097	21
B4	0.0429	0.0394	0.0494	0.0523	0.0374	0.0414	11
C1	0.0024	0.0118	0.0124	0.0131	0.0112	0.0023	28
C2	0.0284	0.0569	0.0466	0.0523	0.0517	0.0154	12
C3	0.0258	0.0273	0.0213	0.0246	0.0232	0.0139	18
C4	0.0019	0.0032	0.0036	0.0080	0.0063	0.0007	30
C5	0.0132	0.0486	0.0469	0.0458	0.0474	0.0097	15
D1	0.0281	0.0767	0.0650	0.0457	0.0760	0.0292	7
D2	0.0755	0.0412	0.0390	0.0393	0.0440	0.1001	5
D3	0.1629	0.0274	0.0277	0.0259	0.0313	0.1370	2
D4	0.1967	0.0388	0.0339	0.0557	0.0442	0.1731	1
D5	0.0053	0.0219	0.0169	0.0057	0.0211	0.0058	25

表 5-16 屏東之民宿經營者之準則排序 (續)

準則	民宿經營者						平均值	排序
	L	M	N	O	P	Q		
D6	0.0343	0.0549	0.0717	0.0795	0.0566	0.0275	0.0541	6
D7	0.0139	0.0428	0.0311	0.0180	0.0421	0.0205	0.0281	16
D8	0.0407	0.0349	0.0355	0.0409	0.0360	0.0434	0.0386	13
E1	0.0281	0.0281	0.0484	0.0474	0.0322	0.0388	0.0372	14
E2	0.0189	0.0220	0.0295	0.0298	0.0229	0.0353	0.0264	17
E3	0.0085	0.0126	0.0293	0.0316	0.0124	0.0099	0.0174	20
E4	0.0043	0.0023	0.0040	0.0038	0.0023	0.0148	0.0052	29
E5	0.0144	0.0159	0.0288	0.0338	0.0159	0.0147	0.0206	19
E6	0.0119	0.0087	0.0142	0.0090	0.0087	0.0252	0.0130	24

註：A1—充分利用自然通風；A2—充足的自然採光；A3—使用不具毒害的自然塗料；A4—在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5—善用當地文化和景觀元素融入設計；A6—室內景觀設計的美化與獨特性；A7—庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1—服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；B2—接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3—資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4—餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）；C1—炊事設備（如廚房）；C2—停車空間；C3—安全設施（如緊急照明設備、消防設備）；C4—醫療設施（如急救箱）；C5—客房設施；D1—客房乾淨程度；D2—客房舒適程度；D3—客房隱私性；D4—安全性（顧客平安保險、客房安全）；D5—房間主題特色（如海洋風）；D6—民宿經營特色（如原住民文化）；D7—整體環境氣氛營造；D8—整體環境清潔衛生程度；E1—主人與房客之互動程度；E2—導覽解說服務；E3—當地體驗活動與餐飲之安排；E4—對社區生活品質之貢獻；E5—主動對當地資源採取保護行動；E6—推廣與保存在地文化資源。

表 5-17 屏東之民宿消費者之準則排序

準則	民宿消費者									
	L1	L2	L3	L4	M1	M2	N1	N2	O1	O2
A1	0.1606	0.0550	0.0401	0.0361	0.0778	0.0950	0.0660	0.0327	0.0589	0.0403
A2	0.1845	0.0486	0.0441	0.0331	0.0786	0.0965	0.0686	0.0332	0.0550	0.0382
A3	0.0131	0.0503	0.0315	0.0300	0.0478	0.0350	0.0531	0.0305	0.0574	0.0165
A4	0.0084	0.0049	0.0018	0.0013	0.0143	0.0166	0.0157	0.0035	0.0084	0.0022
A5	0.0055	0.0012	0.0019	0.0006	0.0054	0.0106	0.0112	0.0019	0.0030	0.0025
A6	0.0043	0.0034	0.0053	0.0033	0.0069	0.0119	0.0208	0.0035	0.0064	0.0039
A7	0.0035	0.0023	0.0015	0.0020	0.0134	0.0161	0.0163	0.0041	0.0090	0.0024
B1	0.0291	0.0473	0.0805	0.0801	0.0413	0.0233	0.0379	0.0719	0.1089	0.1007
B2	0.0178	0.0315	0.0562	0.0711	0.0622	0.0583	0.0545	0.0607	0.0223	0.0722
B3	0.0046	0.0098	0.0212	0.0402	0.0207	0.0241	0.0261	0.0408	0.0151	0.0167
B4	0.0222	0.0427	0.0822	0.0843	0.0340	0.0239	0.0377	0.0712	0.1067	0.0840
C1	0.0026	0.0050	0.0216	0.0221	0.0102	0.0090	0.0113	0.0187	0.0280	0.0099
C2	0.0159	0.0306	0.0539	0.0673	0.0571	0.0570	0.0489	0.0518	0.0193	0.0709
C3	0.0128	0.0251	0.0361	0.0447	0.0260	0.0278	0.0217	0.0326	0.0122	0.0585
C4	0.0004	0.0018	0.0019	0.0044	0.0013	0.0031	0.0070	0.0022	0.0003	0.0027
C5	0.0117	0.0161	0.0421	0.0537	0.0523	0.0493	0.0467	0.0354	0.0154	0.0718
D1	0.1000	0.0304	0.0265	0.0254	0.0840	0.0981	0.0725	0.0209	0.0168	0.0299
D2	0.0846	0.0778	0.0928	0.0716	0.0596	0.0571	0.0422	0.0835	0.0781	0.0840
D3	0.1031	0.1411	0.0489	0.0294	0.0391	0.0380	0.0296	0.0570	0.0410	0.0329
D4	0.1059	0.1697	0.0421	0.0230	0.0512	0.0402	0.0368	0.0594	0.0284	0.0447
D5	0.0096	0.0090	0.0233	0.0116	0.0065	0.0104	0.0195	0.0184	0.0039	0.0157

表 5-17 屏東之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	屏東之民宿消費者之準則排序 (續)										
	民宿消費者										
	L1	L2	L3	L4	M1	M2	N1	N2	O1	O2	
D6	0.0190	0.0345	0.0301	0.0337	0.0392	0.0436	0.0605	0.0340	0.0232	0.0419	
D7	0.0135	0.0279	0.0467	0.0286	0.0136	0.0265	0.0326	0.0351	0.0113	0.0148	
D8	0.0148	0.0473	0.0825	0.0632	0.0455	0.0327	0.0392	0.0500	0.0580	0.0706	
E1	0.0148	0.0287	0.0246	0.0557	0.0310	0.0382	0.0331	0.0474	0.0506	0.0278	
E2	0.0146	0.0201	0.0241	0.0492	0.0243	0.0259	0.0297	0.0567	0.0413	0.0217	
E3	0.0030	0.0056	0.0237	0.0202	0.0133	0.0093	0.0156	0.0239	0.0321	0.0148	
E4	0.0056	0.0045	0.0010	0.0007	0.0037	0.0023	0.0019	0.0018	0.0151	0.0006	
E5	0.0047	0.0152	0.0092	0.0088	0.0281	0.0110	0.0310	0.0091	0.0415	0.0051	
E6	0.0099	0.0126	0.0029	0.0048	0.0118	0.0094	0.0124	0.0084	0.0326	0.0024	
準則	屏東之民宿消費者之準則排序 (續)										
	民宿消費者										
	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12	
A1	0.0938	0.0982	0.0799	0.0272	0.1501	0.0356	0.0908	0.0917	0.0262	0.0518	
A2	0.1018	0.1132	0.0925	0.0249	0.1581	0.0433	0.0925	0.0935	0.0248	0.0530	
A3	0.0215	0.0127	0.0305	0.0371	0.0287	0.0317	0.0396	0.0386	0.0591	0.0267	
A4	0.0044	0.0019	0.0043	0.0039	0.0112	0.0024	0.0156	0.0144	0.0086	0.0038	
A5	0.0048	0.0019	0.0047	0.0021	0.0098	0.0017	0.0185	0.0168	0.0067	0.0057	
A6	0.0029	0.0053	0.0067	0.0012	0.0108	0.0071	0.0206	0.0216	0.0035	0.0061	
A7	0.0017	0.0020	0.0046	0.0025	0.0110	0.0054	0.0195	0.0184	0.0081	0.0058	
B1	0.0471	0.0511	0.0581	0.1175	0.0404	0.0875	0.0396	0.0309	0.0949	0.0416	
B2	0.0351	0.0300	0.0346	0.0823	0.0183	0.0574	0.0483	0.0453	0.1050	0.1003	
B3	0.0115	0.0089	0.0103	0.0207	0.0056	0.0148	0.0054	0.0128	0.0147	0.0473	

表 5-17 屏東之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	屏東之民宿消費者之準則排序 (續)										
	民宿消費者										
	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12	
B4	0.0474	0.0419	0.0562	0.1007	0.0403	0.0880	0.0391	0.0355	0.0956	0.0479	
C1	0.0124	0.0049	0.0147	0.0264	0.0106	0.0231	0.0117	0.0106	0.0358	0.0144	
C2	0.0301	0.0286	0.0299	0.0732	0.0168	0.0551	0.0470	0.0438	0.1030	0.0868	
C3	0.0190	0.0234	0.0189	0.0471	0.0110	0.0369	0.0228	0.0212	0.0505	0.0366	
C4	0.0011	0.0004	0.0004	0.0021	0.0007	0.0006	0.0067	0.0024	0.0021	0.0024	
C5	0.0182	0.0147	0.0187	0.0453	0.0138	0.0348	0.0478	0.0567	0.0413	0.0647	
D1	0.0573	0.0616	0.0500	0.0159	0.0895	0.0230	0.0970	0.1007	0.0157	0.0564	
D2	0.1438	0.0941	0.1303	0.0919	0.0981	0.1091	0.0474	0.0514	0.0301	0.0648	
D3	0.1357	0.1379	0.1154	0.0545	0.0768	0.1086	0.0343	0.0396	0.0235	0.0213	
D4	0.0674	0.1577	0.0918	0.0479	0.0721	0.0666	0.0413	0.0413	0.0561	0.0415	
D5	0.0201	0.0060	0.0202	0.0050	0.0181	0.0251	0.0241	0.0287	0.0137	0.0086	
D6	0.0199	0.0292	0.0344	0.0409	0.0213	0.0233	0.0582	0.0528	0.0294	0.0438	
D7	0.0199	0.0117	0.0084	0.0059	0.0233	0.0228	0.0401	0.0386	0.0152	0.0116	
D8	0.0248	0.0250	0.0219	0.0128	0.0215	0.0290	0.0312	0.0264	0.0286	0.0346	
E1	0.0224	0.0062	0.0197	0.0409	0.0071	0.0244	0.0237	0.0260	0.0263	0.0632	
E2	0.0170	0.0120	0.0183	0.0357	0.0094	0.0168	0.0107	0.0120	0.0209	0.0361	
E3	0.0095	0.0110	0.0118	0.0176	0.0134	0.0090	0.0084	0.0113	0.0298	0.0123	
E4	0.0008	0.0006	0.0010	0.0017	0.0009	0.0022	0.0008	0.0005	0.0023	0.0005	
E5	0.0068	0.0037	0.0092	0.0112	0.0100	0.0095	0.0130	0.0123	0.0184	0.0071	
E6	0.0022	0.0044	0.0028	0.0040	0.0016	0.0054	0.0042	0.0044	0.0101	0.0036	

表 5-17 屏東之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者										
	O13	O14	O15	O16	O17	O18	O19	O20	O21	O22	
A1	0.0372	0.0613	0.0422	0.0525	0.0538	0.0110	0.0193	0.0896	0.2315	0.0511	
A2	0.0434	0.0525	0.0499	0.0543	0.0510	0.0098	0.0178	0.0903	0.2086	0.0446	
A3	0.0649	0.0561	0.0222	0.0473	0.0239	0.0449	0.0500	0.0521	0.0199	0.0639	
A4	0.0122	0.0167	0.0099	0.0151	0.0070	0.0027	0.0114	0.0178	0.0115	0.0182	
A5	0.0133	0.0161	0.0098	0.0147	0.0060	0.0015	0.0212	0.0079	0.0057	0.0085	
A6	0.0313	0.0152	0.0177	0.0176	0.0081	0.0052	0.0149	0.0071	0.0044	0.0037	
A7	0.0308	0.0145	0.0167	0.0222	0.0094	0.0029	0.0098	0.0143	0.0087	0.0155	
B1	0.0791	0.0351	0.0555	0.0512	0.0598	0.1199	0.0591	0.0473	0.0261	0.0495	
B2	0.0631	0.0718	0.0537	0.0553	0.0664	0.0822	0.0922	0.0299	0.0127	0.0439	
B3	0.0297	0.0239	0.0346	0.0169	0.0132	0.0182	0.0421	0.0068	0.0027	0.0300	
B4	0.0870	0.0315	0.0787	0.0498	0.0479	0.1079	0.0796	0.0386	0.0225	0.0527	
C1	0.0228	0.0118	0.0120	0.0124	0.0071	0.0283	0.0310	0.0039	0.0023	0.0138	
C2	0.0597	0.0694	0.0484	0.0470	0.0652	0.0803	0.0874	0.0228	0.0114	0.0364	
C3	0.0398	0.0335	0.0333	0.0194	0.0467	0.0543	0.0413	0.0154	0.0082	0.0225	
C4	0.0025	0.0122	0.0031	0.0084	0.0031	0.0021	0.0023	0.0031	0.0017	0.0005	
C5	0.0416	0.0473	0.0402	0.0430	0.0948	0.0515	0.0442	0.0180	0.0172	0.0162	
D1	0.0243	0.0608	0.0468	0.0555	0.0698	0.0112	0.0189	0.0920	0.1137	0.0279	
D2	0.0297	0.0496	0.0792	0.0448	0.0993	0.0828	0.0273	0.0519	0.0829	0.0406	
D3	0.0189	0.0232	0.0348	0.0319	0.0340	0.0167	0.0281	0.0589	0.0401	0.0702	
D4	0.0476	0.0313	0.0413	0.0304	0.0288	0.0597	0.0572	0.0786	0.0208	0.1027	
D5	0.0111	0.0261	0.0306	0.0206	0.0258	0.0114	0.0222	0.0081	0.0044	0.0105	



表 5-17 屏東之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	屏東消費者										
	O13	O14	O15	O16	O17	O18	O19	O20	O21	O22	
D6	0.0551	0.0523	0.0949	0.0844	0.0440	0.0315	0.0481	0.0498	0.0271	0.0234	
D7	0.0229	0.0385	0.0156	0.0275	0.0209	0.0113	0.0269	0.0187	0.0136	0.0258	
D8	0.0295	0.0354	0.0263	0.0230	0.0643	0.0389	0.0194	0.0474	0.0269	0.0291	
E1	0.0399	0.0339	0.0495	0.0495	0.0220	0.0416	0.0560	0.0424	0.0244	0.0569	
E2	0.0213	0.0296	0.0281	0.0289	0.0110	0.0324	0.0348	0.0173	0.0096	0.0773	
E3	0.0148	0.0132	0.0124	0.0302	0.0069	0.0164	0.0161	0.0171	0.0096	0.0210	
E4	0.0018	0.0038	0.0007	0.0039	0.0003	0.0012	0.0022	0.0061	0.0045	0.0048	
E5	0.0199	0.0162	0.0077	0.0281	0.0078	0.0134	0.0133	0.0316	0.0211	0.0191	
E6	0.0049	0.0171	0.0045	0.0144	0.0018	0.0092	0.0062	0.0153	0.0064	0.0200	
準則	屏東消費者										
	O23	O24	O25	O26	O27	O28	O29	O30	P1	P2	
A1	0.0584	0.0221	0.0315	0.1224	0.0939	0.0557	0.1735	0.0465	0.0525	0.0481	
A2	0.0601	0.0253	0.0276	0.0905	0.0853	0.0554	0.1688	0.0493	0.0469	0.0496	
A3	0.0519	0.0425	0.0349	0.0282	0.0241	0.0380	0.0240	0.0290	0.0271	0.0186	
A4	0.0122	0.0026	0.0043	0.0171	0.0099	0.0044	0.0082	0.0102	0.0024	0.0053	
A5	0.0134	0.0005	0.0031	0.0044	0.0055	0.0024	0.0102	0.0067	0.0008	0.0025	
A6	0.0207	0.0017	0.0017	0.0350	0.0110	0.0134	0.0072	0.0073	0.0016	0.0041	
A7	0.0247	0.0029	0.0022	0.0277	0.0109	0.0087	0.0035	0.0078	0.0012	0.0017	
B1	0.0486	0.1004	0.0826	0.0348	0.0608	0.1082	0.0124	0.0391	0.0895	0.0843	
B2	0.0508	0.0582	0.0667	0.0455	0.0280	0.0564	0.0101	0.0339	0.0616	0.0523	
B3	0.0203	0.0131	0.0098	0.0057	0.0087	0.0156	0.0063	0.0210	0.0165	0.0156	

表 5-17 屏東之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者									
	O23	O24	O25	O26	O27	O28	O29	O30	P1	P2
B4	0.0605	0.0921	0.0681	0.0323	0.0568	0.0973	0.0166	0.0444	0.0839	0.0732
C1	0.0151	0.0242	0.0199	0.0097	0.0067	0.0255	0.0043	0.0056	0.0220	0.0086
C2	0.0485	0.0565	0.0652	0.0442	0.0263	0.0480	0.0099	0.0265	0.0592	0.0505
C3	0.0231	0.0380	0.0381	0.0214	0.0214	0.0301	0.0067	0.0181	0.0397	0.0415
C4	0.0065	0.0023	0.0010	0.0019	0.0023	0.0009	0.0002	0.0067	0.0009	0.0011
C5	0.0460	0.0226	0.0367	0.0618	0.0212	0.0335	0.0098	0.0362	0.0431	0.0433
D1	0.0614	0.0142	0.0173	0.1196	0.0528	0.0163	0.0992	0.0531	0.0330	0.0302
D2	0.0342	0.0636	0.1356	0.0709	0.1230	0.0858	0.1455	0.0731	0.1208	0.1069
D3	0.0290	0.1203	0.1135	0.0101	0.0529	0.0169	0.1007	0.0627	0.0274	0.0525
D4	0.0504	0.1356	0.0654	0.0128	0.0700	0.0286	0.0553	0.0599	0.0461	0.0612
D5	0.0110	0.0032	0.0107	0.0208	0.0178	0.0052	0.0172	0.0152	0.0050	0.0201
D6	0.0567	0.0224	0.0324	0.0498	0.0444	0.0286	0.0269	0.0885	0.0264	0.0422
D7	0.0181	0.0111	0.0099	0.0295	0.0242	0.0169	0.0199	0.0346	0.0189	0.0362
D8	0.0330	0.0312	0.0265	0.0546	0.0776	0.0730	0.0118	0.0563	0.0863	0.0704
E1	0.0322	0.0299	0.0300	0.0199	0.0234	0.0378	0.0107	0.0684	0.0334	0.0321
E2	0.0294	0.0234	0.0323	0.0081	0.0202	0.0306	0.0119	0.0441	0.0244	0.0231
E3	0.0329	0.0167	0.0176	0.0073	0.0091	0.0250	0.0114	0.0258	0.0106	0.0090
E4	0.0054	0.0038	0.0012	0.0011	0.0009	0.0062	0.0036	0.0014	0.0045	0.0029
E5	0.0305	0.0143	0.0107	0.0110	0.0072	0.0283	0.0081	0.0180	0.0082	0.0061
E6	0.0150	0.0055	0.0039	0.0018	0.0036	0.0076	0.0062	0.0105	0.0061	0.0069

表 5-17 屏東之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者							平均值	排序	
	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9			
A1	0.0883	0.1221	0.1239	0.0573	0.0565	0.0582	0.0589	0.0694	0.0707	2
A2	0.0892	0.1117	0.1098	0.0491	0.0513	0.0521	0.0527	0.0709	0.0697	3
A3	0.0275	0.0157	0.0140	0.0127	0.0131	0.0136	0.0142	0.0759	0.0342	14
A4	0.0104	0.0045	0.0065	0.0053	0.0031	0.0033	0.0025	0.0086	0.0081	26
A5	0.0034	0.0014	0.0049	0.0021	0.0013	0.0007	0.0006	0.0047	0.0060	28
A6	0.0059	0.0035	0.0028	0.0014	0.0021	0.0024	0.0020	0.0065	0.0086	24
A7	0.0024	0.0011	0.0018	0.0011	0.0013	0.0012	0.0009	0.0079	0.0084	25
B1	0.0545	0.0488	0.0493	0.0634	0.0821	0.0841	0.0881	0.0463	0.0623	4
B2	0.0273	0.0286	0.0256	0.0511	0.0559	0.0548	0.0568	0.0248	0.0505	9
B3	0.0120	0.0101	0.0076	0.0135	0.0137	0.0158	0.0118	0.0145	0.0171	19
B4	0.0530	0.0440	0.0431	0.0533	0.0633	0.0714	0.0723	0.0470	0.0594	6
C1	0.0062	0.0052	0.0051	0.0063	0.0074	0.0084	0.0085	0.0123	0.0135	22
C2	0.0259	0.0275	0.0239	0.0507	0.0487	0.0532	0.0556	0.0226	0.0470	11
C3	0.0212	0.0226	0.0195	0.0419	0.0391	0.0438	0.0458	0.0147	0.0297	16
C4	0.0007	0.0004	0.0003	0.0011	0.0008	0.0012	0.0009	0.0010	0.0024	30
C5	0.0242	0.0269	0.0190	0.0361	0.0369	0.0461	0.0505	0.0172	0.0370	13
D1	0.0526	0.0700	0.0694	0.0344	0.0349	0.0365	0.0373	0.0406	0.0514	8
D2	0.0851	0.1568	0.0717	0.0581	0.0507	0.1212	0.1407	0.0852	0.0814	1
D3	0.0556	0.0458	0.0625	0.0779	0.0702	0.0421	0.0306	0.0960	0.0569	7
D4	0.0617	0.0435	0.0660	0.0975	0.0711	0.0554	0.0454	0.1235	0.0611	5
D5	0.0213	0.0066	0.0181	0.0110	0.0190	0.0079	0.0042	0.0107	0.0144	20

表 5-17 屏東之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者								平均值	排序
	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	Q1		
D6	0.0407	0.0287	0.0214	0.0411	0.0311	0.0377	0.0340	0.0244	0.0396	12
D7	0.0598	0.0216	0.0758	0.0577	0.0688	0.0227	0.0145	0.0161	0.0255	18
D8	0.0906	0.0980	0.0991	0.0854	0.1027	0.0938	0.1054	0.0215	0.0483	10
E1	0.0297	0.0201	0.0231	0.0357	0.0322	0.0289	0.0275	0.0422	0.0330	15
E2	0.0212	0.0175	0.0177	0.0277	0.0248	0.0217	0.0187	0.0457	0.0256	17
E3	0.0055	0.0052	0.0048	0.0066	0.0070	0.0091	0.0062	0.0174	0.0142	21
E4	0.0055	0.0021	0.0030	0.0058	0.0012	0.0037	0.0028	0.0023	0.0028	29
E5	0.0093	0.0051	0.0050	0.0044	0.0042	0.0043	0.0044	0.0230	0.0134	23
E6	0.0092	0.0050	0.0056	0.0105	0.0054	0.0048	0.0060	0.0071	0.0077	27

註：A1—充分利用自然通風；A2—充足的自然採光；A3—使用不具毒害的自然塗料；A4—在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5—善用當地文化和景觀元素融入設計；A6—室內景觀設計的美化與獨特性；A7—庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1—服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；B2—接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3—資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4—餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）；C1—炊事設備（如廚房）；C2—停車空間；C3—安全設施（如緊急照明設備、消防設備）；C4—醫療設施（如急救箱）；C5—客房設施；D1—客房乾淨程度；D2—客房舒適程度；D3—客房隱私性；D4—安全性（顧客平安保險、客房安全）；D5—房間主題特色（如海洋風）；D6—民宿經營特色（如原住民文化）；D7—整體環境氣氛營造；D8—整體環境清潔衛生程度；E1—主人與房客之互動程度；E2—導覽解說服務；E3—當地體驗活動與餐飲之安排；E4—對社區生活品質之貢獻；E5—主動對當地資源採取保護行動；E6—推廣與保存在地文化資源。

表 5-18 花蓮之民宿經營者之準則排序

準則	民宿經營者							平均值	排序
	S	T1	T2	U1	U2	V	W		
A1	0.1256	0.0754	0.0878	0.0437	0.0903	0.0633	0.0757	0.0802	1
A2	0.1281	0.0778	0.0923	0.0400	0.0945	0.0491	0.0779	0.0799	2
A3	0.0555	0.0492	0.0371	0.0338	0.0508	0.0291	0.0340	0.0413	10
A4	0.0155	0.0151	0.0117	0.0086	0.0134	0.0068	0.0073	0.0112	25
A5	0.0069	0.0125	0.0112	0.0068	0.0143	0.0053	0.0052	0.0089	26
A6	0.0199	0.0241	0.0362	0.0091	0.0179	0.0038	0.0080	0.0170	20
A7	0.0203	0.0226	0.0290	0.0059	0.0180	0.0039	0.0086	0.0155	21
B1	0.0375	0.0396	0.0345	0.0503	0.0263	0.0726	0.0505	0.0445	8
B2	0.0454	0.0455	0.0383	0.0458	0.0348	0.0403	0.0202	0.0386	11
B3	0.0094	0.0237	0.0212	0.0218	0.0109	0.0066	0.0107	0.0149	22
B4	0.0381	0.0375	0.0381	0.0499	0.0294	0.0684	0.0379	0.0427	9
C1	0.0149	0.0057	0.0058	0.0062	0.0088	0.0179	0.0026	0.0088	27
C2	0.0436	0.0407	0.0343	0.0409	0.0316	0.0345	0.0133	0.0341	16
C3	0.0209	0.0279	0.0235	0.0295	0.0142	0.0218	0.0103	0.0211	19
C4	0.0036	0.0068	0.0079	0.0016	0.0012	0.0003	0.0015	0.0033	29
C5	0.0416	0.0466	0.0523	0.0439	0.0212	0.0221	0.0118	0.0342	15
D1	0.0778	0.0832	0.0975	0.0481	0.0954	0.0584	0.0223	0.0690	4
D2	0.0406	0.0447	0.0470	0.0779	0.0512	0.1582	0.0789	0.0712	3
D3	0.0287	0.0355	0.0173	0.0928	0.0378	0.0839	0.0924	0.0555	6
D4	0.0421	0.0494	0.0363	0.1068	0.0666	0.0598	0.1023	0.0662	5
D5	0.0194	0.0236	0.0281	0.0256	0.0182	0.0368	0.0104	0.0231	18

表 5-18 花蓮之民宿經營者之準則排序 (續)

準則	民宿經營者							平均値	排序
	S	T1	T2	U1	U2	V	W		
D6	0.0309	0.0573	0.0665	0.0587	0.0608	0.0439	0.0475	0.0522	7
D7	0.0368	0.0430	0.0419	0.0268	0.0417	0.0321	0.0222	0.0349	13
D8	0.0332	0.0387	0.0401	0.0383	0.0381	0.0172	0.0422	0.0354	12
E1	0.0219	0.0290	0.0243	0.0289	0.0443	0.0230	0.0688	0.0343	14
E2	0.0104	0.0235	0.0200	0.0239	0.0266	0.0187	0.0558	0.0256	17
E3	0.0061	0.0064	0.0092	0.0160	0.0143	0.0099	0.0301	0.0131	24
E4	0.0033	0.0009	0.0005	0.0006	0.0035	0.0010	0.0092	0.0027	30
E5	0.0173	0.0103	0.0078	0.0091	0.0161	0.0090	0.0255	0.0136	23
E6	0.0046	0.0043	0.0026	0.0089	0.0081	0.0026	0.0171	0.0069	28

註：A1—充分利用自然通風；A2—充足的自然採光；A3—使用不具毒害的自然塗料；A4—在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5—善用當地文化和景觀元素融入設計；A6—室內景觀設計的美化與獨特性；A7—庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1—服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；B2—接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3—資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4—餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）；C1—炊事設備（如廚房）；C2—停車空間；C3—安全設施（如緊急照明設備、消防設備）；C4—醫療設施（如急救箱）；C5—客房設施；D1—客房乾淨程度；D2—客房舒適程度；D3—客房隱私性；D4—安全性（顧客平安保險、客房安全）；D5—房間主題特色（如海洋風）；D6—民宿經營特色（如原住民文化）；D7—整體環境氣氛營造；D8—整體環境清潔衛生程度；E1—主人與房客之互動程度；E2—導覽解說服務；E3—當地體驗活動與餐飲之安排；E4—對社區生活品質之貢獻；E5—主動對當地資源採取保護行動；E6—推廣與保存在地文化資源。

表 5-19 花蓮之民宿消費者之準則排序

準則	民宿消費者														
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9
A1	0.0152	0.0313	0.0166	0.0099	0.0287	0.1885	0.1042	0.1240	0.0194	0.0839	0.0782	0.0210	0.0871	0.1616	0.1077
A2	0.0184	0.0351	0.0152	0.0052	0.0319	0.1856	0.1081	0.1287	0.0194	0.0767	0.0789	0.0175	0.0887	0.1551	0.1088
A3	0.0432	0.0336	0.0411	0.0321	0.0459	0.0272	0.0406	0.0404	0.0367	0.0230	0.0453	0.0414	0.0270	0.0214	0.0430
A4	0.0070	0.0073	0.0025	0.0021	0.0037	0.0079	0.0141	0.0161	0.0023	0.0096	0.0088	0.0072	0.0093	0.0095	0.0110
A5	0.0082	0.0061	0.0008	0.0021	0.0023	0.0084	0.0088	0.0120	0.0015	0.0094	0.0084	0.0011	0.0118	0.0102	0.0060
A6	0.0034	0.0086	0.0015	0.0011	0.0015	0.0092	0.0105	0.0121	0.0009	0.0069	0.0078	0.0047	0.0118	0.0108	0.0123
A7	0.0033	0.0055	0.0015	0.0010	0.0018	0.0075	0.0098	0.0146	0.0022	0.0063	0.0094	0.0033	0.0080	0.0037	0.0078
B1	0.0585	0.0876	0.1073	0.0930	0.0728	0.0315	0.0609	0.0376	0.1264	0.0386	0.0623	0.0743	0.0559	0.0342	0.0528
B2	0.0561	0.0513	0.0801	0.0577	0.0537	0.0420	0.0386	0.0340	0.0899	0.0277	0.0590	0.0746	0.0276	0.0243	0.0349
B3	0.0643	0.0238	0.0278	0.0170	0.0328	0.0081	0.0243	0.0327	0.0149	0.0334	0.0103	0.0127	0.0069	0.0198	0.0176
B4	0.0839	0.1065	0.0998	0.0803	0.0767	0.0296	0.0578	0.0429	0.1021	0.0552	0.0422	0.0583	0.0495	0.0380	0.0513
C1	0.0220	0.0279	0.0262	0.0094	0.0201	0.0115	0.0063	0.0046	0.0268	0.0145	0.0052	0.0089	0.0058	0.0100	0.0135
C2	0.0527	0.0489	0.0766	0.0563	0.0503	0.0405	0.0333	0.0302	0.0799	0.0244	0.0540	0.0725	0.0257	0.0225	0.0309
C3	0.0349	0.0326	0.0512	0.0464	0.0333	0.0196	0.0270	0.0249	0.0514	0.0156	0.0401	0.0516	0.0209	0.0148	0.0198
C4	0.0120	0.0020	0.0023	0.0041	0.0028	0.0011	0.0069	0.0023	0.0006	0.0009	0.0016	0.0039	0.0003	0.0019	0.0018
C5	0.0454	0.0394	0.0489	0.0376	0.0415	0.0389	0.0314	0.0451	0.0345	0.0185	0.0496	0.0630	0.0250	0.0199	0.0224
D1	0.0104	0.0198	0.0142	0.0150	0.0191	0.1162	0.0641	0.0832	0.0115	0.0467	0.0856	0.0245	0.0519	0.0930	0.0633
D2	0.0571	0.0891	0.0825	0.0998	0.1204	0.0597	0.0318	0.0448	0.0511	0.0739	0.0482	0.0944	0.1143	0.0480	0.0813
D3	0.0199	0.0537	0.0299	0.0832	0.0392	0.0135	0.0231	0.0259	0.0709	0.0683	0.0467	0.0623	0.0442	0.0131	0.0443
D4	0.0240	0.0523	0.0588	0.1283	0.0489	0.0264	0.0233	0.0410	0.0895	0.0629	0.0753	0.0846	0.0271	0.0299	0.0598
D5	0.0412	0.0240	0.0046	0.0060	0.0063	0.0062	0.0078	0.0137	0.0018	0.0208	0.0131	0.0065	0.0475	0.0264	0.0162
D6	0.0611	0.0630	0.0347	0.0424	0.0287	0.0198	0.0400	0.0391	0.0214	0.0541	0.0405	0.0479	0.0319	0.0191	0.0273

表 5-19 花蓮之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者															
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	
D7	0.0315	0.0176	0.0140	0.0291	0.0217	0.0251	0.0414	0.0251	0.0070	0.0294	0.0197	0.0268	0.0659	0.0668	0.0224	
D8	0.0237	0.0300	0.0330	0.0601	0.0829	0.0338	0.0359	0.0355	0.0311	0.0356	0.0453	0.0771	0.0903	0.0509	0.0324	
E1	0.0488	0.0328	0.0500	0.0296	0.0494	0.0170	0.0455	0.0336	0.0385	0.0626	0.0224	0.0245	0.0203	0.0231	0.0344	
E2	0.0794	0.0297	0.0431	0.0232	0.0426	0.0086	0.0522	0.0231	0.0353	0.0640	0.0122	0.0134	0.0152	0.0320	0.0361	
E3	0.0484	0.0252	0.0157	0.0163	0.0185	0.0053	0.0235	0.0081	0.0104	0.0211	0.0089	0.0070	0.0069	0.0134	0.0130	
E4	0.0033	0.0012	0.0015	0.0006	0.0031	0.0005	0.0032	0.0032	0.0021	0.0012	0.0024	0.0004	0.0053	0.0019	0.0031	
E5	0.0134	0.0100	0.0121	0.0077	0.0138	0.0090	0.0138	0.0142	0.0110	0.0078	0.0133	0.0118	0.0088	0.0077	0.0134	
E6	0.0097	0.0043	0.0066	0.0037	0.0057	0.0021	0.0121	0.0075	0.0098	0.0073	0.0052	0.0029	0.0091	0.0175	0.0118	
準則	民宿消費者															
	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	U1	U2	U3	U4	U5	U6	V1	V2	
A1	0.0783	0.0224	0.1435	0.0897	0.0750	0.0695	0.0762	0.1125	0.0295	0.0849	0.1013	0.1904	0.0518	0.1000	0.1911	
A2	0.0707	0.0217	0.1354	0.0973	0.0758	0.0709	0.0732	0.1164	0.0306	0.0894	0.1037	0.1995	0.0496	0.0891	0.1871	
A3	0.0235	0.0227	0.0313	0.0554	0.0454	0.0512	0.0274	0.0369	0.0284	0.0544	0.0546	0.0308	0.0262	0.0353	0.0337	
A4	0.0147	0.0060	0.0170	0.0187	0.0121	0.0142	0.0137	0.0141	0.0042	0.0130	0.0198	0.0105	0.0048	0.0099	0.0161	
A5	0.0074	0.0053	0.0141	0.0111	0.0110	0.0111	0.0115	0.0223	0.0041	0.0189	0.0210	0.0079	0.0020	0.0061	0.0095	
A6	0.0099	0.0034	0.0316	0.0316	0.0193	0.0126	0.0137	0.0223	0.0062	0.0217	0.0238	0.0121	0.0014	0.0037	0.0122	
A7	0.0114	0.0034	0.0285	0.0271	0.0251	0.0218	0.0147	0.0193	0.0059	0.0127	0.0102	0.0089	0.0034	0.0021	0.0080	
B1	0.0516	0.0796	0.0351	0.0277	0.0426	0.0548	0.0321	0.0285	0.0581	0.0436	0.0312	0.0163	0.1008	0.0692	0.0330	
B2	0.0185	0.0517	0.0305	0.0329	0.0576	0.0394	0.0272	0.0292	0.1027	0.0569	0.0322	0.0074	0.0221	0.0252	0.0143	
B3	0.0230	0.0467	0.0179	0.0088	0.0236	0.0066	0.0156	0.0098	0.0160	0.0069	0.0131	0.0091	0.0198	0.0061	0.0026	
B4	0.0568	0.0871	0.0347	0.0330	0.0491	0.0506	0.0389	0.0327	0.0416	0.0341	0.0386	0.0176	0.1043	0.0783	0.0295	



表 5-19 花蓮之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者														
	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	U1	U2	U3	U4	U5	U6	V1	V2
C1	0.0040	0.0105	0.0043	0.0099	0.0184	0.0084	0.0074	0.0098	0.0125	0.0106	0.0151	0.0010	0.0058	0.0208	0.0077
C2	0.0125	0.0459	0.0259	0.0297	0.0516	0.0358	0.0234	0.0273	0.1006	0.0538	0.0281	0.0051	0.0130	0.0243	0.0131
C3	0.0103	0.0370	0.0183	0.0133	0.0228	0.0227	0.0139	0.0127	0.0492	0.0254	0.0120	0.0044	0.0111	0.0161	0.0086
C4	0.0011	0.0040	0.0061	0.0031	0.0063	0.0069	0.0013	0.0035	0.0090	0.0015	0.0010	0.0012	0.0009	0.0043	0.0002
C5	0.0153	0.0404	0.0405	0.0278	0.0418	0.0503	0.0166	0.0195	0.0824	0.0572	0.0243	0.0064	0.0118	0.0176	0.0117
D1	0.0503	0.0230	0.0742	0.0966	0.0774	0.0758	0.0503	0.1154	0.0418	0.0923	0.1037	0.0552	0.0149	0.0554	0.0538
D2	0.1028	0.0788	0.0380	0.0593	0.0381	0.0528	0.1076	0.0487	0.0780	0.0587	0.0598	0.0428	0.1064	0.1333	0.0485
D3	0.0746	0.0544	0.0268	0.0396	0.0249	0.0282	0.0777	0.0371	0.0587	0.0154	0.0313	0.0806	0.0346	0.0410	0.0420
D4	0.0570	0.0556	0.0289	0.0499	0.0290	0.0354	0.0530	0.0409	0.0615	0.0155	0.0332	0.0808	0.0471	0.0327	0.0166
D5	0.0361	0.0182	0.0178	0.0268	0.0193	0.0125	0.0362	0.0294	0.0092	0.0172	0.0291	0.0096	0.0052	0.0285	0.0455
D6	0.0499	0.0535	0.0528	0.0570	0.0542	0.0687	0.0615	0.0519	0.0498	0.0447	0.0456	0.0466	0.0333	0.0739	0.0295
D7	0.0323	0.0324	0.0254	0.0468	0.0305	0.0280	0.0428	0.0532	0.0164	0.0587	0.0608	0.0105	0.0241	0.0277	0.0483
D8	0.0542	0.0429	0.0329	0.0438	0.0348	0.0473	0.0738	0.0397	0.0442	0.0563	0.0372	0.0197	0.0899	0.0237	0.0371
E1	0.0375	0.0545	0.0273	0.0190	0.0363	0.0432	0.0222	0.0225	0.0260	0.0183	0.0246	0.0343	0.0456	0.0259	0.0101
E2	0.0386	0.0586	0.0225	0.0108	0.0224	0.0191	0.0171	0.0139	0.0137	0.0125	0.0164	0.0350	0.0612	0.0215	0.0110
E3	0.0221	0.0213	0.0118	0.0076	0.0202	0.0163	0.0160	0.0088	0.0086	0.0071	0.0087	0.0199	0.0496	0.0094	0.0070
E4	0.0067	0.0020	0.0018	0.0034	0.0015	0.0038	0.0024	0.0016	0.0008	0.0013	0.0017	0.0016	0.0064	0.0019	0.0196
E5	0.0154	0.0066	0.0185	0.0173	0.0273	0.0322	0.0235	0.0124	0.0077	0.0109	0.0114	0.0255	0.0191	0.0116	0.0285
E6	0.0135	0.0106	0.0070	0.0051	0.0068	0.0101	0.0093	0.0080	0.0029	0.0062	0.0065	0.0095	0.0338	0.0057	0.0243

表 5-19 花蓮之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者															
	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	W1	W2	W3	W4	
A1	0.0474	0.0664	0.0929	0.0984	0.0592	0.0328	0.0186	0.0546	0.1784	0.0868	0.0529	0.1629	0.0859	0.0346	0.0532	
A2	0.0495	0.0601	0.0949	0.0977	0.0549	0.0293	0.0182	0.0504	0.1575	0.0848	0.0529	0.1439	0.0860	0.0374	0.0541	
A3	0.0228	0.0201	0.0165	0.0160	0.0103	0.0275	0.0328	0.0323	0.0245	0.0258	0.0263	0.0178	0.0300	0.0346	0.0249	
A4	0.0071	0.0047	0.0028	0.0035	0.0034	0.0021	0.0031	0.0026	0.0049	0.0137	0.0062	0.0207	0.0144	0.0138	0.0053	
A5	0.0042	0.0036	0.0014	0.0034	0.0017	0.0018	0.0020	0.0018	0.0028	0.0057	0.0019	0.0142	0.0050	0.0037	0.0048	
A6	0.0078	0.0021	0.0037	0.0024	0.0020	0.0009	0.0044	0.0030	0.0038	0.0255	0.0023	0.0226	0.0031	0.0055	0.0072	
A7	0.0058	0.0029	0.0016	0.0019	0.0015	0.0010	0.0022	0.0032	0.0013	0.0056	0.0043	0.0203	0.0036	0.0079	0.0053	
B1	0.0508	0.0839	0.0811	0.0940	0.0948	0.0979	0.0982	0.0986	0.0385	0.0516	0.1235	0.0319	0.1200	0.0734	0.0436	
B2	0.0711	0.0467	0.0144	0.0152	0.0477	0.0556	0.0560	0.0502	0.0210	0.0182	0.0252	0.0236	0.0283	0.0330	0.0835	
B3	0.0456	0.0082	0.0065	0.0062	0.0127	0.0115	0.0339	0.0100	0.0034	0.0057	0.0196	0.0069	0.0231	0.0208	0.0267	
B4	0.0548	0.0766	0.0940	0.0870	0.0768	0.0915	0.1048	0.0929	0.0349	0.0523	0.0979	0.0257	0.1088	0.0741	0.0363	
C1	0.0144	0.0090	0.0110	0.0102	0.0043	0.0240	0.0275	0.0244	0.0092	0.0062	0.0054	0.0030	0.0060	0.0087	0.0115	
C2	0.0698	0.0454	0.0120	0.0129	0.0466	0.0544	0.0551	0.0493	0.0206	0.0136	0.0149	0.0233	0.0253	0.0266	0.0810	
C3	0.0473	0.0374	0.0096	0.0103	0.0423	0.0368	0.0374	0.0333	0.0140	0.0105	0.0126	0.0192	0.0228	0.0209	0.0392	
C4	0.0015	0.0042	0.0002	0.0001	0.0007	0.0006	0.0012	0.0035	0.0009	0.0014	0.0012	0.0052	0.0046	0.0015	0.0047	
C5	0.0476	0.0461	0.0105	0.0121	0.0502	0.0470	0.0416	0.0328	0.0143	0.0133	0.0130	0.0279	0.0225	0.0221	0.0774	
D1	0.0160	0.0387	0.0270	0.0282	0.0353	0.0227	0.0148	0.0278	0.0977	0.0497	0.0156	0.0907	0.0255	0.0375	0.0679	
D2	0.0521	0.0701	0.1080	0.0987	0.1496	0.0833	0.1012	0.1370	0.1521	0.1392	0.0869	0.1022	0.0219	0.1049	0.0905	
D3	0.0374	0.0197	0.0621	0.0259	0.0470	0.0326	0.0384	0.0724	0.0766	0.0841	0.0322	0.0121	0.0084	0.0431	0.0586	
D4	0.0385	0.0110	0.0311	0.0249	0.0245	0.0294	0.0320	0.0500	0.0481	0.0531	0.0432	0.0213	0.0192	0.0899	0.0288	
D5	0.0107	0.0171	0.0100	0.0364	0.0129	0.0132	0.0306	0.0035	0.0090	0.0132	0.0047	0.0282	0.0022	0.0102	0.0145	
D6	0.0509	0.0317	0.0317	0.0302	0.0344	0.0271	0.0737	0.0302	0.0149	0.0459	0.0333	0.0533	0.0462	0.0487	0.0333	

表 5-19 花蓮之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者															
	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	W1	W2	W3	W4	
D7	0.0100	0.0955	0.0560	0.0483	0.0093	0.0796	0.0101	0.0072	0.0074	0.0640	0.0200	0.0175	0.0046	0.0379	0.0294	
D8	0.0480	0.1273	0.0549	0.0672	0.0886	0.1089	0.0391	0.0317	0.0223	0.0578	0.0716	0.0496	0.0271	0.0683	0.0537	
E1	0.0810	0.0260	0.0605	0.0656	0.0377	0.0334	0.0330	0.0311	0.0130	0.0177	0.0523	0.0148	0.0953	0.0430	0.0230	
E2	0.0557	0.0182	0.0381	0.0459	0.0269	0.0255	0.0406	0.0292	0.0120	0.0190	0.0659	0.0137	0.0628	0.0389	0.0284	
E3	0.0191	0.0109	0.0351	0.0351	0.0128	0.0174	0.0310	0.0145	0.0040	0.0099	0.0484	0.0128	0.0491	0.0192	0.0057	
E4	0.0022	0.0037	0.0074	0.0035	0.0013	0.0009	0.0009	0.0018	0.0018	0.0026	0.0088	0.0016	0.0052	0.0032	0.0003	
E5	0.0183	0.0060	0.0121	0.0128	0.0035	0.0083	0.0095	0.0170	0.0078	0.0078	0.0192	0.0083	0.0255	0.0239	0.0037	
E6	0.0131	0.0068	0.0129	0.0061	0.0072	0.0028	0.0081	0.0041	0.0036	0.0154	0.0379	0.0049	0.0177	0.0130	0.0038	
準則	民宿消費者															
	W5	W6	W7	W8	W9	W10	W11	W12	W13	W14	W15	W16	平均值		排序	
A1	0.1658	0.0304	0.0393	0.0130	0.0686	0.1148	0.0212	0.0500	0.0598	0.1005	0.2451	0.2201	0.0833		1	
A2	0.1540	0.0295	0.0372	0.0133	0.0705	0.1182	0.0208	0.0487	0.0605	0.1046	0.2570	0.2218	0.0823		2	
A3	0.0205	0.0190	0.0130	0.0358	0.0463	0.0383	0.0437	0.0302	0.0226	0.0445	0.0154	0.0172	0.0317		17	
A4	0.0154	0.0056	0.0056	0.0052	0.0218	0.0179	0.0027	0.0084	0.0086	0.0146	0.0141	0.0068	0.0095		26	
A5	0.0090	0.0041	0.0030	0.0035	0.0132	0.0092	0.0013	0.0105	0.0064	0.0178	0.0056	0.0062	0.0072		28	
A6	0.0104	0.0036	0.0023	0.0034	0.0121	0.0310	0.0007	0.0130	0.0068	0.0123	0.0056	0.0252	0.0097		25	
A7	0.0063	0.0029	0.0027	0.0066	0.0204	0.0266	0.0024	0.0143	0.0065	0.0065	0.0075	0.0195	0.0084		27	
B1	0.0205	0.0823	0.1028	0.0808	0.0452	0.0375	0.1049	0.0945	0.0577	0.0231	0.0223	0.0265	0.0628		4	
B2	0.0147	0.0612	0.0294	0.0599	0.0349	0.0155	0.0608	0.0310	0.0534	0.0153	0.0071	0.0154	0.0401		11	
B3	0.0066	0.0480	0.0132	0.0482	0.0269	0.0052	0.0095	0.0082	0.0298	0.0193	0.0067	0.0027	0.0182		19	
B4	0.0181	0.0713	0.0909	0.0829	0.0396	0.0380	0.0946	0.0969	0.0543	0.0347	0.0218	0.0247	0.0610		5	

表 5-19 花蓮之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者																平均值	排序
	W5	W6	W7	W8	W9	W10	W11	W12	W13	W14	W15	W16						
C1	0.0021	0.0039	0.0051	0.0097	0.0028	0.0101	0.0248	0.0242	0.0083	0.0041	0.0026	0.0065	0.0112	23				
C2	0.0142	0.0538	0.0241	0.0531	0.0262	0.0136	0.0599	0.0290	0.0483	0.0130	0.0055	0.0152	0.0368	12				
C3	0.0116	0.0483	0.0214	0.0427	0.0206	0.0085	0.0407	0.0195	0.0333	0.0104	0.0042	0.0103	0.0250	18				
C4	0.0003	0.0062	0.0004	0.0053	0.0078	0.0010	0.0023	0.0039	0.0037	0.0017	0.0002	0.0001	0.0028	30				
C5	0.0148	0.0529	0.0227	0.0452	0.0454	0.0148	0.0186	0.0268	0.0379	0.0162	0.0059	0.0087	0.0318	16				
D1	0.0924	0.0198	0.0113	0.0151	0.0746	0.0712	0.0123	0.0166	0.0210	0.0620	0.0711	0.0627	0.0495	6				
D2	0.1224	0.0501	0.1054	0.0554	0.0419	0.0761	0.0545	0.0717	0.0814	0.1058	0.0634	0.0641	0.0796	3				
D3	0.0948	0.0384	0.0682	0.0286	0.0268	0.0485	0.1213	0.0265	0.0510	0.0385	0.0191	0.0604	0.0452	9				
D4	0.0464	0.0500	0.0640	0.0611	0.0339	0.0473	0.1605	0.0259	0.0469	0.0981	0.0209	0.0697	0.0480	8				
D5	0.0095	0.0223	0.0262	0.0059	0.0116	0.0308	0.0026	0.0183	0.0254	0.0499	0.0085	0.0047	0.0178	21				
D6	0.0253	0.0473	0.0421	0.0461	0.0712	0.0473	0.0202	0.0642	0.0575	0.0437	0.0182	0.0205	0.0427	10				
D7	0.0338	0.0282	0.0221	0.0290	0.0323	0.0407	0.0068	0.0226	0.0318	0.0400	0.0327	0.0145	0.0318	15				
D8	0.0371	0.0522	0.0711	0.0713	0.0458	0.0428	0.0269	0.0260	0.0567	0.0213	0.0504	0.0241	0.0494	7				
E1	0.0160	0.0536	0.0580	0.0552	0.0524	0.0269	0.0295	0.0748	0.0342	0.0164	0.0206	0.0129	0.0361	13				
E2	0.0130	0.0609	0.0485	0.0650	0.0350	0.0278	0.0260	0.0679	0.0428	0.0382	0.0227	0.0100	0.0327	14				
E3	0.0028	0.0249	0.0289	0.0222	0.0230	0.0119	0.0133	0.0386	0.0184	0.0249	0.0105	0.0082	0.0180	20				
E4	0.0050	0.0049	0.0118	0.0056	0.0041	0.0044	0.0008	0.0030	0.0060	0.0011	0.0061	0.0009	0.0033	29				
E5	0.0076	0.0065	0.0110	0.0100	0.0348	0.0136	0.0130	0.0242	0.0123	0.0143	0.0150	0.0149	0.0140	22				
E6	0.0099	0.0181	0.0184	0.0209	0.0107	0.0104	0.0036	0.0107	0.0169	0.0075	0.0145	0.0056	0.0102	24				

註：A1—充分利用自然通風；A2—充足的自然採光；A3—使用不具毒害的自然塗料；A4—在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5—善用當地文化和景觀元素融入設計；A6—室內景觀設計的美化與獨特性；A7—庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1—服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；

B2—接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3—資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4—餐飲之服務與品質（如民宿主

人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮)；C1－炊事設備(如廚房)；C2－停車空間；C3－安全設施(如緊急照明設備、消防設備)；C4－醫療設施(如急救箱)；C5－客房設施；D1－客房乾淨程度；D2－客房舒適程度；D3－客房隱私性；D4－安全性(顧客平安保險、客房安全)；D5－房間主題特色(如海洋風)；D6－民宿經營特色(如原住民文化)；D7－整體環境空氣氣營造；D8－整體環境清潔衛生程度；E1－主人與房客之互動程度；E2－導覽解說服務；E3－當地體驗活動與餐飲之安排；E4－對社區生活品質之貢獻；E5－主動對當地資源採取保護行動；E6－推廣與保存在地文化資源。



中原大學

表 5-20 整體之民宿經營者之準則排序

準則	民宿經營者				平均值	排序
	苗栗	南投	屏東	花蓮		
A1	0.0835	0.0507	0.0579	0.0802	0.0681	1
A2	0.0785	0.0511	0.0569	0.0799	0.0666	3
A3	0.0280	0.0417	0.0516	0.0413	0.0407	12
A4	0.0142	0.0125	0.0116	0.0112	0.0124	25
A5	0.0108	0.0116	0.0103	0.0089	0.0104	27
A6	0.0124	0.0119	0.0142	0.0170	0.0139	23
A7	0.0112	0.0133	0.0132	0.0155	0.0133	24
B1	0.0576	0.0557	0.0448	0.0445	0.0507	8
B2	0.0463	0.0509	0.0447	0.0386	0.0451	10
B3	0.0235	0.0216	0.0161	0.0149	0.0190	20
B4	0.0567	0.0570	0.0438	0.0427	0.0501	9
C1	0.0134	0.0121	0.0089	0.0088	0.0108	26
C2	0.0432	0.0476	0.0419	0.0341	0.0417	11
C3	0.0288	0.0284	0.0227	0.0211	0.0253	18
C4	0.0048	0.0038	0.0039	0.0033	0.0039	29
C5	0.0388	0.0436	0.0353	0.0342	0.0380	13
D1	0.0438	0.0548	0.0534	0.0690	0.0553	5
D2	0.0696	0.0533	0.0565	0.0712	0.0626	4
D3	0.0389	0.0552	0.0687	0.0555	0.0545	6
D4	0.0461	0.0646	0.0904	0.0662	0.0668	2
D5	0.0277	0.0138	0.0128	0.0231	0.0193	19

表 5-20 整體之民宿經營者之準則排序 (續)

準則	民宿經營者				平均值	排序
	苗栗	南投	屏東	花蓮		
D6	0.0487	0.0595	0.0541	0.0522	0.0536	7
D7	0.0253	0.0278	0.0281	0.0349	0.0290	16
D8	0.0388	0.0373	0.0386	0.0354	0.0375	14
E1	0.0315	0.0395	0.0372	0.0343	0.0356	15
E2	0.0331	0.0292	0.0264	0.0256	0.0286	17
E3	0.0192	0.0196	0.0174	0.0131	0.0173	21
E4	0.0036	0.0027	0.0052	0.0027	0.0036	30
E5	0.0125	0.0187	0.0206	0.0136	0.0163	22
E6	0.0099	0.0105	0.0130	0.0069	0.0101	28

註：A1—充分利用自然通風；A2—充足的自然採光；A3—使用不具毒害的自然塗料；A4—在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5—善用當地文化和景觀元素融入設計；A6—室內景觀設計的美化與獨特性；A7—庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1—服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；B2—接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3—資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4—餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）；C1—炊事設備（如廚房）；C2—停車空間；C3—安全設施（如緊急照明設備、消防設備）；C4—醫療設施（如急救箱）；C5—客房設施；D1—客房乾淨程度；D2—客房舒適程度；D3—客房隱私性；D4—安全性（顧客平安保險、客房安全）；D5—房間主題特色（如海洋風）；D6—民宿經營特色（如原住民文化）；D7—整體環境氣氛營造；D8—整體環境清潔衛生程度；E1—主人與房客之互動程度；E2—導覽解說服務；E3—當地體驗活動與餐飲之安排；E4—對社區生活品質之貢獻；E5—主動對當地資源採取保護行動；E6—推廣與保存在地文化資源。

表 5-21 整體之民宿消費者之準則排序

準則	民宿消費者				平均值	排序
	苗栗	南投	屏東	花蓮		
A1	0.0639	0.0731	0.0707	0.0833	0.0728	2
A2	0.0607	0.0701	0.0697	0.0823	0.0707	3
A3	0.0373	0.0352	0.0342	0.0317	0.0346	14
A4	0.0085	0.0082	0.0081	0.0095	0.0086	25
A5	0.0062	0.0061	0.0060	0.0072	0.0064	28
A6	0.0071	0.0061	0.0086	0.0097	0.0079	26
A7	0.0073	0.0073	0.0084	0.0084	0.0078	27
B1	0.0640	0.0617	0.0623	0.0628	0.0627	4
B2	0.0479	0.0569	0.0505	0.0401	0.0489	8
B3	0.0188	0.0218	0.0171	0.0182	0.0190	19
B4	0.0602	0.0566	0.0594	0.0610	0.0593	6
C1	0.0127	0.0142	0.0135	0.0112	0.0129	23
C2	0.0453	0.0509	0.0470	0.0368	0.0450	11
C3	0.0306	0.0291	0.0297	0.0250	0.0286	17
C4	0.0029	0.0037	0.0024	0.0028	0.0029	30
C5	0.0368	0.0370	0.0370	0.0318	0.0357	13
D1	0.0403	0.0445	0.0514	0.0495	0.0464	9
D2	0.0839	0.0788	0.0814	0.0796	0.0809	1
D3	0.0551	0.0551	0.0569	0.0452	0.0531	7
D4	0.0694	0.0607	0.0611	0.0480	0.0598	5
D5	0.0121	0.0133	0.0144	0.0178	0.0144	21



表 5-21 整體之民宿消費者之準則排序 (續)

準則	民宿消費者				平均值	排序
	苗栗	南投	屏東	花蓮		
D6	0.0424	0.0420	0.0396	0.0427	0.0417	12
D7	0.0236	0.0205	0.0255	0.0318	0.0254	18
D8	0.0491	0.0363	0.0483	0.0494	0.0458	10
E1	0.0333	0.0336	0.0330	0.0361	0.0340	15
E2	0.0316	0.0321	0.0256	0.0327	0.0305	16
E3	0.0178	0.0188	0.0142	0.0180	0.0172	20
E4	0.0046	0.0027	0.0028	0.0033	0.0034	29
E5	0.0141	0.0145	0.0134	0.0140	0.0140	22
E6	0.0125	0.0088	0.0077	0.0102	0.0098	24

註：A1—充分利用自然通風；A2—充足的自然採光；A3—使用不具毒害的自然塗料；A4—在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5—善用當地文化和景觀元素融入設計；A6—室內景觀設計的美化與獨特性；A7—庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1—服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；B2—接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3—資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4—餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）；C1—炊事設備（如廚房）；C2—停車空間；C3—安全設施（如緊急照明設備、消防設備）；C4—醫療設施（如急救箱）；C5—客房設施；D1—客房乾淨程度；D2—客房舒適程度；D3—客房隱私性；D4—安全性（顧客平安保險、客房安全）；D5—房間主題特色（如海洋風）；D6—民宿經營特色（如原住民文化）；D7—整體環境空氣氣營造；D8—整體環境清潔衛生程度；E1—主人與房客之互動程度；E2—導覽解說服務；E3—當地體驗活動與餐飲之安排；E4—對社區生活品質之貢獻；E5—主動對當地資源採取保護行動；E6—推廣與保存在地文化資源。

### 第三節 準則滿意度之分析

此節係透過「民宿消費者」針對滿意度的語意值進行解模糊化之後（即為「績效值」），再乘以準則權重，並將所有消費者針對同一準則之綜合績效值（績效值 x 準則權重）加總後取平均值，進而排序之。

由表 5-22 可知，以「苗栗」而言，消費者對於「客房舒適程度 (D2)」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）(B1)」、「充分利用自然通風 (A1)」、「安全性（顧客平安保險、客房安全）(D4)」、「充足的自然採光 (A2)」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）(B4)」、「客房隱私性 (D3)」、「整體環境清潔衛生程度 (D8)」、「停車空間 (C2)」與「民宿經營特色（如原住民文化）(D6)」係感到滿意的，而對於「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「炊事設備（如廚房）(C1)」、「房間主題特色（如海洋風）(D5)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「對社區生活品質之貢獻 (E4)」與「醫療設施（如急救箱）(C4)」係感到不滿意的。

以「南投」而言，消費者對於「客房舒適程度 (D2)」、「充分利用自然通風 (A1)」、「充足的自然採光 (A2)」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）(B1)」、「安全性（顧客平安保險、客房安全）(D4)」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）(B4)」、「客房隱私性 (D3)」、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）(B2)」、「停車空間 (C2)」與「客房乾淨程度 (D1)」係感到滿意的，而對於「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「炊事設備（如廚房）(C1)」、「房間主題特色（如海洋風）(D5)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「醫療設施（如急救箱）(C4)」與「對社區生活品質之貢獻 (E4)」係感到不滿意的。

以「屏東」而言，消費者對於「客房舒適程度 (D2)」、「充分利用自然通風 (A1)」、「充足的自然採光 (A2)」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）(B1)」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）(B4)」、「安全性（顧客平安保險、客房安全）(D4)」、「客房隱私性 (D3)」、「客房乾淨程度 (D1)」、「整體環境清潔衛生程度 (D8)」與「停車空間 (C2)」係感到滿意的，而對於「當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)」、「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「炊事設備（如廚房）(C1)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「對社區生活品質之貢獻 (E4)」與「醫療設施（如急救箱）(C4)」係感到不滿意的。

以「花蓮」而言，消費者對於「客房舒適程度 (D2)」、「充足的自然採光 (A2)」、「充分利用自然通風 (A1)」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客） (B1)」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮） (B4)」、「客房乾淨程度 (D1)」、「整體環境清潔衛生程度 (D8)」、「安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4)」、「客房隱私性 (D3)」與「民宿經營特色（如原住民文化） (D6)」係感到滿意的，而對於「資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線） (B3)」、「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「炊事設備（如廚房） (C1)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「對社區生活品質之貢獻 (E4)」與「醫療設施（如急救箱） (C4)」係感到不滿意的。

以「整體」而言，消費者對於「客房舒適程度 (D2)」、「充分利用自然通風 (A1)」、「充足的自然採光 (A2)」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客） (B1)」、「安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4)」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮） (B4)」、「客房隱私性 (D3)」、「客房乾淨程度 (D1)」、「整體環境清潔衛生程度 (D8)」與「停車空間 (C2)」係感到滿意的，而對於「房間主題特色（如海洋風） (D5)」、「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」、「炊事設備（如廚房） (C1)」、「推廣與保存在地文化資源 (E6)」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」、「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」、「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」、「對社區生活品質之貢獻 (E4)」與「醫療設施（如急救箱） (C4)」係感到不滿意的。

中原大學

表 5-22 準則滿意度之排序

準則	苗栗		南投		屏東		花蓮		整體	
A1	5.7702	3	6.6285	2	5.9129	2	6.9478	3	6.3149	2
A2	5.5622	5	6.3595	3	5.8331	3	7.0543	2	6.2023	3
A3	3.3857	13	3.1713	14	2.8403	15	2.6451	17	3.0106	14
A4	0.7497	25	0.7222	25	0.6918	26	0.8236	26	0.7469	25
A5	0.5546	28	0.5450	27	0.5042	28	0.5978	28	0.5504	28
A6	0.6793	27	0.5437	28	0.7472	24	0.8447	24	0.7037	27
A7	0.7085	26	0.6582	26	0.7263	25	0.7251	27	0.7046	26
B1	5.8440	2	5.7606	4	5.5627	4	5.3666	4	5.6335	4
B2	3.4981	12	4.9711	8	3.7684	11	3.1919	11	3.8574	11
B3	1.5435	19	1.9847	18	1.5212	19	1.4883	21	1.6344	19
B4	4.9548	6	5.1338	6	5.1735	5	5.0907	5	5.0882	6
C1	1.0188	23	1.2364	22	1.0416	23	0.9134	23	1.0525	23
C2	3.8514	9	4.6546	9	4.0311	10	2.9971	13	3.8836	10
C3	2.4896	17	2.6810	17	2.3746	16	2.0874	18	2.4082	17
C4	0.2375	30	0.3331	29	0.1919	30	0.2278	30	0.2476	30
C5	3.3361	14	3.4093	12	3.1051	13	2.7324	15	3.1457	13
D1	3.6716	11	4.1498	10	4.4470	8	4.4136	6	4.1705	8
D2	7.5604	1	7.4148	1	7.2116	1	7.0995	1	7.3216	1
D3	4.6562	7	5.0627	7	4.7302	7	3.9139	9	4.5907	7
D4	5.7474	4	5.5474	5	5.1726	6	4.0922	8	5.1399	5
D5	1.0073	24	1.1803	23	1.2643	20	1.5101	20	1.2405	21
D6	3.7155	10	3.7670	11	3.3373	12	3.6914	10	3.6278	12
D7	2.1076	18	1.8635	19	2.2122	17	2.6605	16	2.2109	18
D8	4.3585	8	3.2923	13	4.2290	9	4.2025	7	4.0206	9
E1	2.9865	15	3.0657	15	2.8720	14	3.1051	12	3.0073	15
E2	2.5946	16	2.9345	16	2.1189	18	2.7581	14	2.6015	16
E3	1.5068	20	1.6889	20	1.1567	21	1.5121	19	1.4661	20
E4	0.3817	29	0.2476	30	0.2327	29	0.2793	29	0.2853	29
E5	1.2224	21	1.3019	21	1.0773	22	1.1638	22	1.1913	22
E6	1.0360	22	0.8126	24	0.6112	27	0.8345	25	0.8235	24

註：A1—充分利用自然通風；A2—充足的自然採光；A3—使用不具毒害的自然塗料；A4—在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5—善用當地文化和景觀元素融入設計；A6—室內景觀設計的美化與獨特性；A7—庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1—服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；B2—接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3—資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4—餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）；C1—炊事設備（如廚房）；C2—停車空間；C3—安全設施（如緊急照明設備、消防設備）；

C4—醫療設施（如急救箱）；C5—客房設施；D1—客房乾淨程度；D2—客房舒適程度；D3—客房隱私性；D4—安全性（顧客平安保險、客房安全）；D5—房間主題特色（如海洋風）；D6—民宿經營特色（如原住民文化）；D7—整體環境氣氛營造；D8—整體環境清潔衛生程度；E1—主人與房客之互動程度；E2—導覽解說服務；E3—當地體驗活動與餐飲之安排；E4—對社區生活品質之貢獻；E5—主動對當地資源採取保護行動；E6—推廣與保存在地文化資源。

#### 第四節 住宿滿意度之分析

此節係透過「民宿消費者」針對滿意度的語意值進行解模糊化之後（即為「績效值」），再乘以準則權重，並計算其對於所居住之民宿的綜合績效值（績效值 x 準則權重；單一消費者於所有準則之綜合績效值的總和），進而判別滿意與否。同時，於本研究中，滿意與否係透過「距離」的概念，如某位消費者之整體績效值係為「96.6666」，而「滿意—非常滿意」之區間為「85-100」，因「96.6666」較接近「非常滿意」，則顯示此消費者對其所居住之民宿係感到「非常滿意」。

##### 一、苗栗

表 5-23 係為苗栗之七家民宿消費者針對滿意度語意值之平均值，並再加以平均後，得到整體滿意度語意值。同時，本研究係以「地區」進行探討，因此，判別消費者之滿意程度時，係以其綜合績效值與整體滿意度語意值進行比較。

表 5-23 苗栗之民宿消費者之滿意度語意值

	非常不滿意	不滿意	稍微不滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意
A	0	23.3333	56.6667	73.3333	86.6667	100
B	0	26.8182	46.8182	62.7273	85.9091	100
C	0	29.0000	50.0000	66.5000	85.0000	100
D	0	50.0000	70.0000	80.0000	90.0000	100
E	0	29.0741	51.1111	70.3704	87.5926	100
F	0	23.3333	42.9167	63.7500	83.3333	100
G	0	37.7667	56.0000	73.0000	87.3333	100
整體平均	0	31.3322	53.3589	69.9544	86.5479	100

由表 5-24 可知，消費者對於苗栗民宿之滿意為：「非常滿意」有 11 位（占 12 %），「滿意」有 51 位（占 54 %），「稍微滿意」有 26 位（占 28 %），「稍微不滿意」有 6 位（占 6 %），整體而言，係為「滿意」。

表 5-24 苗栗民宿之滿意度

消費者	A1	A2	A3	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9
整體 績效值	84.0766	96.0686	75.5624	71.1233	52.7644	56.0167	75.4950	71.6828	69.2383	72.2163	84.2760	63.2662
滿意度	滿意	非常滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微 不滿意	稍微 不滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微滿意	滿意	稍微滿意
消費者	B10	B11	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10
整體 績效值	72.7558	98.0255	76.6551	75.3140	54.5907	62.0542	57.1082	61.9728	88.0354	84.4289	75.0961	80.3774
滿意度	稍微滿意	非常滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微 不滿意	稍微滿意	稍微 不滿意	稍微滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意
消費者	D1	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11
整體 績效值	92.7226	82.6845	88.9336	92.9288	63.4769	69.8410	71.1826	70.2735	83.7594	80.2329	87.2898	84.5156
滿意度	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
消費者	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22	E23
整體 績效值	89.0084	95.8312	86.5715	92.0387	79.3889	88.9119	90.7117	86.2070	87.0114	74.8752	89.1446	97.3750
滿意度	滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意
消費者	E24	E25	E26	E27	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
整體 績效值	97.5957	85.6748	76.7792	88.7722	47.3603	61.9089	86.7822	90.6214	80.5996	92.8943	69.5170	75.5226
滿意度	非常滿意	滿意	稍微滿意	滿意	稍微 不滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	稍微滿意

表 5-24 苗栗民宿之滿意度 (續)

消費者	F9	F10	F11	F12	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8
整體 績效值	76.8543	69.8825	83.6834	56.9303	92.6863	83.5918	91.9705	94.6013	89.2101	92.7141	92.6305	86.9343
滿意度	稍微滿意	稍微滿意	滿意	稍微 不滿意	滿意	滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
消費者	G9	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16	G17	G18	G19	G20
整體 績效值	90.1080	81.1595	90.7309	78.9755	88.9907	87.2383	88.7460	93.5042	93.8096	84.3971	97.9968	77.8124
滿意度	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	非常滿意	稍微滿意
消費者	G21	G22	G23	G24	G25	G26	G27	G28	G29	G30	整體	
整體 績效值	88.3056	95.8058	93.4099	85.0434	85.5881	90.2855	90.2575	71.5165	91.1165	88.7393	81.7274	
滿意度	滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意

## 二、南投

表 5-25 係為南投之四家民宿消費者針對滿意度語意值之平均值，並再加以平均後，得到整體滿意度語意值。同時，本研究係以「地區」進行探討，因此，判別消費者之滿意程度時，係以其綜合績效值與整體滿意度語意值進行比較。

表 5-25 南投之民宿消費者之滿意度語意值

	非常不滿意	不滿意	稍微不滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意
H	0	30.3200	53.1200	70.2400	91.0400	100
I	0	38.0000	54.0000	70.0000	86.0000	100
J	0	23.3333	46.6667	66.6667	89.3333	100
K	0	30.5000	50.5000	67.3000	87.0000	100
整體平均	0	30.5383	51.0717	68.5517	88.3433	100

由表 5-26 可知，消費者對於南投民宿之滿意為：「非常滿意」有 17 位（占 40 %），「滿意」有 24 位（占 56 %），「稍微滿意」有 2 位（占 4 %），整體而言，係為「滿意」。

中原大學



表 5-26 南投民宿之滿意度

消費者	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9
整體	91.3116	95.5644	91.9806	94.3110	95.9787	93.9801	99.1765	96.8395	94.6256
績效值	滿意	非常滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意
滿意度	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18
消費者									
整體	86.3625	85.2121	98.2031	96.4607	96.4836	97.9382	99.0310	88.8909	93.3085
績效值	滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	滿意
滿意度	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	I1	I2
消費者									
整體	94.1355	94.3440	97.8292	97.6107	90.5104	96.4156	96.4579	86.2097	85.2975
績效值	滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	滿意
滿意度	I3	I4	I5	J1	J2	J3	K1	K2	K3
消費者									
整體	84.5175	83.7518	96.6430	89.9978	75.3173	86.0207	81.2165	91.8980	88.0788
績效值	滿意	滿意	非常滿意	滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
滿意度	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	整體	
消費者									
整體	90.1645	88.9390	90.5599	88.9371	73.1344	87.8170	86.7878	91.1221	
績效值	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	
滿意度									

### 三、屏東

表 5-27 係為屏東之六家民宿消費者針對滿意度語意值之平均值，並再加以平均後，得到整體滿意度語意值。同時，本研究係以「地區」進行探討，因此，判別消費者之滿意程度時，係以其綜合績效值與整體滿意度語意值進行比較。

表 5-27 屏東之民宿消費者之滿意度語意值

	非常不滿意	不滿意	稍微不滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意
L	0	37.5000	52.5000	67.5000	85.0000	100
M	0	35.0000	52.5000	65.0000	85.0000	100
N	0	35.0000	50.0000	70.0000	85.0000	100
O	0	27.1667	49.2667	67.3333	85.0333	100
P	0	22.7778	42.7778	60.5556	81.6667	100
Q	0	20.0000	40.0000	60.0000	80.0000	100
整體平均	0	29.5741	47.8407	65.0648	83.6167	100

由表 5-28 可知，消費者對於屏東民宿之滿意為：「非常滿意」有 10 位（占 21 %），「滿意」有 33 位（占 69 %），「稍微滿意」有 5 位（占 10 %），整體而言，係為「滿意」。

表 5-28 屏東民宿之滿意度

消費者	L1	L2	L3	L4	M1	M2	N1	N2	O1	O2
整體 績效值	94.7256	87.7242	90.0697	84.7539	72.4085	60.9222	80.0094	95.7504	97.6767	91.1854
滿意度	非常滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	滿意
消費者	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12
整體 績效值	89.6848	73.3053	79.7856	82.6602	79.9427	80.9239	89.7231	89.8893	71.1836	90.6687
滿意度	滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意
消費者	O13	O14	O15	O16	O17	O18	O19	O20	O21	O22
整體 績效值	94.5125	92.9147	88.8717	84.6685	92.5626	85.1652	85.8277	92.8176	83.1236	77.5728
滿意度	非常滿意	非常滿意	滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意
消費者	O23	O24	O25	O26	O27	O28	O29	O30	P1	P2
整體 績效值	75.8266	87.7119	78.6678	88.5954	72.6588	87.3356	94.8817	87.2316	93.3238	82.1999
滿意度	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意	滿意	非常滿意	滿意
消費者	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	Q1	整體	
整體 績效值	79.8970	93.0594	81.0525	81.5622	79.7276	83.8572	79.6596	77.2737	84.6990	
滿意度	滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	

#### 四、花蓮

表 5-29 係為花蓮之五家民宿消費者針對滿意度語意值之平均值，並再加以平均後，得到整體滿意度語意值。同時，本研究係以「地區」進行探討，因此，判別消費者之滿意程度時，係以其綜合績效值與整體滿意度語意值進行比較。

表 5-29 花蓮之民宿消費者之滿意度語意值

	非常不滿意	不滿意	稍微不滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意
S	0	26.6667	46.6667	65.0000	82.5000	100
T	0	22.6875	45.9375	65.6250	84.0625	100
U	0	36.6667	54.1667	71.6667	87.5000	100
V	0	24.2308	42.3077	60.3846	81.9231	100
W	0	36.2500	55.9375	72.5000	86.2500	100
整體平均	0	29.3003	49.0032	67.0353	84.4471	100

由表 5-30 可知，消費者對於花蓮民宿之滿意為：「非常滿意」有 14 位（占 25 %），「滿意」有 39 位（占 68 %），「稍微滿意」有 4 位（占 7 %），整體而言，係為「滿意」。

中原大學

表 5-30 花蓮民宿之滿意度

消費者	S1	S2	S3	S4	S5	S6	T1	T2	T3	T4	T5	T6
整體	91.2561	92.4129	77.1532	94.5976	77.6825	87.3026	92.8200	90.7846	86.5986	88.5001	90.0085	86.1717
績效值	滿意	非常滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
消費者	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	U1	U2
整體	75.6919	91.1858	88.2031	79.0718	80.9052	89.8908	87.9053	86.3069	96.2745	76.4818	84.6639	79.5581
績效值	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意
消費者	U3	U4	U5	U6	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8
整體	81.5884	83.2519	92.8133	93.4883	66.6211	95.4156	92.3915	79.0648	76.4214	73.7513	93.8532	79.9930
績效值	滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	稍微滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	滿意	稍微滿意	非常滿意	滿意
消費者	V9	V10	V11	V12	V13	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
整體	81.7077	75.4344	86.0033	85.0685	90.4573	77.7416	90.2489	92.6407	88.1434	91.2968	91.8884	92.1698
績效值	滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
消費者	W8	W9	W10	W11	W12	W13	W14	W15	W16	整體		
整體	84.1067	85.5429	90.4314	92.9389	92.0025	93.8231	93.2012	95.8237	76.6832	86.4462		
績效值	滿意	滿意	滿意	非常滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	滿意		

## 第五節 關鍵準則與滿意度之分析與比較

由第四節之結果分析中可發現滿意度大都為「稍微滿意」以上，僅於「苗栗」有六位消費者感到「稍微不滿意」，本研究再進一步探究其住宿價格，發現有四位係居住於較為高價之民宿，本研究推論應係高價位會導致消費者產生較高標準之要求與期望。據此，引發本研究更進一步探討高價與低價之關鍵準則與滿意度之關係。

本研究界定高價與低價之民宿的方式為：首先，先計算平均房價，計算方式為（平日價+假日價）／價位類別，未包含「原訂價」。以 A 民宿為例，平日價為 2,800 元，假日價為 3,200 元與 3,800 元，價位類別共有 3 種（2,800 元、3,200 元、3,800 元），因此，A 民宿之平均房價為  $(2,800 + 3,200 + 3,800)/3 = 3,267$  元。再者，將平均房價加總後取平均值，若高於總平均房價者，則為高價民宿，反之亦然。同時，本研究參照三星級旅館之房價，發現亦皆為三千元以內，而本研究之總平均房價為 3,291 元，因此，以此價格做為門檻值係適切的。

表 5-31 民宿房價表（單位：台幣）

地區	民宿	2 人房	平均房價	高／低價
苗栗	A	2,800 元（平日以 2,800 元為主，3,200 元與 3,800 元會依週末或節日而調整）	3,267 元	低價
	B	6,600 元（為原訂價，平日為 4,950 元，假日為 5,940 元）	5,445 元	高價
	C	包含二種 2 人房型： 1. 6,600 元（為原訂價，平日為 4,950 元，假日為 5,940 元） 2. 9,900 元（為原訂價，平日為 6,600 元，假日為 7,920 元）	6,353 元	高價
	D	4,680 元（為原訂價，平日為 3,680 元，假日為 2,780 元）	3,230 元	低價
	E	3,000 元（為原訂價，平日為 2,400 元，假日為 2,700 元）	2,550 元	低價
	F	包含三種 2 人房型： 1. 3,200 元（為原訂價，平日為 1,600 元，假日為 2,400 元） 2. 3,600 元（為原訂價，平日為 1,800 元，假日為 2,600 元） 3. 4,000 元（為原訂價，平日為 2,000 元，假日為 2,800 元）	2,200 元	低價
	G	5,000 元（為原訂價，平日為 3,500 元，假日為 4,500 元）	4,000 元	高價
南投	H	包含二種 2 人房型： 平日為 2,240/2,560 元，假日為 2,800/3,200 元	2,700 元	低價
	I	包含二種 2 人房型： 1. 山景：5,800 元（為原訂價，平日為 2,200 元，假日為 3,200 元） 2. 湖景：6,600 元（為原訂價，平日為 3,200 元，假日為 4,200 元）	3,200 元	低價

表 5-31 民宿房價表（單位：台幣）（續）

地區	民宿	2 人房	平均房價	高／低價
南投	J	包含二種 2 人房型： 1. 3,500 元（為原訂價，平日為 2,000 元，假日為 2,800 元） 2. 3,800 元（為原訂價，平日為 2,200 元，假日為 3,000 元）	2,500 元	低價
	K	2,400 元（為原訂價，平日為 1,500 元，假日為 2,000 元）	1,750 元	低價
	L	包含四種 2 人房型： 1. 平日為 4,800 元，假日為 5,980 元 2. 平日為 3,600 元，假日為 4,980 元 3. 平日為 3,200 元，假日為 4,380 元 4. 平日為 2,400 元，假日為 2,980 元	4,040 元	高價
屏東	M	包含二種 2 人房型： 1. 海景：連續假日及暑假週六為 4,800 元，暑假平日及淡季週六為 3,600 元，淡季平日為 2,500 元 2. 山景：連續假日及暑假週六為 4,200 元，暑假平日及淡季週六為 2,200 元，淡季平日為 1,400 元	3,117 元	低價
	N	春節或春吶期間為 4,200 元，連續假日及暑假週六為 4,000 元，一般週六為 3,300 元，暑假平日為 3,000 元，一般平日為 2,400 元，淡季平日為 2,000 元	3,150 元	低價
	O	包含三種 2 人房型： 1. 3,800 元（為原訂價，暑假週六為 3,200 元，淡季週六及暑假週一至週五與週日為 2,400 元，5、6、9 月平日為 1,900 元，淡季平日為 1,800 元） 2. 4,200 元（為原訂價，暑假週六為 3,600 元，暑假週五、週日為 2,700 元，淡季週六及暑假週一至週四為 2,600 元，5、6、9 月平日為 2,200 元，淡季平日為 2,100 元） 3. 4,500 元（為原訂價，暑假週六為 3,900 元，暑假週五、週日為 3,000 元，淡季週六及暑假週一至週四為 2,900 元，5、6、9 月平日為 2,400 元，淡季平日為 2,300 元）	2,643 元	低價
	P	3,900 元（為原訂價，淡季平日為 2,300 元，週六及暑假平日為 3,200 元）	2,750 元	低價
	Q	無 2 人房	N/A	N/A
	R	無回收樣本	N/A	N/A

表 5-31 民宿房價表 (單位：台幣)(續)

地區	民宿	2 人房	平均房價	高／低價
花蓮	S	4,000 元 (為原訂價，平日為 2,400 元，假日為 2,800 元)	2,600 元	低價
	T	包含三種 2 人房型：		
		1. 旺季為 3,600 元，假日為 2,600 元，暑假平日為 2,200 元，平日為 1,900 元		
		2. 旺季為 4,000 元，假日為 3,000 元，暑假平日為 2,600 元，平日為 2,200 元	3,408 元	高價
		3. 旺季為 6,000 元，假日為 4,800 元，暑假平日為 4,200 元，平日為 3,800 元		
	U	包含二種 2 人房型：		
		1. 3,800 元 (為原訂價，平日為 2,200 元，假日為 2,900 元)	2,675 元	低價
		2. 4,200 元 (為原訂價，平日為 2,400 元，假日為 3,200 元)		
	V	平日為 2,200 元 (但暑假為 2,500 元)，假日為 2,900 元，連續假日 (農曆春節) 為 3,800 元	2,850 元	低價
	W	包含二種 2 人房型：		
		1. 5,500 元 (為原訂價，平日為 4,000 元，假日為 4,500 元)	4,675 元	高價
		2. 6,600 元 (為原訂價，平日為 4,800 元，假日為 5,400 元) (為湖景房)		
總平均房價			3,291 元	

註：民宿 Q 並無 2 人房，因此，未包含於分析樣本中。

接著，透過迴歸分析探討高價民宿 (B, C, G, L, T, W) 與低價民宿 (A, D, E, F, H, I, J, K, M, N, O, P, S, U, V) 之整體關鍵準則與滿意度之關係。由表 5-32 可知，於高價民宿中，充分利用自然通風 (A1) 及客房乾淨程度 (D1) 與滿意度未達顯著，而於低價民宿中，充分利用自然通風 (A1)、充足的自然採光 (A2)、客房舒適程度 (D2) 及客房乾淨程度 (D1) 與滿意度未達顯著。



表 5-32 整體關鍵準則與整體滿意度之迴歸分析

自變項	依變項	滿意度	
		高價	低價
充分利用自然通風 (A1)		-0.005	0.029
安全性 (顧客平安保險、客房安全) (D4)		0.115**	0.196***
充足的自然採光 (A2)		0.223***	0.063
客房舒適程度 (D2)		0.198***	0.062
客房乾淨程度 (D1)		0.054	0.031
客房隱私性 (D3)		0.147**	0.075*
民宿經營特色 (如原住民文化) (D6)		0.144**	0.229***
服務態度 (如接待服務、以同理心對待顧客) (B1)		0.125**	0.137***
餐飲之服務與品質 (如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮) (B4)		0.129*	0.190***
接駁服務 (如提供免費的車站與民宿之往返接送) (B2)		0.242***	0.268***
F		109.505***	184.286***
R <sup>2</sup>		0.935	0.928
Adj. R <sup>2</sup>		0.927	0.923

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

再者，進一步分析高價民宿與低價民宿之滿意度語意值。表 5-33 係為高價民宿消費者針對滿意度語意值之平均值，並再加以平均後，得到整體滿意度語意值。

表 5-33 高價民宿消費者之滿意度語意值

	非常不滿意	不滿意	稍微不滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意
B	0	26.8182	46.8182	62.7273	85.9091	100
C	0	29.0000	50.0000	66.5000	85.0000	100
G	0	37.7667	56.0000	73.0000	87.3333	100
L	0	37.5000	52.5000	67.5000	85.0000	100
T	0	22.6875	45.9375	65.6250	84.0625	100
W	0	36.2500	55.9375	72.5000	86.2500	100
整體平均	0	31.6704	51.1989	67.9754	85.5925	100

由表 5-34 可知，消費者對於高價民宿之滿意為：「非常滿意」有 14 位 (占 16%)，「滿意」有 53 位 (占 61%)，「稍微滿意」有 16 位 (占 18%)，「稍微不滿意」有 4 位 (占 5%)，整體而言，係為「滿意」。

表 5-34 高價民宿之滿意度

消費者	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11
整體 績效值	71.1233	52.7644	56.0167	75.4950	71.6828	69.2383	72.2163	84.2760	63.2662	72.7558	98.0255
滿意度	稍微滿意	稍微 不滿意	微 不滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微滿意	滿意	稍微滿意	稍微滿意	非常滿意
消費者	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	G1
整體 績效值	76.6551	75.3140	54.5907	62.0542	57.1082	61.9728	88.0354	84.4289	75.0961	80.3774	92.6863
滿意度	稍微滿意	稍微滿意	微 不滿意	稍微滿意	微 不滿意	稍微滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	滿意
消費者	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12
整體 績效值	83.5918	91.9705	94.6013	89.2101	92.7141	92.6305	86.9343	90.1080	81.1595	90.7309	78.9755
滿意度	滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
消費者	G13	G14	G15	G16	G17	G18	G19	G20	G21	G22	G23
整體 績效值	88.9907	87.2383	88.7460	93.5042	93.8096	84.3971	97.9968	77.8124	88.3056	95.8058	93.4099
滿意度	滿意	滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	非常滿意	非常滿意
消費者	G24	G25	G26	G27	G28	G29	G30	L1	L2	L3	L4
整體 績效值	85.0434	85.5881	90.2855	90.2575	71.5165	91.1165	88.7393	94.7256	87.7242	90.0697	84.7539
滿意度	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意

表 5-34 高價民宿之滿意度 (續)

消費者	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11
整體	92.8200	90.7846	86.5986	88.5001	90.0085	86.1717	75.6919	91.1858	88.2031	79.0718	80.9052
績效值	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
滿意度	T12	T13	T14	T15	T16	W1	W2	W3	W4	W5	W6
消費者	89.8908	87.9053	86.3069	96.2745	76.4818	77.7416	90.2489	92.6407	88.1434	91.2968	91.8884
整體	滿意	滿意	滿意	非常滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
績效值	W7	W8	W9	W10	W11	W12	W13	W14	W15	W16	整體
滿意度	92.1698	84.1067	85.5429	90.4314	92.9389	92.0025	93.8231	93.2012	95.8237	76.6832	84.3500
消費者	滿意	滿意	滿意	滿意	非常滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	稍微滿意	滿意

表 5-35 係為低價民宿消費者針對滿意度語意值之平均值，並再加以平均後，得到整體滿意度語意值。

表 5-35 低價民宿消費者之滿意度語意值

	非常不滿意	不滿意	稍微不滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意
A	0	23.3333	56.6667	73.3333	86.6667	100
D	0	50.0000	70.0000	80.0000	90.0000	100
E	0	29.0741	51.1111	70.3704	87.5926	100
F	0	23.3333	42.9167	63.7500	83.3333	100
H	0	30.3200	53.1200	70.2400	91.0400	100
I	0	38.0000	54.0000	70.0000	86.0000	100
J	0	23.3333	46.6667	66.6667	89.3333	100
K	0	30.5000	50.5000	67.3000	87.0000	100
M	0	35.0000	52.5000	65.0000	85.0000	100
N	0	35.0000	50.0000	70.0000	85.0000	100
O	0	27.1667	49.2667	67.3333	85.0333	100
P	0	22.7778	42.7778	60.5556	81.6667	100
S	0	26.6667	46.6667	65.0000	82.5000	100
U	0	36.6667	54.1667	71.6667	87.5000	100
V	0	24.2308	42.3077	60.3846	81.9231	100
整體平均	0	30.3602	50.8445	68.1067	85.9726	100

由表 5-36 可知，消費者對於低價民宿之滿意為：「非常滿意」有 34 位(占 22%)，「滿意」有 94 位(占 61%)，「稍微滿意」有 24 位(占 16%)，「稍微不滿意」有 2 位(占 1%)，整體而言，係為「滿意」。

表 5-36 低價民宿之滿意度

消費者	A1	A2	A3	D1	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8
整體 績效值	84.0766	96.0686	75.5624	92.7226	82.6845	88.9336	92.9288	63.4769	69.8410	71.1826	70.2735	83.7594
滿意度	滿意	非常滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微滿意	滿意
消費者	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20
整體 績效值	80.2329	87.2898	84.5156	89.0084	95.8312	86.5715	92.0387	79.3889	88.9119	90.7117	86.2070	87.0114
滿意度	滿意	滿意	滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
消費者	E21	E22	E23	E24	E25	E26	E27	F1	F2	F3	F4	F5
整體 績效值	74.8752	89.1446	97.3750	97.5957	85.6748	76.7792	88.7722	47.3603	61.9089	86.7822	90.6214	80.5996
滿意度	稍微滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	稍微滿意	滿意	稍微 不滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意
消費者	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	H1	H2	H3	H4	H5
整體 績效值	92.8943	69.5170	75.5226	76.8543	69.8825	83.6834	56.9303	91.3116	95.5644	91.9806	94.3110	95.9787
滿意度	滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微滿意	稍微滿意	滿意	稍微 不滿意	滿意	非常滿意	滿意	非常滿意	非常滿意
消費者	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17
整體 績效值	93.9801	99.1765	96.8395	94.6256	86.3625	85.2121	98.2031	96.4607	96.4836	97.9382	99.0310	88.8909
滿意度	非常滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	滿意

表 5-36 低價民宿之滿意度 (續)

消費者	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	I1	I2	I3	I4
整體												
績效值	93.3085	94.1355	94.3440	97.8292	97.6107	90.5104	96.4156	96.4579	86.2097	85.2975	84.5175	83.7518
滿意度	非常滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
消費者	I5	J1	J2	J3	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
整體												
績效值	96.6430	89.9978	75.3173	86.0207	81.2165	91.8980	88.0788	90.1645	88.9390	90.5599	88.9371	73.1344
滿意度	非常滿意	滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意
消費者	K9	K10	M1	M2	N1	N2	O1	O2	O3	O4	O5	O6
整體												
績效值	87.8170	86.7878	72.4085	60.9222	80.0094	95.7504	97.6767	91.1854	89.6848	73.3053	79.7856	82.6602
滿意度	滿意	滿意	稍微滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意	非常滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	滿意
消費者	O7	O8	O9	O10	O11	O12	O13	O14	O15	O16	O17	O18
整體												
績效值	79.9427	80.9239	89.7231	89.8893	71.1836	90.6687	94.5125	92.9147	88.8717	84.6685	92.5626	85.1652
滿意度	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
消費者	O19	O20	O21	O22	O23	O24	O25	O26	O27	O28	O29	O30
整體												
績效值	85.8277	92.8176	83.1236	77.5728	75.8266	87.7119	78.6678	88.5954	72.6588	87.3356	94.8817	87.2316
滿意度	滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意	滿意

表 5-36 低價民宿之滿意度 (續)

消費者	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	S1	S2	S3
整體	93.3238	82.1999	79.8970	93.0594	81.0525	81.5622	79.7276	83.8572	79.6596	91.2561	92.4129	77.1532
績效值	非常滿意	滿意	滿意	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意
滿意度	S4	S5	S6	U1	U2	U3	U4	U5	U6	V1	V2	V3
消費者												
整體	94.5976	77.6825	87.3026	84.6639	79.5581	81.5884	83.2519	92.8133	93.4883	66.6211	95.4156	92.3915
績效值	非常滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	非常滿意	稍微滿意	非常滿意	滿意
滿意度	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	整體	
消費者												
整體	79.0648	76.4214	73.7513	93.8532	79.9930	81.7077	75.4344	86.0033	85.0685	90.4573	85.5613	
績效值	滿意	稍微滿意	稍微滿意	非常滿意	滿意	滿意	稍微滿意	滿意	滿意	滿意	滿意	
滿意度												

## 第六章 結論與建議

### 第一節 結論

#### 一、關鍵構面

對於「民宿經營者」而言，皆首重「民宿經營與管理」，此外，除了「苗栗」經營者其次重視「建築環境與特色」與「民宿設施」之外，其餘經營者皆其次重視「服務品質」與「建築環境與特色」。另一方面，對於「民宿消費者」而言，除了「苗栗」消費者首重「民宿經營與管理」之外，其餘消費者皆首重「服務品質」。此外，「苗栗」消費者其次重視「建築環境與特色」與「服務品質」，「南投」與「屏東」之消費者其次皆重視「民宿設施」與「民宿經營與管理」，「花蓮」消費者其次重視「民宿經營與管理」與「建築環境與特色」。

若以「地區」而言，對「苗栗」來說，經營者與消費者皆首重「民宿經營與管理」，經營者其次重視「建築環境與特色」與「民宿設施」，而消費者其次重視「民宿設施」與「民宿經營與管理」。對「南投」與「屏東」來說，經營者首重「民宿經營與管理」，其次重視「服務品質」與「建築環境與特色」，而消費者首重「服務品質」，其次重視「民宿經營與管理」與「民宿設施」。對「花蓮」來說，經營者首重「民宿經營與管理」，其次重視「服務品質」與「建築環境與特色」，而消費者首重「服務品質」，其次重視「民宿經營與管理」與「建築環境與特色」。

綜合上述，可發現「經營者與經營者」、「消費者與消費者」或「經營者與消費者」皆具有差異，然而，若以「整體」而言，兩者之看法係一致的，皆重視「民宿經營與管理」、「服務品質」與「建築環境與特色」。此外，上述結果與鄭涵升 (2012)、石名君 (2008) 與顏建賢等 (2006) 部份相符，而與 Hu et al. (2012) 完全相符，僅於排序上有所差異。

另一方面，無論經營者或消費者，大都對「民宿精神與社區共榮」係最不重視的。本研究認為此與實務現象相吻合。當消費者要入住民宿時，必定會先上網查看其外觀建築、硬體設施與價格，進而決定入住與否，鮮少會注重與民宿經營者之互動。反觀民宿經營者，現今也有很多民宿係聘請專業管家代為經營，同時，台灣之民宿經營者大都係以「營利」為目的，因此，會耗資千萬，甚至上億，進而吸引消費者入住。綜合上述，可發現目前台灣經營民宿之趨勢係偏向「民宿旅館化」，而並非注重民宿之本質與精神。此外，上述結果與鄭涵升 (2012)、石名君 (2008)、顏建賢等 (2006) 與 Hu et al. (2012) 完全相符。然而，誠如呂傑華等 (2010) 所云：「民宿最特別、也最吸引人之特色即為人情味」，而徐襄琦、鄭桂玫 (2010) 認為選擇民宿之旅客往往需要的只是一份屬於在地恬靜，甚至係舒適感而已，過於誇張華麗之陳設卻有可能得到反效果，因此，應回歸到民宿最初之本質，並多以旅客之角度著想，也許較為適切，同時，歐聖榮等 (2008) 認為與旅客間關係之建立為民宿經營之核心所在，且游志青等 (2010) 亦認為合法民宿之業者除了應認真思考民宿經營之道外，更需透過社區、產業組織，甚至配合地方特色之發



展，深入思考如何培養本身之經營能力，建立民宿服務之商品特色，創造自己專屬之民宿差異化與集客力。再者，陳桓敦等 (2008) 指出，於永續觀光之發展策略中，「社區參與管理」係為重要構面之一（排序第二）。據此，本研究雖認為「民宿精神與社區共榮」對於民宿產業之發展係為相當重要之關鍵構面，然，於現今潮流下，要經營者與消費者皆重視之，較為困難，係需經過漫長時間教育，才得以改變，進而瞭解民宿之本質。

## 二、關鍵準則

對於「民宿經營者」而言，皆重視「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「安全性（顧客平安保險、客房安全）」與「民宿經營特色（如原住民文化）」，同時，「苗栗」經營者亦重視「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」與「停車空間」，「南投」經營者亦重視「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」與「客房隱私性」，「屏東」經營者亦重視「使用不具毒害的自然塗料」、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」與「客房隱私性」，「花蓮」經營者亦重視「使用不具毒害的自然塗料」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」與「客房隱私性」。

對於「民宿消費者」而言，皆重視「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」與「安全性（顧客平安保險、客房安全）」，同時，「苗栗」消費者亦重視「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」、「停車空間」與「整體環境清潔衛生程度」，「南投」消費者亦重視「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」、「停車空間」與「客房乾淨程度」，「屏東」消費者亦重視「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」、「客房乾淨程度」與「整體環境清潔衛生程度」，「花蓮」消費者亦重視「客房乾淨程度」、「民宿經營特色（如原住民文化）」與「整體環境清潔衛生程度」。

綜合上述，可發現「經營者」與「消費者」皆重視「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「客房舒適程度」與「安全性（顧客平安保險、客房安全）」。

若以「地區」而言，對「苗栗」來說，經營者與消費者皆重視「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「停車空間」、「客房舒適程度」與「安全性（顧客平安保險、客房安全）」，同時，「經營者」亦重視「客房乾淨程度」與「民宿經營特色（如原住民文化）」，而「消費者」亦重視「客房隱私性」與「整體環境清潔衛生程度」。對「南投」來說，經營者與消費者皆重視「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」、

「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」與「安全性（顧客平安保險、客房安全）」，同時，「經營者」亦重視「民宿經營特色（如原住民文化）」，而「消費者」亦重視「停車空間」。對「屏東」來說，經營者與消費者皆重視「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」與「安全性（顧客平安保險、客房安全）」，同時，「經營者」亦重視「使用不具毒害的自然塗料」與「民宿經營特色（如原住民文化）」，而「消費者」亦重視「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」與「整體環境清潔衛生程度」。對「花蓮」來說，經營者與消費者皆重視「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」、「安全性（顧客平安保險、客房安全）」與「民宿經營特色（如原住民文化）」，同時，「經營者」亦重視「使用不具毒害的自然塗料」，而「消費者」亦重視「整體環境清潔衛生程度」。

綜合上述，可發現「經營者與經營者」、「消費者與消費者」或「經營者與消費者」皆具有差異，然而，若以「整體」而言，兩者之看法大致上係一致的，皆重視「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」與「安全性（顧客平安保險、客房安全）」，同時，「經營者」亦重視「民宿經營特色（如原住民文化）」，而「消費者」亦重視「整體環境清潔衛生程度」。此外，上述結果與鄭涵升 (2012)、顏建賢等 (2006) 與 Hu et al. (2012) 部份相符。

### 三、住宿滿意度

以「地區」而言，以「苗栗」民宿來說，「非常滿意」有 11 位（占 12%），「滿意」有 51 位（占 54%），「稍微滿意」有 26 位（占 28%），「稍微不滿意」有 6 位（占 6%），整體而言，係為「滿意」。以「南投」民宿而言，「非常滿意」有 17 位（占 40%），「滿意」有 24 位（占 56%），「稍微滿意」有 2 位（占 4%），整體而言，係為「滿意」。以「屏東」民宿而言，「非常滿意」有 10 位（占 21%），「滿意」有 33 位（占 69%），「稍微滿意」有 5 位（占 10%），整體而言，係為「滿意」。以「花蓮」民宿而言，「非常滿意」有 14 位（占 25%），「滿意」有 39 位（占 68%），「稍微滿意」有 4 位（占 7%），整體而言，係為「滿意」。

然而，於上述結果中，可發現大都感到「稍微滿意」以上，僅於「苗栗」地區有 6 位係感到「稍微不滿意」，本研究進一步探討，發現有 4 位係居住於較為高價的民宿，因此，進一步以「價格」進行分析，結果顯示：以「高價」民宿來說，「非常滿意」有 14 位（占 16%），「滿意」有 53 位（占 61%），「稍微滿意」有 16 位（占 18%），「稍微不滿意」有 4 位（占 5%），整體而言，係為「滿意」。以「低價」民宿來說，「非常

滿意」有 34 位 (占 22%)，「滿意」有 94 位 (占 61%)，「稍微滿意」有 24 位 (占 16%)，「稍微不滿意」有 2 位 (占 1%)，整體而言，係為「滿意」。

綜合上述，不論係以「地區」或「價格」而言，以整體來說，消費者對於此次所入住之民宿係感到滿意的。此外，於「價格」之結果中，本研究發現對於「非常滿意」來說，低價民宿居多，而對於「稍微不滿意」來說，高價民宿居多。據此，本研究認為「價格」確實係具有影響。本研究推論造成此結果之可能原因有二：第一，民宿實際表現就是如此；第二，應係「價格」所造成，即低價民宿僅要維持一定水準，甚至以上，就容易使消費者感到滿意，甚至非常滿意，然而，反觀高價民宿，因消費者普遍認知「高價＝高品質／高水準」，因此，於各項準則之表現上，會更要求、更放大檢視。

#### 四、關鍵準則與整體滿意度

本研究透過迴歸分析探討關鍵準則與整體滿意度之關係。結果顯示：於「高價」民宿中，「安全性（顧客平安保險、客房安全）」、「充足的自然採光」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」、「民宿經營特色（如原住民文化）」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」與「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」皆達顯著，而「充分利用自然通風」與「客房乾淨程度」皆未達顯著。於「低價」民宿中，「安全性（顧客平安保險、客房安全）」、「客房隱私性」、「民宿經營特色（如原住民文化）」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」與「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」皆達顯著，而「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「客房舒適程度」與「客房乾淨程度」皆未達顯著。綜合上述，達顯著者，代表民宿經營者於此些關鍵準則上若能表現愈佳，則消費者之滿意度則愈高，反觀未達顯著者，本研究推論應係消費者認為此些準則係為經營民宿之基本條件，與保健因子之概念相同，即具有基本條件係基本的，不一定會滿意，但若不具有，則一定會不滿意。此外，可發現「高價」民宿的顯著數目多於「低價」民宿，本研究推論係由於「高價」民宿之經營者認為消費者入住時，會將「高價」與「高品質」或「高水準」劃上等號，據此，經營者必會於諸多細節上或整體住宿環境上更加以注意，使消費者感到「物有所值」。

另一方面，本研究透過準則之整體重要性與整體滿意度，發展一經營策略矩陣圖（如圖 6-1 所示），建議民宿經營者對於準則之因應之道。由圖 6-2 可知，對於「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」、「安全性（顧客平安保險、客房安全）」與「整體環境清潔衛生程度」係採取「繼續維持，並精益求精」之策略，換言之，經營重心應著重於此些準則上。對於「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」與「停車空間」係採取「進行改善，以提高顧客滿意度」之策略，本研究認為若民宿經營者於經費允許之下，可購置小巴士，或利用自家車輛，或與遊覽車公司異業合作，進而提供顧客

更便利的接駁服務，同時，亦可解決停車空間之問題。對於「使用不具毒害的自然塗料」、「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力」、「善用當地文化和景觀元素融入設計」、「室內景觀設計的美化與獨特性」、「庭園景觀設計的綠化與獨特性」、「資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）」、「炊事設備（如廚房）」、「安全設施（如緊急照明設備、消防設備）」、「醫療設施（如急救箱）」、「客房設施」、「房間主題特色（如海洋風）」、「民宿經營特色（如原住民文化）」、「整體環境氣氛營造」、「主人與房客之互動程度」、「導覽解說服務」、「當地體驗活動與餐飲之安排」、「對社區生活品質之貢獻」、「主動對當地資源採取保護行動」與「推廣與保存在地文化資源」係採取「僅須維持基本水準，暫時無須急迫改善」之策略。此外，可發現「民宿精神與社區共榮」之準則全數落於「僅須維持基本水準，暫時無須急迫改善」之象限，由此可知，消費者皆不重視之，然，本研究認為民宿產業於未來經營上應強調與回歸民宿精神、民宿本質與社區共榮，換言之，民宿經營者一直比較於建築外觀與硬體設施，不如思考如何能使消費者留下難以忘懷之住宿體驗，提高其再次造訪之意願，才為永續經營之道。



圖 6-1 準則之整體重要性與整體滿意度之經營策略矩陣圖

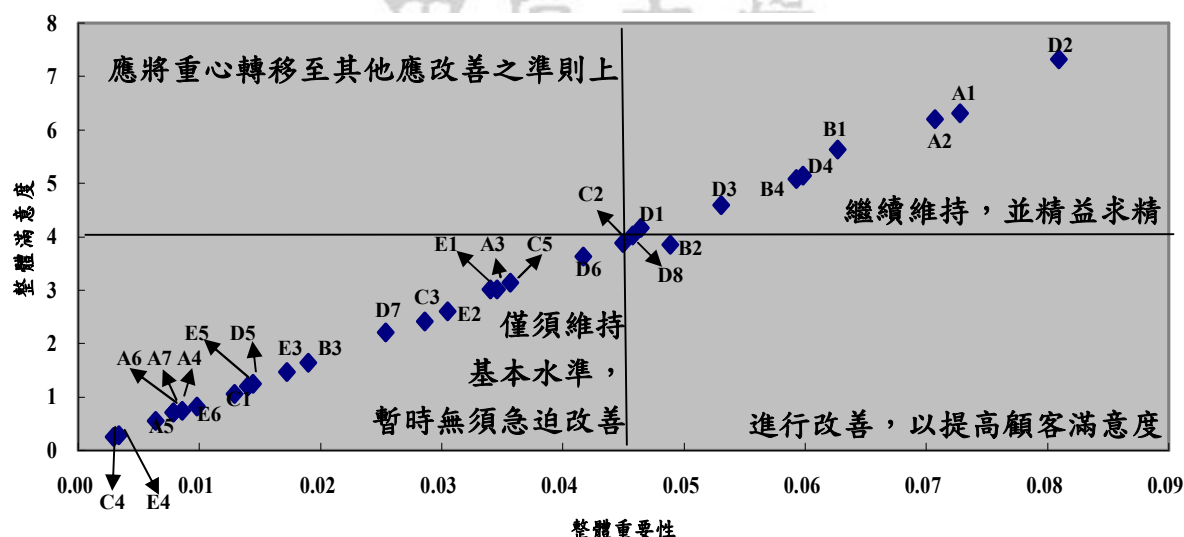


圖 6-2 準則之整體重要性與整體滿意度之散佈圖

註：以尺度之中間值為門檻值，整體滿意度為 4，整體重要性為 0.045。

註：A1—充分利用自然通風；A2—充足的自然採光；A3—使用不具毒害的自然塗料；A4—在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力；A5—善用當地文化和景觀元素融入設計；A6—室內景觀

設計的美化與獨特性；A7—庭園景觀設計的綠化與獨特性；B1—服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）；B2—接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）；B3—資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）；B4—餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）；C1—炊事設備（如廚房）；C2—停車空間；C3—安全設施（如緊急照明設備、消防設備）；C4—醫療設施（如急救箱）；C5—客房設施；D1—客房乾淨程度；D2—客房舒適程度；D3—客房隱私性；D4—安全性（顧客平安保險、客房安全）；D5—房間主題特色（如海洋風）；D6—民宿經營特色（如原住民文化）；D7—整體環境氣氛營造；D8—整體環境清潔衛生程度；E1—主人與房客之互動程度；E2—導覽解說服務；E3—當地體驗活動與餐飲之安排；E4—對社區生活品質之貢獻；E5—主動對當地資源採取保護行動；E6—推廣與保存在地文化資源。

## 第二節 建議

### 一、政府

目前政府對於民宿認證有「民宿管理辦法」與「好客民宿」。對於「民宿管理辦法」而言，只要民宿符合其基本規定（如房間數），則可取得合法民宿之標章，此為經營民宿之基本門檻。此外，對於「好客民宿」而言，既為「好客」，則應重視民宿經營者與消費者之間的互動、民宿體驗或體驗當地文化，然，卻較重視建築環境或硬體設施，此並非為民宿本質。再者，目前僅有「3S 民宿評鑑指標」有將「民宿精神」納入評估指標中。然而，民宿最特別、也最吸引人之特色即為人情味（呂傑華等，2010），徐襄琦、鄭桂玫（2010）認為選擇民宿之旅客往往需要的只是一份屬於在地恬靜，甚至係舒適感而已，過於誇張華麗之陳設卻有可能得到反效果，因此，應回歸到民宿最初之本質，並多以旅客之角度著想，也許較為適切，同時，歐聖榮等（2008）認為與旅客間關係之建立為民宿經營之核心所在，且游志青等（2010）亦認為合法民宿之業者除了應認真思考民宿經營之道外，更需透過社區、產業組織，甚至配合地方特色之發展，深入思考如何培養本身之經營能力，建立民宿服務之商品特色，創造自己專屬之民宿差異化與集客力。再者，於專家訪談中，專家們皆表示應強調與重視民宿本質與民宿精神。另一方面，宋秉明（2002）指出社區觀光兼具「運用地方生態資源」、「當地居民參與」、「由下而上式」與「振興地方經濟」等多項生態旅遊發展的元素與精神，且陳桓敦等（2008）指出，於永續觀光之發展策略中，「社區參與管理」為重要構面之一（排序第二）。綜合上述，本研究建議政府於未來再修訂民宿評估指標時，可納入「民宿精神與社區共榮」，抑或本研究之民宿評估架構作為再修訂之參考依據，同時，可邀請民宿經營者共同參與制訂官方之民宿評估指標，使其能更為完善、完整。

### 二、民宿經營者

#### （一）民宿經營者所重視之準則排序與民宿消費者之準則滿意排序

以「苗栗」而言，經營者所重視之準則（「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「停車空間」、「客房舒適程度」、「安全性（顧客

平安保險、客房安全)」與「民宿經營特色（如原住民文化）」皆使消費者感到表現優異。然而，於「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」（經營者排序為 7，而消費者滿意排序為 12）與「客房乾淨程度」（經營者排序為 9，而消費者滿意排序為 11）之表現仍有改善空間。因此，本研究建議對於「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」而言，若民宿經營者於經費允許之下，可購置小巴士，或利用自家車輛，或與遊覽車公司異業合作，進而提供顧客更便利的接駁服務；對於「客房乾淨程度」而言，經營者可購置除濕機（苗栗民宿大都位於山區，溼氣較重），以防棉被有霉味、不論是否有無消費者入住，每天都須固定打掃與清理、床單與枕套需常換洗等，以提升顧客滿意。此外，雖經營者之關鍵準則中並未包含「客房隱私性」（經營者排序為 11，而消費者滿意排序為 7）與「整體環境清潔衛生程度」（經營者排序為 13，而消費者滿意排序為 8），然而，消費者卻對此二準則之表現感到滿意，因此，經營者應持續保持之。

以「南投」而言，經營者所重視之準則（「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」與「安全性（顧客平安保險、客房安全）」皆使消費者感到表現優異。然而，於「民宿經營特色（如原住民文化）」（經營者排序為 2，而消費者滿意排序為 11）之表現仍有改善空間。本研究認為南投之代表性文化之一係為原住民文化，因此，建議經營者可於客房內、整體佈置上或在餐點上能更具有原住民文化之元素，以提升顧客滿意。此外，雖經營者之關鍵準則中並未包含「停車空間」（經營者排序為 11，而消費者滿意排序為 9），然而，消費者卻對此準則之表現感到滿意，因此，經營者應持續保持之。

以「屏東」而言，經營者所重視之準則（「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」與「安全性（顧客平安保險、客房安全）」皆使消費者感到表現優異。然而，於「使用不具毒害的自然塗料」（經營者排序為 8，而消費者滿意排序為 15）、「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」（經營者排序為 10，而消費者滿意排序為 11）與「民宿經營特色（如原住民文化）」（經營者排序為 6，而消費者滿意排序為 12）之表現仍有改善空間。本研究認為以「使用不具毒害的自然塗料」而言，經營者若的確有使用不具毒害之自然塗料，則可以書面或口頭告知消費者，使其能住得安心，但若無使用，則需加以改善；以「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」而言，若經營者於經費允許之下，可購置小巴士，或利用自家車輛，或與遊覽車公司異業合作，進而提供顧客更便利的接駁服務；以「民宿經營特色（如原住民文化）」而言，因「屏東—墾丁」深具蔚藍海洋與熱情沙灘的夏日氣息，因此，本研究建議可於客房內以藍／白色為主，而在外觀佈置上可以海洋元素（如貝殼、衝浪板）為主。此外，雖經營者之關鍵準則中並未包含「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」（經營者排序為 11，而消費者滿意排序為 5）、「停車空間」（經營者排



序為 12，而消費者滿意排序為 10）與「整體環境清潔衛生程度」（經營者排序為 13，而消費者滿意排序為 9），然而，消費者卻對此些準則之表現感到滿意，因此，經營者應持續保持之。

以「花蓮」而言，經營者所重視之準則（「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」、「安全性（顧客平安保險、客房安全）」與「民宿經營特色（如原住民文化）」）皆使消費者感到表現優異。然而，於「使用不具毒害的自然塗料」（經營者排序為 10，而消費者滿意排序為 17）之表現仍有改善空間。本研究認為經營者若的確有使用不具毒害之自然塗料，則可以書面或口頭告知消費者，使其能住得安心，但若無使用，則需加以改善。此外，雖經營者之關鍵準則中並未包含「整體環境清潔衛生程度」（經營者排序為 12，而消費者滿意排序為 7），然而，消費者卻對此準則之表現感到滿意，因此，經營者應持續保持之。

以「整體」而言，經營者所重視之準則（「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」與「安全性（顧客平安保險、客房安全）」）皆使消費者感到表現優異。然而，於「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」（經營者排序為 10，而消費者滿意排序為 11）與「民宿經營特色（如原住民文化）」（經營者排序為 7，而消費者滿意排序為 12）之表現仍有改善空間。本研究認為以「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」而言，若經營者於經費允許之下，可購置小巴士，或利用自家車輛，或與遊覽車公司異業合作，進而提供顧客更便利的接駁服務；以「民宿經營特色（如原住民文化）」而言，可以當地所具有之特有文化或氛圍之元素，加以佈置與呈現之，使消費者能更深層地體驗當地文化。此外，雖經營者之關鍵準則中並未包含「停車空間」（經營者排序為 11，而消費者滿意排序為 10）與「整體環境清潔衛生程度」（經營者排序為 14，而消費者滿意排序為 9），然而，消費者卻對此二準則之表現感到滿意，因此，經營者應持續保持之。

## （二）民宿消費者所重視之準則排序與其之滿意排序

以「苗栗」而言，消費者所重視之準則（「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）」、「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）」、「停車空間」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」、「安全性（顧客平安保險、客房安全）」與「整體環境清潔衛生程度」），經營者皆表現優異。然而，經營者於「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）」（消費者重視排序為 9，而滿意排序為 12）之表現仍有改善空間。因此，本研究建議若經營者於經費允許之下，可購置小巴士，或利用自家車輛，或與遊覽車公司異業合作，進而提供顧客更便利的接駁服務。此外，雖消費者之關鍵準則中並未包含「民宿經營特色（如原

住民文化)」(消費者重要排序為 11，而滿意排序為 10)，然而，其卻對此準則之表現感到滿意，因此，經營者應持續保持之。

以「南投」而言，消費者所重視之準則(「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度(如接待服務、以同理心對待顧客)」、「接駁服務(如提供免費的車站與民宿之往返接送)」、「餐飲之服務與品質(如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮)」、「停車空間」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」與「安全性(顧客平安保險、客房安全)」)，經營者皆表現優異，換言之，與消費者之期望一致。

以「屏東」而言，消費者所重視之準則(「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度(如接待服務、以同理心對待顧客)」、「餐飲之服務與品質(如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮)」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」、「安全性(顧客平安保險、客房安全)」與「整體環境清潔衛生程度」)，經營者皆表現優異。然而，經營者於「接駁服務(如提供免費的車站與民宿之往返接送)」(消費者重要排序為 9，而滿意排序為 11)之表現仍有改善空間。本研究建議若經營者於經費允許之下，可購置小巴士，或利用自家車輛，或與遊覽車公司異業合作，進而提供顧客更便利的接駁服務。此外，雖消費者之關鍵準則中並未包含「停車空間」(消費者重要排序為 11，而滿意排序為 10)，然而，其卻對此準則之表現感到滿意，因此，經營者應持續保持之。

以「花蓮」而言，消費者所重視之準則(「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度(如接待服務、以同理心對待顧客)」、「餐飲之服務與品質(如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮)」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」、「安全性(顧客平安保險、客房安全)」、「民宿經營特色(如原住民文化)」與「整體環境清潔衛生程度」)，經營者皆表現優異，換言之，與消費者之期望一致。

以「整體」而言，消費者所重視之準則(「充分利用自然通風」、「充足的自然採光」、「服務態度(如接待服務、以同理心對待顧客)」、「餐飲之服務與品質(如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮)」、「客房乾淨程度」、「客房舒適程度」、「客房隱私性」、「安全性(顧客平安保險、客房安全)」與「整體環境清潔衛生程度」)，經營者皆表現優異。然而，經營者於「接駁服務(如提供免費的車站與民宿之往返接送)」(消費者重要排序為 8，而滿意排序為 11)之表現仍有改善空間。本研究建議若經營者於經費允許之下，可購置小巴士，或利用自家車輛，或與遊覽車公司異業合作，進而提供顧客更便利的接駁服務。此外，雖經營者之關鍵準則中並未包含「停車空間」(消費者重要排序為 11，而滿意排序為 10)，然而，其卻對此準則之表現感到滿意，因此，經營者應持續保持之。

### (三) 民宿消費者之住宿建議與意見

本研究透過問卷調查，詢問消費者對於所居住之民宿是否有任何改善之建議與意見，並整理如表 6-1 所示。同時，本研究提出數項解決之方法。



表 6-1 民宿消費者之住宿建議與意見

地區	民宿	消費者之住宿建議與意見	本研究之建議
苗栗	B	1. 夏天時，民宿櫃檯太熱	可於櫃檯裝置冷氣或風扇
		2. 房間有蜘蛛網	請經營者要隨時打掃、清理
		3. 無網路服務、check-in 櫃檯無冷氣而太熱	可於民宿內裝設 wifi，同時，於櫃檯裝置冷氣或風扇
		4. 因買宵夜不便，故若能增加自動販賣機會更好	
		5. 蚊蟲太多	可栽種驅蚊蟲之植物或放置（電）蚊香、補蚊燈等
		6. 餐飲需加強	可試著調整烹飪方法或口味
		7. 住宿環境很棒	
	C	1. 蚊蟲太多，晚餐不好吃	可栽種驅蚊蟲之植物或放置（電）蚊香、補蚊燈等，同時，可試著調整烹飪方法或口味
		2. 餐飲需加強	可試著調整烹飪方法或口味
		3. 環境不錯，晚餐需加強	可試著調整烹飪方法或口味
		4. 對於露天部份，須加強隱私性	可加蓋圍籬等遮蔽物
		5. 樓梯口有壁虎大便	請經營者要隨時打掃、清理
	D	1. 因為蚊子很多，如能增設紗門，可多一道出入的防護；房內的沙發床若能移除，空間會更顯寬敞	
		2. 庭園景觀很漂亮，室內也很舒適乾淨，唯獨蚊蟲太多	可栽種驅蚊蟲之植物或放置（電）蚊香、補蚊燈等
	E	1. 關於衛浴設備，建議採用乾濕分離，並採用硬體隔板	
		2. 關於衛浴設備，建議採用乾濕分離，同時，因隔間用浴簾較為老舊，建議更換，其他皆感到滿意	
		3. 房間無主題性	經營者可多些裝飾或改變色調
		4. 通風與除濕仍須加強與改善	可放置除濕機
		5. 房間無主題性，且蚊蟲多	經營者可多些裝飾或改變色調，同時，可栽種驅蚊蟲之植物或放置（電）蚊香、補蚊燈等
		6. 若有浴缸可泡澡，會更完美，其他皆不錯	
		7. 整體而言，還不錯，但建議浴室可再放置拋棄式的梳子	

表 6-1 民宿消費者之住宿建議與意見（續）

地區	民宿	消費者之住宿建議與意見	本研究之建議
苗栗	E	8. 小木屋較易吸收水氣，須定期除濕，以維護品質	可放置除濕機
		9. 建議可栽種防止蚊蟲之植物；為了個人衛生考量，建議盥洗用品應以個人包裝為主，而非市售家庭號之盥洗用品；建議設置蓮蓬頭放置之插槽，以便盥洗	
		10. 建議可栽種防止蚊蟲之植物	
		11. 毛巾太小	
	F	1. 可再增加停車位；增加室內休閒娛樂設施；指引標誌可再更加顯目	可放置除濕機
		2. 服務好；親切；環境也很棒	
		3. 衛浴設備可再稍加改進；欲營造之風格可再更明顯	
		4. 霉味太重；停車場設計須再改善；棉被濕氣太重	
	G	1. 增加原住民文化元素和景點	
		2. 環境優美；待客親切；設備完善；絕對是闔家共遊苗栗的唯一首選；富有故事性的好地方	
		3. 十分滿意	
		4. 增加地方特色	
		5. 增加原住民文化設備	
		6. 待人親切；服務熱心	
		7. 環境清悠，是適合闔家光臨及親近大自然的好地方	
南投	H	1. Good!	
		2. 夜間導覽太有趣了！青蛙好勾錐！整體住起來好舒適！滿意度爆錶！下次一定要再來！	
		3. 應加強當地導覽解說服務；應加強民宿商品特色化，如青蛙物品、蘭花之販售；安排半日或一日之行程	

表 6-1 民宿消費者之住宿建議與意見（續）

地區	民宿	消費者之住宿建議與意見	本研究之建議
南投	J	1. 浴室無法上門鎖；電視收訊品質不良；希望馬桶與淋浴間能隔開	換鎖；可裝置較佳的接收器
	K	1. 十分 nice 的民宿 2. You are the best!	
屏東	L	1. 價位可再往下調降（平民化），可提高競爭力 2. 床太軟	
	M	1. 可以增加服務鈴：空調不夠強；希望能放置室內拖或拋棄式拖鞋 2. 盥洗設備應以旅行組為佳，不宜用家庭號，以加強衛生；空調仍有待加強；室內設備（如櫃子）若有壞掉，應儘速修繕	
	O	1. 老闆人很好、很親切；很仔細介紹恆春；房間乾淨、用心打掃及維護 2. 老板很親切；民宿 very good 3. 很棒	
		4. 對小蟲的預防可以再確實一點	可栽種驅蚊蟲之植物或放置（電）蚊香、補蚊燈等
		5. 態度親切，如同好久不見的好友接待；乾淨又有特色的房間；建築是另一項吸引人的特色	
		6. 生活中多了些寧靜，環境很好，若能增加更多的動植物，會更好 7. 房間有螞蟥 8. 因走廊走路說話易聽到，因此隔音設備需加強 9. 衛浴可以更好 10. 熱水可以加熱快一點	可增設隔音棉

表 6-1 民宿消費者之住宿建議與意見（續）

地區	民宿	消費者之住宿建議與意見	本研究之建議
花蓮	T	1. 可於鄰近路口擺放招牌，指引顧客；因蚊蟲較多，建議房內擺設蚊香；空間感很好；整體而言，滿意	
		2. 可於巷口處擺放民宿標示，使人清楚找到地點；機車位置可再大一點；整體而言，滿意	
		3. 很棒	
	U	1. 樓梯的垂直角度過大，安全有疑慮	
	V	1. 環境清悠，但位居偏僻小路裡，造成	
		2. 遊客停車較不易	
		3. 很好玩	
		4. 很完美	
		5. 很不錯	
		6. 服務很好	
	W	1. 優質民宿	
		2. 整體來說，都很完美，看得出主人的用心，很棒！且老板夫妻都很親切！	
		3. 民宿老闆有用心經營！	
		4. 相當滿意！唯一遺憾的是無法很恣意地沉浸在湖光山色中，因為蚊蟲太多，不過這是大環境的因素，似乎無法避免	可栽種驅蚊蟲之植物或放置（電）蚊香、補蚊燈等
		5. 房內缺閱讀燈光；缺電扇（因不見得想吹冷氣）；有很棒的景觀，會讓我回味再三的民宿	
		6. 非常棒	
		7. 衛浴設備需加強改善；廁所空調需改善（空氣不佳）	
		8. 希望可以裝第四台；房間內燈光可再明亮點	

### 三、民宿消費者

本研究建議消費者未來選擇民宿時，除了須注意是否為合法民宿之外（因為合法民宿有規定須幫消費者投保平安險或意外險），應多注意民宿經營者是否能與消費者多互動，並提供難忘的住宿體驗，如帶領消費者深度體驗當地文化、生態旅遊與解說、古蹟與歷史之探訪、或品嚐當地特產等，而並非一味地追求建築外觀與硬體設施。然而，這也係民宿經營者為了吸引消費者住宿的手段之一，一時之間，難以改變此風潮。據此，本研究認為應從注重「民宿精神與本質」之民宿經營者來教育消費者，使其未來於選擇民宿上，能有所轉變，同時，政府亦應扮演宣導與輔導的角色，使民宿不再趨於「民宿旅館化」。

## 第三節 研究貢獻

本研究之研究貢獻分述如下

### 一、民宿之代表性

民宿之選擇係先由本研究分類後，初步加以篩選，最後再由各當地理事長加以推薦，因此，此二十三家民宿係具有代表性。整體而言，民宿經營者所重視之準則大都皆與消費者一致，僅於排序上有所差異，同時，消費者亦大都認為民宿經營者於其所重視之準則上，表現優異。另一方面，本研究認為研究結果可作為其他經營較為不佳之民宿的改善參考依據。

### 二、發展民宿評估指標

截至 2012/11 止，民宿已成長至 3,659 家，於如此迅速蓬勃發展下，民宿素質卻參差不齊，據此，本研究認為實有發展民宿評估指標之重要性與必要性。首先，透過大量文獻探討，建立雛型架構，再者，透過學者專家、實務經營者與消費者之觀點，建立民宿評估指標，使其除了較過去之評鑑指標更為完整之外，且能更符合民宿之實際經營環境，並有別於政府係以「旅館」角度所制定之民宿評估指標。

### 三、多準則決策分析之應用

在過去研究中，鮮少運用多準則決策分析於民宿議題上，然，此方法主要係可分析關鍵因素與選擇最佳方案，進而幫助決策者制定較佳決策，相當具有實質助益。本研究運用多準則決策分析於民宿經營上，探討其經營關鍵因素與經營表現之優劣，使民宿經營者能將金錢花在刀口上，進而避免無謂的成本支出。同時，探討民宿經營者與民宿消費者所重視之關鍵因素的差異，使民宿經營者在經營上能更瞭解消費者之需求，進而達到永續經營之目標。

### 四、增加「民宿精神與社區共榮」構面

在台灣，民宿經營已趨於專業化與精緻化，且經營者與消費者皆非常重視建築外觀

與硬體設備，已可謂「民宿旅館化」，然，此與民宿本質係背道而馳的。在過去研究中，僅有鄭涵升 (2012)、石名君 (2008)、陳盈君 (2008)、顏建賢等 (2006) 與 Hu et al. (2012) 等曾探討「民宿精神」或「社區共榮」，顯然目前研究大都尚未著重於此。此外，於民宿認證中，目前僅有「3S 民宿評鑑指標」有包含「民宿精神」，而政府所提出之「好客民宿」則著重於硬體設施，並未包含民宿之核心價值。然，民宿最特別、也最吸引人之特色即為人情味 (呂傑華等，2010)，徐襄琦、鄭桂玫 (2010) 認為選擇民宿之旅客往往需要的只是一份屬於在地恬靜，甚至係舒適感而已，過於誇張華麗之陳設卻有可能得到反效果，因此，應回歸到民宿最初之本質，並多以旅客之角度著想，也許較為適切，同時，歐聖榮等 (2008) 認為與旅客間關係之建立為民宿經營之核心所在，且游志青等 (2010) 亦認為合法民宿之業者除了應認真思考民宿經營之道外，更需透過社區、產業組織，甚至配合地方特色之發展，深入思考如何培養本身之經營能力，建立民宿服務之商品特色，創造自己專屬之民宿差異化與集客力。再者，於專家訪談中，專家們皆表示應強調與重視民宿本質與民宿精神。另一方面，宋秉明 (2002) 指出社區觀光兼具「運用地方生態資源」、「當地居民參與」、「由下而上式」與「振興地方經濟」等多項生態旅遊發展的元素與精神，且陳桓敦等 (2008) 指出，於永續觀光之發展策略中，「社區參與管理」為重要構面之一 (排序第二)。綜合上述，可知本研究之「民宿精神與社區共榮」係相當重要且必須納入於民宿評估指標中。

#### 第四節 研究限制與未來研究方向

本研究之研究限制與未來研究方向分述如下：

- 一、於發放期間，常遭逢颱風，導致部份問卷無法回收，因此，建議後續研究可將發放時間拉長，以改善此狀況。
- 二、消費者居住民宿時，主要係為了渡假、放鬆、不想被打擾，因此，填答率偏低，進而造成問卷回收率亦偏低，據此，建議可加強填答誘因。
- 三、因本研究之問卷題項較多，建議後續研究可透過其他研究方法降低題數。
- 四、本研究係以「建築」、「客房特色」、「景觀」、「生態」等特色為主，並未探討其他特色民宿 (如原住民、體驗活動)，因此，建議後續研究可針對不同的特色民宿發展不同的評估指標，並比較其關鍵構面／關鍵準則之差異。另一方面，可探討注重「民宿精神與本質」 (如可帶領消費者體驗當地文化) 與注重「民宿建築外觀與硬體設施」，或「民宿社區 (如桃米社區)」與「非民宿社區」之差異。
- 五、本研究僅探討台灣本島，並無納入「離島」地區，因此，建議後續研究於經費、時間、人力之許可下，可擴增研究範圍。
- 六、本研究僅探討「價格」與「滿意度」之關係，然，並未將「價格」納入評估架構中，因此，建議後續研究不僅可將「價格」納入評估架構中進行分析，而且可探討不同的民宿價位，消費者所重視的關鍵因素是否有所差異，同時，亦可透過 SEM 探討「價格」是否具有干擾效果。
- 七、本研究係以「加法型」方法 (如 ANP) 為主，建議後續研究可加入「非加法型」方法 (如模糊積分)，探討其差異。

## 參考文獻

- 今日新聞網，2011，<http://www.nownews.com/2011/05/10/91-2711236.htm>。(搜尋日期：2012/ 03/ 28)
- 王美慧、陳瑞龍、葉陳錦，2006，「民宿旅客之消費行為探討—以花蓮地區為例」，戶外遊憩研究，第十九卷第四期，頁 1-30。
- 王榮貴、廖本裕、施孟隆，2010，「民宿經營者人格特質、領導能力、經營績效之研究—以台東縣為例」，農業經營管理年刊，第十六期，頁 1-20。
- 中華民國全國商業總會，2006，<http://60.244.127.66/cgi-bin/big5/p1215/ko04>。(搜尋日期：2011/ 05/ 19)
- 石名君，2008，台灣民宿品質認證之研究，亞洲大學休閒與遊憩管理學系未出版碩士論文。
- 台灣醒報，2010，<http://news.sina.com.tw/article/20100714/3492341.html>。(搜尋日期：2011/ 05/ 19)
- 交通部觀光局，2012a，<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=315>。(搜尋日期：2013/ 01/ 08)
- 交通部觀光局，2012b，<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/month.aspx?no=135>。(搜尋日期：2013/ 01/ 08)
- 交通部觀光局，2001，民宿管理辦法。
- 行政院主計處，2011，<http://www.dgbas.gov.tw>。(搜尋日期：2011/ 08/ 15)
- 行政院經濟建設委員會，2011，<http://www.cepd.gov.tw/ml.aspx?sNo=0012621>。(搜尋日期：2012/ 03/ 28)
- 李世昌、林聰哲，2009，「遊客對農業型民宿遊憩認知與遊憩體驗之研究—以松柏嶺地區為例」，休閒事業研究，第七卷第二期，頁 71-86。
- 李孝安、林怡芯、鄭維皓，2011，「建構清境地區民宿經營者選擇禮券發行方法決策架構」，區域與社會發展研究期刊，第二期，頁 363-384。
- 沈志豪、石進芳，2004，「民宿申請困境分析與解決對策探討」，農業經營管理會訊，第三十八期，頁 16-24。
- 沈軒睿，2002，政府因應清境地區民宿過度發展對策之研究，中華大學營建管理研究所未出版碩士論文。
- 沈進成、王伯文、陳正興，2005，「遊客體驗對忠誠度之中介影響變數之研究—以奮起湖地區民宿為例」，生物與休閒事業研究，第三卷第二期，頁 85-109。
- 吳武忠、王蘭薰、顏湘芬，2010，「金門委外經營與民間自營民宿經營模式評價之比較研究」，管理實務與理論研究，第四卷第三期，頁 76-97。
- 吳菊，2009，「遊客選擇民宿關鍵因素之探討」，島嶼觀光研究，第二卷第三期，頁 28-45。
- 吳肇展，2010，「民宿經營關鍵成功因素之個案研究—資源基礎理論觀點」，管理實務與理論研究，第四卷第四期，頁 142-163。
- 吳慶烜、張玉明、林怡秀、謝孟蓉，2008，「由台灣民宿政策與制度：論民宿結合生態

- 旅遊永續經營的一種可能」，嘉南學報，第三十四期，頁 817-830。
- 呂傑華、周祐華、李俊鴻、柯則宇，2010，「花蓮民宿業者關係行銷與遊客選擇行為之研究」，休閒事業研究，第八卷第四期，頁 64-85。
- 巫群綾、張宏政，2011，「台灣中部民宿遊客參與體驗活動內容之分析」，農業推廣文彙，第五十六輯，頁 205-214。
- 宋秉明，2002，「社區觀光發展的形成－從修正型社區博物館的概念切入」，觀光研究學報，第八卷第一期，頁 71-83。
- 林士彥，2005，「休閒旅遊服務之產品層次探討－以渡假民宿為例」，顧客滿意學刊，第一卷第一期，頁 145-168。
- 林士彥、林銘昌、劉冠妤，2010，「臺灣民宿品質認證」，品質月刊，第四十六卷第十二期，頁 32-34。
- 林万登審譯，Stutts, A. T., Wortman, J. F. 著，2008，飯店與住宿產業管理 (Hotel and Lodging Management: An Introduction)，二版，台北：桂魯。
- 林梓聯，2001，「台灣的民宿」，農業經營管理會訊，第二十七期，頁 3-5。
- 林舜涓、蔡佳燕、邱莉文，2007，「由住宿體驗提高顧客之行為意向－以花蓮民宿為例」，觀光旅遊研究學刊，第二卷，頁 73-92。
- 武維邦、楊慧伶，2011，「民宿經營導入電子商務功能對顧客價值與關係品質關連性之探討」，品質學報，第十八卷第三期，頁 259-277。
- 周韶華，2012，3S 認證民宿安全有保障，由 SGS 台灣檢驗科技公司執行驗證，可確保民宿品質，保證真實安全的價值主張，<http://tw.myblog.yahoo.com/cing-jing/article?mid=9414&prev=-1&next=9412>。(搜尋日期：2013/ 01/ 10)
- 胡學彥、龔金山、王振英，2007，「地方產業型民宿供需特性之研究」，土地問題研究季刊，第六卷第四期，頁 68-84。
- 洪麗珠，2009，「台灣民宿產業發展預測之研究」，商業現代化學刊，第五卷第一期，頁 183-198。
- 高志喬，2011，台灣特色民宿評鑑指標之研究－以濱海型民宿為例，開南大學觀光與餐飲旅館學系未出版碩士論文。
- 孫稚堤，2011，「我國民宿產業發展與問題之初探－在現行法制規範與休閒農業浪潮下發現新契機」，土地問題研究季刊，第十卷第二期，頁 51-70。
- 孫樹根，2008，「民宿滿意度與重遊意願關聯性分析－以白河民宿遊客為例」，農業推廣學報，第二十四期，頁 1-16。
- 徐茂練、紀慧如、吳宜芳、詹清琴，2011，「真實體驗與生活品質關聯性之研究－以民宿休閒為例」，健康管理學刊，第九卷第一期，頁 99-118。
- 徐襄琦、鄭桂玫，2010，「以台灣民宿業者之體驗行銷論旅遊意象之型塑」，運動休閒餐旅研究，第五卷第一期，頁 187-197。
- 徐瓊信、陳榮文，2010，「休閒渡假民宿遊客住宿體驗、期望與滿意之研究－以馬公地區為例」，島嶼觀光研究，第三卷第三期，頁 63-87。



- 容繼業，2002，旅行業理論與實務，台北：揚智。
- 許志煌，2010，觀光局擬放寬觀光旅館房間數，  
<http://www.wretch.cc/blog/zapglobe/4797199>。(搜尋日期：101/03/25)
- 陳文福、莊柏樁，2009，「高山地區民宿發展永續經營策略之探討－以南投清境地區為例」，坡地防災學報，第八卷第二期，頁1-18。
- 陳宗玄、張瑞琇，2008，休閒遊憩產業概論，台北：揚智文化。
- 陳昭郎、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，第三十三卷第四期，頁16-20。
- 陳盈君，2008，國內綠色民宿評選指標系統之建構，國立台北護理學院旅遊健康研究所未出版碩士論文。
- 陳桓敦、鍾政偉、蔡進祥、王維民，2008，「桃園地區埤塘永續觀光之發展策略研究」，休閒暨觀光產業研究，第三卷第二期，頁105-122。
- 陳淑芬、邱天佑，2006，「民宿旅客消費者行為之研究－以花蓮地區為例」，大漢學報，第二十一期，頁155-173。
- 陳甦彰、陳俊宏、李淑梅，2009，「澎湖地區民宿的服務品質、顧客滿意度及忠誠度之關係研究」，運動休閒餐旅研究，第四卷第四期，頁178-198。
- 陳慧玲、吳英偉，2009，「遊客對民宿服務品質與遊憩體驗之關聯性研究：以屏東霧台民宿為例」，行銷評論，第六卷第二期，頁299-327。
- 張良漢、高崇倫、林香君、林契文，2006，「台灣業者與遊客對民宿法規認同之研究」，生物與休閒事業研究，第四卷第一期，頁69-87。
- 張忠平、郭德賓，2010，「台灣民宿產業經營成功關鍵因素之研究－以南台灣合法民宿探討未來經營趨勢」，遠東通識學報，第四卷第二期，頁153-164。
- 梁家祐、鄭錫欽、李謀監，2009，「澎湖民宿遊客投宿動機與滿意度之研究」，運動與遊憩研究，第三卷第四期，頁117-136。
- 莊筱敏、劉素里，2008，「民宿旅客特性與需求之研究－以花蓮地區為例」，臺灣觀光學報，第五期，頁33-48。
- 黃小娟、王信文，2011，「綠色行銷與住宿意願之研究－以農村民宿再生為例」，水土保持，第六卷第四期，頁199-207。
- 黃裕杰，2008，桃米地區民宿發展與評鑑機制之探討，逢甲大學建築研究所未出版碩士論文。
- 曾宇良、顏建賢，2010，「日本鄉村地區產業觀光事業發展特質及其成功因素之探討」，農業推廣文彙，第五十五輯，頁1-17。
- 曾喜鵬、楊明青，2010，「民宿旅遊地意象量表與旅遊地品牌之建構」，觀光休閒學報，第十六卷第三期，頁211-233。
- 傅行衍、李宗儒（濬紳）、曾敏雅，2010，「體驗行銷模式對民宿遊客行為意圖影響之研究－以南投縣鹿谷鄉小半天為例」，服務業管理評論，第八期，頁125-149。
- 游志青、胡哲生、葉春雅，2010，「結合外部資源與經營能力的差異化策略設計－民宿產業」，企業管理學報，第八十六期，頁115-144。

- 掌慶琳、張舉成、高秋英，2009，「原住民部落民宿概況－以屏東縣霧台村為例」，永續發展與管理策略，第一卷第一期，頁 25-32。
- 靖心慈，2011，專題分析：經貿自由化系列專題（七）－加入 WTO 十年我國服務業的表現與進一步的自願自由化，WTO 電子報，第二百七十一期，台北：中華經濟研究院 台 灣 WTO 中 心，  
<http://www.wtocenter.org.tw/SmartKMS/www/Epaper/wtoepaper/article271.htm>。（搜尋日期：2012/ 03/ 28）
- 葉龍泰、何虹穎、黎郁君、陳筱青、鄭富元，2010，「城市民宿旅客之消費者行為探討」，稻江學報，第五卷第一期，頁 114-129。
- 褚麗絹、劉秀端、林經富，2007，「休閒民宿消費者之住宿動機與體驗關聯性研究」，管理實務與理論研究，第一卷第二期，頁 89-109。
- 維基百科，2009，<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%B0%91%E5%AE%BF>。（搜尋日期：2012/ 03/ 28）
- 劉子利、陳嘉雯，2009，「大溪老街居民觀光發展衝擊知覺對觀光發展態度影響之研究」，人文社會科學研究，第三卷第一期，頁 20-36。
- 劉健哲、林碧釗，2007，「台灣民宿發展之問題與對策」，鄉村旅遊研究，第一卷第二期，頁 39-60。
- 鄧振源，2005，計畫評估－方法與應用，二版，基隆：海洋大學運籌規劃中心。
- 鄭涵升，2012，模糊多準則決策於民宿經營關鍵因素之決定－以烏來區溫泉民宿為例，中原大學企業管理研究所未出版碩士論文。
- 鄭健雄，2001，「民宿經營之道」，農業經營管理會訊，第二十七期，頁 6-9。
- 鄭詩華，1998，民宿制度之研究，台中：台灣省交通處旅遊事業管理局。
- 鄭詩華，1992，「農村民宿之經營及管理」，戶外遊憩研究，第五卷第三／四期，頁 13-24。
- 賴振民、張俊傑、張淑君，2011，「南投地區農村民宿經營成功因素之研究」，運動與遊憩研究，第五卷第三期，頁 15-32。
- 歐聖榮、林奕君、柯嘉鈞，2008，「民宿關係品質模式之研究」，戶外遊憩研究，第二十一卷第二期，頁 43-65。
- 歐聖榮、姜惠娟，1997a，「休閒農業民宿旅客特性與需求之研究」，興大園藝，第二十二卷第二期，頁 135-147。
- 歐聖榮、姜惠娟，1997b，「休閒農業民宿旅客特性與動機之研究」，觀光研究學報，第三卷第一期，頁 1-14。
- 錢銘貴、謝國榮、邱淳富，2011，「促銷策略、顧客滿意度與消費者行為之實證研究－以小琉球民宿為例」，運動休閒餐旅研究，第六卷第三期，頁 113-127。
- 謝佳珍、劉羽珊、林豐瑞，2004，「民宿經營者行銷決策型態之分析」，農業經營管理年刊，第十期，頁 90-120。
- 韓選棠，1994，台北市坡地農村發展休閒農業之研究，台北市政府研究發展考核委員會。
- 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，第三十八卷第三期，頁 38-55。

- 顏建賢、張君如、簡玲玲，2006，「民宿評鑑指標之研究」，農民組織學刊，第八期，頁133-175。
- 蘇木春、張孝德，2004，機器學習：類神經網路、模糊系統以及基因演算法則，三版，台北：全華。
- Albacete-Sáez, C. A., Fuentes-Fuentes, M. M., Lloréns-Montes, F. J., 2007, "Service Quality Measurement in Rural Accommodation," *Annals of Tourism Research*, 34(1), 45-65.
- Cronbach, L. J., 1951, "Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests," *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Delgado, M., Herrera, F., Herrera-Viedma, E., Martínez, L., 1998, "Combining Numerical and Linguistic Information in Group Decision Making," *Information Sciences*, 107(1-4), 177-194.
- Dubois, D., Prade, H., 1980, *Fuzzy Sets and Systems: Theory and Application*, New York: Academic Press.
- Gutel, H., 2008, "The Home Stay: A Gendered Perspective," *Frontiers: The Interdisciplinary Journal of Study Abroad*, 15, 173-188.
- Hing, N., McCabe, V., Lewis, P., Leiper, N., 1998, "Hospitality Trends in the Asia-Pacific: A Discussion of Five Key Sectors," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(7), 264-271.
- Hu, Yi-Chung, Wang, Jen-Hung, Wang, Ru-Yu, 2012, "Evaluating the Performance of Taiwan Homestay Using Analytic Network Process," *Mathematical Problems in Engineering*, doi: 10.1155/2012/827193.
- Meade, L. M., Sarkis, J., 1999, "Analyzing Organizational Project Alternatives for Agile Manufacturing Processes: An Analytical Network Approach," *International Journal of Production Research*, 37(2), 241-261.
- Morrison, A. M., Pearce, P. L., Moscardo, G., Nadkarni, N., O'Leary, J. T., 1996, "Specialist Accommodation: Definition, Markets Served, and Roles in Tourism Development," *Journal of Travel Research*, 35(1), 18-26.
- Richardson, K., 2003a, "International Education: Homestay Theory versus Practices," *Proceedings of the International Education Research Conference*, Auckland, New Zealand.
- Richardson, K., 2003b, "International Education: The Quality of Homestay Services," *Proceedings of 17<sup>th</sup> IDP Australian International Education Conference*, Melbourne, Australia.
- Saaty, T. L., 1980, *The Analytic Hierarchy Process*, New York, NY: McGraw-Hill.
- Saaty, T. L., 1996, *Decision Making with Dependence and Feedback: The Analytic Network Process*, Pittsburgh, PA: RWS Publications.
- Saaty, T. L., 2001, *Decision Making with Dependence and Feedback: The Analytic Network Process*, 2<sup>nd</sup> ed., Pittsburgh: RWS Publications.
- Sherry, J. E. H., 1993, "The Legal Status of Bed-and-Breakfast Operations," *The Cornell*

*Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 34(2), 12-13.  
Zadeh, L. A., 1965, "Fuzzy Sets," *Information and Control*, 8(3), 338-353.



中原大學

# 附錄一—民宿管理辦法

公布日期：2001/ 12/ 12

公布機關：交通部

## 第一章 總則

- 第 1 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 2 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 3 條 本辦法所稱民宿，指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。
- 第 4 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

- 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。
- 第 5 條 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。
- 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。
- 民宿建築物之設施應符合下列規定：
- 第 7 條 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。民宿之消防安全設備應符合下列規定：

- 第 8 條
- 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。

民宿之經營設備應符合下列規定：

- 第 9 條
- 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。

民宿之申請登記應符合下列規定：

- 第 10 條
- 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。

有下列情形之一者不得經營民宿：

- 第 11 條
- 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、刑法第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 12 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。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。

- 第 13 條
- 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。

民宿登記證應記載下列事項：

- 一、民宿名稱。
- 二、民宿地址。

第 14 條 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 15 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 16 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。

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：

第 17 條 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 18 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。

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。

第 19 條 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 20 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

民宿經營者應投保責任保險之範圍及最低金額如下：

- 第 21 條
- 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 22 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 23 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 24 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 25 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 26 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。

民宿經營者不得有下列之行為：

第 27 條 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。

民宿經營者應遵守下列事項：

第 28 條 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。

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。

第 29 條 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 30 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 31 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。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。
- 第 32 條 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。
- 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。
- 第 33 條 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 34 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 35 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 36 條 民宿經營者申請設立登記之證照費，每件新臺幣一千元；其申請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 37 條 本辦法所列書表、格式，由中央主管機關定之。
- 第 38 條 本辦法自發布日施行。

## 附錄二—多準則決策分析於台灣民宿經營之研究

敬愛的先生／小姐，您好！

此為一份關於**民宿經營之關鍵因素與其滿意度**之調查問卷。本研究旨在探討**消費者所重視之構面／準則**，希望能借重您的經驗與瞭解程度，提供寶貴意見。

本問卷係採用**網路分析程序法 (Analytic Network Process, ANP)** 進行分析，故請您在填答問卷之前，先行詳讀「問卷說明」的部份，避免造成誤解，進而使問卷之結果產生偏差。

誠摯地感謝您撥冗寶貴時間協助填答本問卷，您所提供之寶貴意見，將對本研究有重大之幫助。本問卷純屬學術研究，填答時採不記名方式，且內容不另作他用，其研究結果亦僅供學術研究之用，故請安心填答。您的支持將是本研究順利完成之關鍵。再次萬分感謝您的鼎力相助！

敬祝

平安喜樂



中原大學 企業管理研究所

胡宜中 博士

王如鈺 博士

王仁宏 博士候選人

敬上

2012/ 06



如有任何指教，請 Email 至：[doraemonponpon@hotmail.com](mailto:doraemonponpon@hotmail.com)



### 一、問卷目的

本問卷旨在探討消費者住宿於民宿時，所重視之構面／準則，並透過網路分析程序法 (Analytic Network Process, ANP) 了解其相對重要程度，並供後續民宿之相關研究參考。

### 二、問卷說明

本問卷採用網路分析程序法 (Analytic Network Process, ANP)，利用兩兩比較之方式，找出各項評估因素與評估方案彼此間之相對重要程度。本問卷之設計，在相對重要程度方面，分為五個不同強度等級：等強 (Equally)、稍強 (Moderately)、頗強 (Strongly)、極強 (Demonstratively) 及絕強 (Extremely)，再加上每二者間的中間強度值為 2,4,6,8，共為九個不同強度等級。各評估尺度所代表之意義如下表所示。

表 1 評估尺度之定義與說明

評估尺度	定義	說明
1	同等重要 (Equal Importance)	◎等強 (Equally)：具同等重要性
3	稍為重要 (Weak Importance)	◎稍強 (Moderately)：傾向稍微喜好
5	頗為重要 (Essential Importance)	◎頗強 (Strongly)：傾向強烈喜好
7	極為重要 (Demonstrated Importance)	◎極強 (Demonstratively)：傾向非常強烈喜好
9	絕對重要 (Absolute Importance)	◎絕強 (Extremely)：傾向肯定絕對喜好
2,4,6,8	相鄰尺度之中間值 (Intermediate Values)	需要折衷值時

每題左右兩邊各有一個因素，若您認為左邊因素較重要時，請在左側之尺度中選擇一適當位置打勾「✓」；反之，若您認為右邊因素較重要時，請在右側之尺度中選擇一適當位置打勾「✓」。例如：當您要購買手機時，考量了多項因素，假設其中的兩項因素為手機的「品牌」與「功能」，而您認為「功能」較「品牌」重要，且重要程度為「絕對重要」，則請於「9:1」之欄內打勾「✓」。

表 2 例子

評估 準則	強度比例																評估 準則	
	絕 強	極 強	頗 強	稍 強	等 強	稍 強	頗 強	極 強	絕 強									
功能	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	品牌
	✓																	

### 三、構面與準則

表 3 評估構面之定義

評估構面	定 義
建築環境與特色	民宿業者對於民宿內外的整體景觀設計，並突顯與融入當地文化之特色。
服務品質	顧客對於民宿業者所提供的顧客服務之滿意程度。
民宿設施	民宿業者所提供之實體設施。
民宿經營與管理	民宿業者對於客房與週遭環境的管理、規劃與設計，同時，保障顧客的住宿隱私與安全。
民宿精神與社區共榮	民宿業者對於民宿經營完全親力親為，並頻繁地與顧客互動，同時，將民宿以社區化的概念經營，進而促進當地的經濟繁榮。

表 4 評估構面與評估準則

評估構面	評估準則
建築環境與特色 (A)	充分利用自然通風 (A1) 充足的自然採光 (A2) 使用不具毒害的自然塗料 (A3) 在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4) 善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5) 室內景觀設計的美化與獨特性 (A6) 庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)
服務品質 (B)	服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客） (B1) 接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送） (B2) 資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線） (B3) 餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮） (B4)
民宿設施 (C)	炊事設備（如廚房） (C1) 停車空間 (C2) 安全設施（如緊急照明設備、消防設備） (C3) 醫療設施（如急救箱） (C4) 客房設施 (C5)
民宿經營與管理 (D)	客房乾淨程度 (D1) 客房舒適程度 (D2) 客房隱私性 (D3) 安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4) 房間主題特色（如海洋風） (D5) 民宿經營特色（如原住民文化） (D6) 整體環境氣氛營造 (D7) 整體環境清潔衛生程度 (D8)
民宿精神與社區共榮 (E)	主人與房客之互動程度 (E1) 導覽解說服務 (E2) 當地體驗活動與餐飲之安排 (E3) 對社區生活品質之貢獻 (E4) 主動對當地資源採取保護行動 (E5) 推廣與保存在地文化資源 (E6)

#### 四、問卷內容

##### 第一部份：住宿滿意度

衡量準則	非常 不滿意	不 滿意	稍微 不滿意	稍微 滿意	滿 意	非常 滿意
	1	2	3	4	5	6
充分利用自然通風 (A1)						
充足的自然採光 (A2)						
使用不具毒害的自然塗料 (A3)						
在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)						
善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)						
室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)						
庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)						
服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客） (B1)						
接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送） (B2)						
資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線） (B3)						
餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮） (B4)						
炊事設備（如廚房） (C1)						
停車空間 (C2)						
安全設施（如緊急照明設備、消防設備） (C3)						
醫療設施（如急救箱） (C4)						
客房設施 (C5)						
客房乾淨程度 (D1)						
客房舒適程度 (D2)						
客房隱私性 (D3)						
安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4)						
房間主題特色（如海洋風） (D5)						
民宿經營特色（如原住民文化） (D6)						
整體環境氣氛營造 (D7)						
整體環境清潔衛生程度 (D8)						
主人與房客之互動程度 (E1)						
導覽解說服務 (E2)						
當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)						
對社區生活品質之貢獻 (E4)						
主動對當地資源採取保護行動 (E5)						
推廣與保存在地文化資源 (E6)						

## 第二部份：住宿滿意度之總分

請問您對於此次所居住之民宿，整體評分 (0-100) 為何? \_\_\_\_\_

## 第三部份：構面與準則之重要性

請針對以下之衡量構面與衡量準則進行重要性評分，「1」代表「非常不重要」，「10」代表「非常重要」，並允許有小數點。

衡量構面	重要性分數
建築環境與特色 (A)	
服務品質 (B)	
民宿設施 (C)	
民宿經營與管理 (D)	
民宿精神與社區共榮 (E)	
衡量準則	重要性分數
充分利用自然通風 (A1)	
充足的自然採光 (A2)	
使用不具毒害的自然塗料 (A3)	
在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)	
善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)	
室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)	
庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)	
服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客） (B1)	
接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送） (B2)	
資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線） (B3)	
餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮） (B4)	
炊事設備（如廚房） (C1)	
停車空間 (C2)	
安全設施（如緊急照明設備、消防設備） (C3)	
醫療設施（如急救箱） (C4)	
客房設施 (C5)	
客房乾淨程度 (D1)	
客房舒適程度 (D2)	
客房隱私性 (D3)	
安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4)	
房間主題特色（如海洋風） (D5)	
民宿經營特色（如原住民文化） (D6)	
整體環境氣氛營造 (D7)	
整體環境清潔衛生程度 (D8)	

主人與房客之互動程度 (E1)	
導覽解說服務 (E2)	
當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)	
對社區生活品質之貢獻 (E4)	
主動對當地資源採取保護行動 (E5)	
推廣與保存在地文化資源 (E6)	

#### 第四部份：滿意度語意值

請問 0-100 分，您個人之「不滿意」、「稍微不滿意」、「稍微滿意」與「滿意」各為幾分，並請填入下列空格中。

非常不滿意	不滿意	稍微不滿意	稍微滿意	滿意	非常滿意
0					100

皆要填入數值！！

#### 第五部份：重要度語意值

請問 0-100 分，您個人之「稍強」、「頗強」、「極強」與「各中間值」各為幾分，並請填入下列空格中。

等強	中間值	稍強	中間值	頗強	中間值	極強	中間值	絕強
0								100

皆要填入數值！！

#### 第六部份：基本資料

(一) 請問您的性別為：☐男 ☐女

(二) 請問您的年齡為：

☐ 20 歲 (含) 以下 ☐ 21 - 40 歲 ☐ 41 - 60 歲 ☐ 61 歲 (含) 以上

(三) 請問您的婚姻狀況為：☐已婚 ☐單身 ☐離婚 ☐喪偶

(四) 請問您的職業為：

☐軍公教 ☐農漁工 (製造) ☐服務業 ☐商業／金融業 ☐電子科技業 ☐學生  
☐家管 ☐自由業 ☐其他\_\_\_\_\_

(五) 請問您的教育程度為：

☐國中 (含) 以下 ☐高中 (職) ☐大學 (大專) ☐研究所 (含) 以上

(六) 請問您的個人平均月收入為：

☐ 20,000 元(含)以下 ☐ 20,001 - 40,000 元 ☐ 40,001 - 60,000 元 ☐ 60,001 元(含)以上

## 第七部份：ANP 問卷

### (一) 構面

1. 請問您認為於「建築環境與特色」(A) 構面下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 建築環境與特色 (A)  
 \_\_\_\_\_ 民宿經營與管理 (D)  
 \_\_\_\_\_ 民宿精神與社區共榮 (E)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估構面	強度比例																	評估構面
	絕強		極強		頗強		稍強		等強		稍強		頗強		極強		絕強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A																		D
																		E
D																		E

2. 請問您認為於「服務品質」(B) 構面下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 服務品質 (B)  
 \_\_\_\_\_ 民宿設施 (C)  
 \_\_\_\_\_ 民宿經營與管理 (D)  
 \_\_\_\_\_ 民宿精神與社區共榮 (E)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估構面	強度比例																	評估構面
	絕強		極強		頗強		稍強		等強		稍強		頗強		極強		絕強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
B																		C
																		D
																		E
C																		D
																		E
D																		E



3.請問您認為於「民宿設施」(C)構面下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 建築環境與特色 (A)

\_\_\_\_\_ 服務品質 (B)

\_\_\_\_\_ 民宿設施 (C)

\_\_\_\_\_ 民宿經營與管理 (D)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估構面	強度比例																	評估構面
	絕強		極強		頗強		稍強		等強		稍強		頗強		極強		絕強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A																		B
																		C
																		D
B																		C
																		D
C																		D

中原大學

4.請問您認為於「民宿經營與管理」(D)構面下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 建築環境與特色 (A)

\_\_\_\_\_ 服務品質 (B)

\_\_\_\_\_ 民宿設施 (C)

\_\_\_\_\_ 民宿經營與管理 (D)

\_\_\_\_\_ 民宿精神與社區共榮 (E)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 構面	強度比例																	評估 構面
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A																		B
																		C
																		D
																		E
B																		C
																		D
																		E
C																		D
																		E
D																		E

5.請問您認為於「民宿精神與社區共榮」(E)構面下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 建築環境與特色 (A)  
 \_\_\_\_\_ 服務品質 (B)  
 \_\_\_\_\_ 民宿經營與管理 (D)  
 \_\_\_\_\_ 民宿精神與社區共榮 (E)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A																		B
																		D
																		E
B																		D
																		E
D																		E

## (二) 準則

1.請問您認為於「使用不具毒害的自然塗料 (A3)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 安全性（顧客平安保險、客房安全）(D4)  
 \_\_\_\_\_ 整體環境氣氛營造 (D7)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D4																		D7

2-1.請問您認為於「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_充分利用自然通風 (A1)

\_\_\_\_\_充足的自然採光 (A2)

\_\_\_\_\_使用不具毒害的自然塗料 (A3)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A1																		A2
																		A3
A2																		A3

2-2.請問您認為於「在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_主動對當地資源採取保護行動 (E5)

\_\_\_\_\_推廣與保存在地文化資源 (E6)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
E5																		E6

3.請問您認為於「善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)」準則下，其相對重要程度為何？  
請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)

\_\_\_\_\_主動對當地資源採取保護行動 (E5)

\_\_\_\_\_推廣與保存在地文化資源 (E6)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																評估 準則	
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強			絕 強
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8		1:9
E3																		E5
																		E6
E5																		E6

4.請問您認為於「室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)」準則下，其相對重要程度為何？請先  
寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_充足的自然採光 (A2)

\_\_\_\_\_使用不具毒害的自然塗料 (A3)

\_\_\_\_\_善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)

\_\_\_\_\_庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																評估 準則	
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強			絕 強
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8		1:9
A2																		A3
																		A5
																		A7
A3																		A5
																		A7
A5																		A7

5-1.請問您認為於「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)

\_\_\_\_\_善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)

\_\_\_\_\_室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A4																		A5
																		A6
A5																		A6

5-2.請問您認為於「庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_民宿經營特色（如原住民文化） (D6)

\_\_\_\_\_整體環境清潔衛生程度 (D8)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D6																		D8

6-1.請問您認為於「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）（B1）」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 民宿經營特色（如原住民文化）（D6）

\_\_\_\_\_ 整體環境清潔衛生程度（D8）

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D6																		D8

6-2.請問您認為於「服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）（B1）」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 主人與房客之互動程度（E1）

\_\_\_\_\_ 當地體驗活動與餐飲之安排（E3）

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
E1																		E3

7.請問您認為於「接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送）（B2）」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）（B1）

\_\_\_\_\_ 資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）（B3）

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
B1																		B3

8.請問您認為於「資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）(B3)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_主人與房客之互動程度 (E1)

\_\_\_\_\_導覽解說服務 (E2)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
E1																		E2

9.請問您認為於「餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮）(B4)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客）(B1)

\_\_\_\_\_資訊諮詢服務（如當地的私人景點、規劃旅遊交通路線）(B3)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
B1																		B3

中原大學



10-1.請問您認為於「客房設施 (C5)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_充分利用自然通風 (A1)

\_\_\_\_\_充足的自然採光 (A2)

\_\_\_\_\_使用不具毒害的自然塗料 (A3)

\_\_\_\_\_善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)

\_\_\_\_\_室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)

\_\_\_\_\_庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A1																		A2
																		A3
																		A5
																		A6
																		A7
A2																		A3
																		A5
																		A6
																		A7
A3																		A5
																		A6
																		A7
A5																		A6
																		A7
A6																		A7

10-2.請問您認為於「客房設施 (C5)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_客房乾淨程度 (D1)

\_\_\_\_\_客房隱私性 (D3)

\_\_\_\_\_安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D1																		D3
																		D4
D3																		D4

11-1.請問您認為於「客房乾淨程度 (D1)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_充分利用自然通風 (A1)

\_\_\_\_\_充足的自然採光 (A2)

\_\_\_\_\_使用不具毒害的自然塗料 (A3)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A1																		A2
																		A3
A2																		A3

11-2.請問您認為於「客房乾淨程度 (D1)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_客房舒適程度 (D2)

\_\_\_\_\_客房隱私性 (D3)

\_\_\_\_\_房間主題特色（如海洋風） (D5)

\_\_\_\_\_整體環境氣氛營造 (D7)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估準則	強度比例																	評估準則
	絕強		極強		頗強		稍強		等強		稍強		頗強		極強		絕強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D2																		D3
																		D5
																		D7
D3																		D5
																		D7
D5																		D7

12-1.請問您認為於「客房舒適程度 (D2)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_充分利用自然通風 (A1)

\_\_\_\_\_充足的自然採光 (A2)

\_\_\_\_\_使用不具毒害的自然塗料 (A3)

\_\_\_\_\_室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估準則	強度比例																	評估準則
	絕強		極強		頗強		稍強		等強		稍強		頗強		極強		絕強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A1																		A2
																		A3
																		A6
A2																		A3
																		A6
A3																		A6

12-2.請問您認為於「客房舒適程度 (D2)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_客房隱私性 (D3)

\_\_\_\_\_安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4)

\_\_\_\_\_民宿經營特色（如原住民文化） (D6)

\_\_\_\_\_整體環境清潔衛生程度 (D8)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D3																		D4
																		D6
																		D8
D4																		D6
																		D8
D6																		D8

13.請問您認為於「客房隱私性 (D3)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_客房舒適程度 (D2)

\_\_\_\_\_安全性（顧客平安保險、客房安全） (D4)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D2																		D4

14-1.請問您認為於「安全性（顧客平安保險、客房安全）（D4）」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_充分利用自然通風 (A1)

\_\_\_\_\_充足的自然採光 (A2)

\_\_\_\_\_使用不具毒害的自然塗料 (A3)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A1																		A2
																		A3
A2																		A3

14-2.請問您認為於「安全性（顧客平安保險、客房安全）（D4）」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_安全設施（如緊急照明設備、消防設備） (C3)

\_\_\_\_\_客房設施 (C5)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	強度比例																	評估 準則
	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
C3																		C5

14-3.請問您認為於「安全性（顧客平安保險、客房安全）（D4）」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_客房舒適程度 (D2)

\_\_\_\_\_客房隱私性 (D3)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	評估 準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D2																		D3

15-1.請問您認為於「房間主題特色（如海洋風）（D5）」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_使用不具毒害的自然塗料 (A3)

\_\_\_\_\_善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)

\_\_\_\_\_室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)

\_\_\_\_\_庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估準則	絕強		極強		頗強		稍強		等強		稍強		頗強		極強		絕強	評估準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A3																		A5
																		A6
																		A7
A5																		A6
																		A7
A6																		A7

15-2.請問您認為於「房間主題特色（如海洋風）（D5）」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_客房舒適程度 (D2)

\_\_\_\_\_客房隱私性 (D3)

\_\_\_\_\_整體環境清潔衛生程度 (D8)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估準則	絕強		極強		頗強		稍強		等強		稍強		頗強		極強		絕強	評估準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D2																		D3
																		D8
D3																		D8

16-1.請問您認為於「民宿經營特色（如原住民文化）（D6）」準則下，其相對重要程度為何？  
請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力（A4）

\_\_\_\_\_善用當地文化和景觀元素融入設計（A5）

\_\_\_\_\_室內景觀設計的美化與獨特性（A6）

\_\_\_\_\_庭園景觀設計的綠化與獨特性（A7）

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	評估 準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A4																		A5
																		A6
																		A7
A5																		A6
																		A7
A6																		A7

16-2.請問您認為於「民宿經營特色（如原住民文化）（D6）」準則下，其相對重要程度為何？  
請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_醫療設施（如急救箱）（C4）

\_\_\_\_\_客房設施（C5）

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	評估 準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
C4																		C5

16-3.請問您認為於「民宿經營特色（如原住民文化）（D6）」準則下，其相對重要程度為何？  
請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_客房舒適程度 (D2)

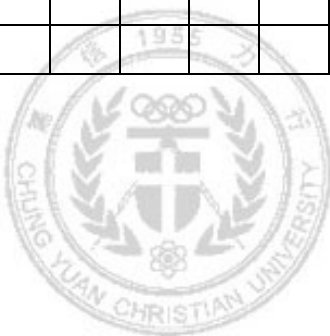
\_\_\_\_\_客房隱私性 (D3)

\_\_\_\_\_房間主題特色（如海洋風） (D5)

\_\_\_\_\_整體環境清潔衛生程度 (D8)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	評估 準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D2																		D3
																		D5
																		D8
D3																		D5
																		D8
D5																		D8



中原大學



17-1.請問您認為於「整體環境氣氛營造 (D7)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

- \_\_\_\_\_充分利用自然通風 (A1)
- \_\_\_\_\_充足的自然採光 (A2)
- \_\_\_\_\_善用當地文化和景觀元素融入設計 (A5)
- \_\_\_\_\_室內景觀設計的美化與獨特性 (A6)
- \_\_\_\_\_庭園景觀設計的綠化與獨特性 (A7)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	評估 準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A1																		A2
																		A5
																		A6
																		A7
A2																		A5
																		A6
																		A7
A5																		A6
																		A7
A6																		A7

17-2.請問您認為於「整體環境氣氛營造 (D7)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

- \_\_\_\_\_房間主題特色（如海洋風） (D5)
- \_\_\_\_\_整體環境清潔衛生程度 (D8)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	評估 準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D5																		D8

18-1.請問您認為於「整體環境清潔衛生程度 (D8)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 充分利用自然通風 (A1)

\_\_\_\_\_ 充足的自然採光 (A2)

\_\_\_\_\_ 使用不具毒害的自然塗料 (A3)

\_\_\_\_\_ 在設計與建築的過程中，必須維護土地的健康和活力 (A4)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估準則	絕強		極強		頗強		稍強		等強		稍強		頗強		極強		絕強	評估準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
A1																		A2
																		A3
																		A4
A2																		A3
																		A4
A3																		A4

18-2.請問您認為於「整體環境清潔衛生程度 (D8)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 客房舒適程度 (D2)

\_\_\_\_\_ 整體環境氣氛營造 (D7)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估準則	絕強		極強		頗強		稍強		等強		稍強		頗強		極強		絕強	評估準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D2																		D7

19.請問您認為於「主人與房客之互動程度 (E1)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_ 接駁服務（如提供免費的車站與民宿之往返接送） (B2)

\_\_\_\_\_ 餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮） (B4)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估準則	絕強		極強		頗強		稍強		等強		稍強		頗強		極強		絕強	評估準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
B2																		B4

20.請問您認為於「導覽解說服務 (E2)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_主人與房客之互動程度 (E1)

\_\_\_\_\_當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)

\_\_\_\_\_推廣與保存在地文化資源 (E6)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	評估 準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
E1																		E3
																		E6
E3																		E6

21.請問您認為於「當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_服務態度（如接待服務、以同理心對待顧客） (B1)

\_\_\_\_\_餐飲之服務與品質（如民宿主人會親自準備多樣化的早餐、食材新鮮） (B4)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	評估 準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
B1																		B4

22.請問您認為於「對社區生活品質之貢獻 (E4)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

\_\_\_\_\_民宿經營特色（如原住民文化） (D6)

\_\_\_\_\_整體環境清潔衛生程度 (D8)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	評估 準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
D6																		D8

23.請問您認為於「主動對當地資源採取保護行動 (E5)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

- \_\_\_\_\_導覽解說服務 (E2)
- \_\_\_\_\_當地體驗活動與餐飲之安排 (E3)
- \_\_\_\_\_對社區生活品質之貢獻 (E4)
- \_\_\_\_\_推廣與保存在地文化資源 (E6)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	評估 準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
E2																		E3
																		E4
																		E6
E3																		E4
																		E6
E4																		E6

24.請問您認為於「推廣與保存在地文化資源 (E6)」準則下，其相對重要程度為何？請先寫下您個人的重視排序。

- \_\_\_\_\_主人與房客之互動程度 (E1)
- \_\_\_\_\_導覽解說服務 (E2)
- \_\_\_\_\_對社區生活品質之貢獻 (E4)

根據您上述的重要程度排序，請於下表中，勾選您認為兩者間的強度比例。

評估 準則	絕 強		極 強		頗 強		稍 強		等 強		稍 強		頗 強		極 強		絕 強	評估 準則
	9:1	8:1	7:1	6:1	5:1	4:1	3:1	2:1	1:1	1:2	1:3	1:4	1:5	1:6	1:7	1:8	1:9	
E1																		E2
																		E4
E2																		E4

第八部份：對於您所居住之民宿，是否有需改善之處??

---



---



---

問卷到此結束，請再次檢查是否有漏答之處，感謝您！！

### 附錄三—第一次訪談

訪談日期：2011/ 10/ 27

參與人員：胡宜中教授、Y 專家（學界）、L 專家（業界）、王仁宏、鄭涵升

Y：仁宏，您的碩士論文是有關哪方面？

王：運動休閒健康俱樂部。

Y：嗯嗯，健身房。

王：因為我個人認為休閒系所近一、二年仍有學校進行設立，因此，若論文偏向休閒領域，也許對於未來在找教職上，會比較有優勢。

胡：Y 老師看法如何？看他有沒有猜測錯誤。

Y：以我的認知，大概也是這樣子吧。以住宿業而言，旅館業已蓬勃發展，此時，其硬體設備與服務皆已達到飽和狀態，因此，若想要更吸引民眾，則可能在規劃上要更細膩或活動企劃要更動人。我們常喜歡講俏皮話，就是說，休閒與觀光真正要賺錢就要「賣呷賣睏」（台語）（即賣吃的與賣睡的），再來就是賣購物。這是最好賺的！但如果做不好，就真的「嘍呷嘍睏」（台語）（此處影射為不能吃與不能睡）。由於競爭愈來愈激烈，必須要有其他東西吸引民眾過來，所以我們常說旅遊界要能有食、衣、住、行、娛、樂，這些因素都是吸引顧客前來的動力，也許他不賺錢，但就是吸引顧客來吃、住與買東西的一個套裝行程，類似這個樣子，那我們開始討論吧！

王：想請教老師的是，在參考資料的第二頁中，經過我們統計過後，是以這四種類型（指景觀、生態、建築與客房特色）的民宿為最多，那以目前本研究所建構之構面與準則，是否適當？或是否需要增刪？

Y：我看了一下，這樣講好了，以民宿的觀點來看，我是不曉得您怎麼定義，但我認為您們大概是用比較精緻型的民宿定義來看。事實上，在全世界，把民宿分成兩大類型，第一類叫做歐風民宿，或者鄉村小旅館，其實它還是屬於旅館的規模，只是較為精緻，也較小一點。第二類則為體驗型民宿，有農家體驗的那種民宿，如日本節目的來去鄉下住一晚。在日本，把民宿分成兩大塊，一塊就是體驗型民宿，一塊就是歐風民宿，就是精緻型民宿。兩個的管理系統是不一樣的，像精緻民宿是交通部觀光局在管理，體驗型民宿則是農業部在管理，它發展出兩套不同的東西。像台灣是因為 921 地震之後，政府強力支持民宿產業，要不然，住宿業者是非常強烈反對的。因為像五星級飯店，他們投資很大，而且要求很高，像消防設施還有建材，

包括廚藝設備還有鍋碗瓢盆，檢查標準之嚴苛，若以那種標準來看民宿，絕對不通過。但為了讓地區有所發展，就通過了。其實以台灣民宿定義來講，民宿應該是副業，但現在台灣人都把它經營成專業，是用非常非常專業那種民宿在經營，這種專業就會變成跟原來的想法背道而馳，原本是農民或鄉村的居民把多出來的房舍整修之後當副業，但現在已經弄到愈來愈嚴重，有時候一蓋就花了上億，所以台灣現在已變成全世界民宿密度最高的地方，我們現在民宿，觀光局統計有三千多家是合法的，事實上已超過一萬多家民宿在經營，這個造成很大的困擾，坦白講，現在住宿業者已強烈抗議，因為影響其生意，第二個就是說，他們又是在很多方面是沒有繳稅的，如營業稅之類的，所以現在很多民宿業者跟專家有跟觀光局在討論，是不是要把它區分一下，而且強力去要求合法化的部分。不過當然也有一派，像民宿發展協會，各個區域都有民宿發展協會，還有全國民宿協會，它們都有在強調專業化經營，想把民宿變成專業化，專業化過程中就會真正變成住宿，像在清境那邊，還有所謂的民宿管家，照理來講，民宿應該就是男主人跟女主人一起來接待客人，所以日本人很有意思喔！如果有機會去住日本，去住鄉下的民宿，他們把民宿定義為男主人跟女主人還有遊客一起演一齣感動的連續劇，他是這樣來定義的，所以他裡面有很細膩的人跟人之間的關係。但是我們現在因為要賺錢跟競爭的因素，大概都要從硬體跟軟體做很多很多的建設，那種投資再回收跟原始的意義是有點背道而馳。基本上您在做這個的時候，第一個我看到的是這樣，所以我看到您的構面時，也許您的研究已建構在精緻型的民宿上，那當然就是這樣來做，不曉得胡老師的看法如何？是要普遍型的？還是要像這種精緻型的？

王：是針對普遍型的進行研究，但主要是針對景觀、生態、建築與客房特色等四類特色民宿為主。且統計過後，目前北部、中部、南部與東部大都亦以此四類為主，而我的博論亦針對此四區進行研究。

Y：那這四大類您是要各自發展評估指標，還是？

王：目前主要是以建構一個綜合性指標，並同時能衡量這四大類。

胡：那請問 Y 老師，做哪一類會較有意義？剛剛聽起來，台灣都趨向一個專業經營的方式，那或許是不是走專業經營會比較容易評估？因為研究做出來還是要經過評估，會找民宿出來做評估（指評估方案）。

Y：對，其實觀光局現在有在做，但就是說，我們要把定位抓好，我們現在就等於是複合趨勢，現在趨勢就是這種，可能現在普羅大眾也是喜歡這種，喜歡外觀很漂亮，裡面（指設施）很棒，燈光美氣氛佳，一定要這樣子。不過我們觀察也有一種趨勢，就是嚴長壽講的，在走馬看花，浪漫一下之後，還是有很多人會傾向於就是跟主人有密切接觸的那種，會留下比較深刻的印象，那如果您 focus 在這個地方，那當然就只能這樣做下去。

王：主要是考量到時要選擇方案時，要有所依據。

Y：是這樣子喔！那這些都是合法民宿嗎？

王：對！我們統計的都是合法民宿，那我是以重複計算樣本的方式，例如說某個民宿可能同時符合這三種特色，那它就同時隸屬於這三種特色的樣本。

Y：好，但景觀跟生態有沒有什麼區隔？

王：景觀民宿是指看出去的 view 整個就是有山有水。

Y：好山好水。

王：對！好山好水。那生態民宿就是說整個園區裡面，它具有生態園區，或者附近有這樣的生態叢 L 之類的。

Y：那房間特色就是指客房裡面的佈置？

王：對！

<此時，新竹縣觀光民宿協會 L 專家蒞臨>

Y：我是在 long stay 協會，在台灣是第一個研究 long stay 的。

L：是哦！

Y：對！我有寫一本書。

L：那您們這個協會有很多人嗎？

Y：不多，大概三五十位吧，還有幾位業者，民宿協會也會跟我們有配合、合作，所以也有一些加進來。有一次，在台中有個「振英會館」，它是台灣民宿做得最好的，因為大部份日本人來都希望生活機能比較好，我們原先大都以為在山上，後來他們覺得山上機能不太好。

L：其實也要看啦！山上畢竟交通比較不方便。

Y：所以我們現在讓他們住在台中市那個點（指「振英會館」），那個點非常棒，他們一住就是三個月、六個月，但是像有的要去新竹、苗栗、或南投的，就由業者把他們接到那邊去住個兩天，就可以在那個區域裡面玩。

L：我們民宿也有一個建築師，在日本很有名，他每次來都住我家，而且他很喜歡住我家。

Y：真的喔！看起來就很棒。

L：其實真正做民宿的，我常常講，在台灣，真正做民宿的是我。因為我們是以一個家的概念在經營，而且跟我們住在一起。

Y：有啊！我剛才才在跟他們講，說我去日本鄉下住過很多民宿。那邊的民宿就是男主人跟女主人還有遊客一起演出一齣感動的連續劇，他們的定義是這樣，可是在台灣...

L：是阿是啊！沒錯啊！我覺得也是很妙，因為通常人家邀請我，我都不太想出來，第一因為不方便，第二我雜事太多，這兩天是因為剛好都在台北，一定要來台北，就順口答應過來，明天還要去一個（指另一個會議），那之前也打電話來，我說不是已經告訴我了嗎？他說不同單位。我想說明天，剛好我也在台北，因為我同時也在台北國際婦女會當副會長，最近這幾天我超忙，因為要幫他們趕雜誌的編輯，然後要交稿，要核定等等，想要盡量在月底趕完，因為我們一號要到金門去考察。而且幾乎全部理事長都到金門去。

Y：對對！那您們還有一個全國民宿協會嘛？

L：全國聯誼會，其實有兩個協會，一個是台灣民宿協會，一個就是台灣民宿全聯會。

Y：黃正聰老師當秘書長。

L：哪一個？

Y：就是在靜宜大學任教的老師。

L：不是！那是當總幹事，他不是理事長。喔～對，他是秘書長。您們學術界彼此都很熟。

Y：另外一個民宿發展協會就是陳智夫當理事長，然後曾喜鵬是當秘書長。

王：就暨南大學那個老師？

Y：對對！

L：我覺得，我講話比較直，也因為如此...



Y：您不是本地人？

L：我馬來西亞人，因為我受的教育都國外教育，所以我講話比較直接。我覺得他們這樣子的做法是不對的，幹嘛民宿協會要分兩個協會，我覺得啦！其實如果以一個協會來做，那力量不是更大。但偏偏台灣人其實比較，也是中國人個性，大家都不服誰嘛！我講的很實在。

Y：所以要有個多個黨。

L：我講得比較實在，真的嘛！上個月我在高雄開會，我有一點想要講一個理事長，跟他說要重新調整您的步伐，因為您的方向不對，結果私底下大家都叫我不要講話，除非我來當理事長。因為我覺得那方向不對，我們全聯會本來應該是非常大，比台灣民宿協會還大。因為原則上，我覺得啦！應該要比台灣協會大，因為台灣協會做法跟一般協會還是一樣，只是因為它名字比較大一點。但全聯會已經把每個縣市的民宿協會整合起來，是不是要變成一個總工會？對我來講，這個號召很大，但是這個理事長不做，他的執行還是一般。

Y：那您自己來做啊！

L：我跟你講，我不太喜歡這樣子做啦！因為您知道嗎，我還犧牲很多，因為民宿是我自己在經營，我沒有請人，譬如說像我今天出門，我可以不要接客人，因為我是全心出來開會。如果我做理事長，那我根本不用做民宿了，因為我還是認為民宿應該要自己親力而為，我可能比較忠心吧！

Y：這個（指民宿）本來用意就是這樣子，我剛才才在跟大家分享，現在大家都走偏了，不過如果是以賺錢的角度來講，那就是要這樣。

L：對！沒錯啊！每次中央如果要辦什麼示範的民宿，一定是找我們，因為他們知道我家民宿是真正有做到民宿精神的，但是您要做到這樣子，您一定賺不到錢，因為我本來做民宿是好玩的，我就是要賺朋友，我就是要認識人，重點只是這樣子而已，所以對我來講，我覺得是蠻快樂的，因為我事務真的很忙，台北國際婦女會也要叫我當理事長，我跟他們開玩笑，如果每個協會當理事長是有錢的，我願意當啊！當四、五個我都 OK 啊！

Y：我當兩個協會的理事長，我老婆都說我一年賺一千萬，結果不是啊！還要付錢。我們先幫忙把仁宏的博士論文忙一下吧。

Y：不好意思，我請問一下，您的論文題目是？

王：目前還在擬訂中，但大方向就是以多準則的決策方法進行分析，後續還要進行方案

評估。

胡：他論文就是兩大方向，第一就是如果說今天在座的專家覺得做這個研究是有價值的，而到底哪個部分在經營上是最重要的？也就是說評選最重要的關鍵因素。做出來之後，第二部分就是蒐集所謂比較好的民宿來進行評比，可是我不知道他要怎麼做，因為民宿真的太多，通常在進行評選時，哪些東西該入選，哪些不該入選，這我們就不是那麼清楚。

L：評選什麼？

王：民宿方案的評估。

L：是不是您的有一個好客民宿，是您這邊的嗎？

王：是，是我這邊的。

L：我們剛審核過好客民宿，我跟中央說，您不給我過，您們整個中央就倒了。

王：跟老師報告一下，我們到時候所遴選的方案中，北、中、南的民宿方案在四個特色中，要符合三個特色（含）以上，才會被納入，而東部的話，是前五名特色中，要符合四個特色（含）以上，才會被納入。

胡：所以到時候民宿會有排序，不過到時候排序出來的結果，要請專家幫忙看看排序到底有沒有錯，會不會違反一般常理，會不會有非常好的民宿結果排到後面去了。

Y：現在就是說我們做這個評鑑或做因素的萃取，到底它的目的在什麼地方，我曾經指導簡玲玲的論文中有讀到，就是您評鑑的目的是要在輔導者的角色，政府的立場說怎麼樣把您們引導到好的指標上；第二個就是說要符合消費者的需求，所以這個評鑑也是幫消費者篩選，所以這個地方就是要去看是在政府立場還是消費者立場，不是折衷的，這個可能要去確認。如果是政府立場，那一樣要符合法律，如果是現在民宿的管理辦法來講，是副業經營，而且是要對地方活化是有幫助的，如果以這個角度來看的時候，整個評鑑的重點就是在這個地方。可是以遊客來講，我管您那麼多，我去就是要住價格便宜、建築美、房間能夠佈置好、景觀又無敵，然後又有生態，所以這個取捨上可能要確認。所以我一開始就問您說這個構面的由來，當然我看您已經有很多很多的 review，可是您最中心的思想跟論辯是在什麼地方，到最後真的是要 for what？可能要告訴我一下。

王：好！我之前曾與新北市科長連絡過，詢問是不是有可能進行一個產學計畫案，進而發展一套評估機制，其實這也是我的目的之一，此外，我希望可以透過老師或理事長這邊確定之後（指架構的確立），然後再發給中、南、東的專家參閱，看是否需

要進行增刪，假設不需要，也許此一架構就適合於台灣地區！這也是我的目的之一，那另外一個當然就是，如果是以消費者來看，他們主要重視的是哪些準則以及哪些構面，最主要的是可以讓民宿業者針對關鍵構面或關鍵準則進行改善。

Y：我再提一個問題，當這整個構面跟問卷題項都確定之後，您訪問的對象是？

王：是住宿的消費者。

Y：所以說，是從消費者角度。因為這個有時候會牽涉到經營管理，有時候會業者填，有時候會消費者填，那您現在完全只有在消費者觀點來看？

王：當然也是可以發給業者進行填寫，就可比較兩邊的差異。

胡：他應該是說先幫消費者建立一個評估架構。

Y：我懂，不過我這邊還是牽涉到就是，這個東西會牽涉到三個立場，一個是政府立場，一個是消費者立場，一個是業者立場，這個有時候是會有一點點，當然有一些是衝突的啦！像以政府角度來講，第一個必要條件一定是要合法嘛！第二個是要慢慢引導到符合民宿管理辦法的精神，副業跟促進當地的活化跟繁榮。可是以業者的角度不一定是這樣想，消費者角度搞不好也不一定是這樣想。所以我意思是說您論文一開始要把定位跟焦點鎖住，所以您現在就是以消費者角度來看。

L：其實大家也都是消費者，我相信您們也都去住過民宿。

Y：沒錯啦！可是我們的角度就會跟一般的消費者比較不一樣。

胡：看有沒有辦法建立一套不管是業者、政府單位或是民間業者，都是同一套架構下。

Y：當然可以，可以檢定一下差異，我相信會有差異，從業者角度一定覺得政府都是只有管，沒有督導，好幾個業者，我在開會場合看到他們跟政府官員針鋒相對！政府官員角度就是 focus 兩個嘛！一個就是要合法，一個就是有沒有達到這個精神（指民宿精神），如果現在真的都往非常精緻型、專業型的民宿發展，這也許是從經營的角度跟社會進步的角度是對的，可是對政府政策在發展的用意跟精神會有一點違背。就是您這個構面，當然這構面第一個就是有周延性跟互斥性，就是說您的構面目前覺得這樣周延性已經夠周延了嗎？

王：我認為應該大部分都已涵蓋了，但是因為就像老師您剛提到的，因為我本來有納進「社區繁榮」的構面，可是我認為如果既然要給消費者填，基本上應該不太會關心到這一方面，所以我把它刪掉，只保留這些構面。

Y：不過現在很多消費者都有很好的環境意識，不要小看消費者，其實我跟您們分享，我相信理事長也知道，如果我去住民宿，不一定整天整夜都要待在這裡，您是希望跟附近是有連結的，那時候我看到學生的論文之後，才去想到這一點，我不曉得啦！就是說從您那個角度裡面，當然我們從研究的角度裡面可以把這個刪掉，但是您要有一個強而有力的說法說為什麼我們暫時是不考慮的，您不能只有講說一般的消費者不會 care。現在很多業者很會做價值論述，我現在在推農產品的產銷比率，我前幾天請銀川米的那對夫妻，他們夫妻都是中興大學農經所畢業，十幾年前開始回去鄉下做有機的栽培，我覺得他們比農委會的主委講的還要好多了，農委會主委說吃一口米，就可以幫農民多種五十六公頃的稻米，但是銀川米它們都做有機米，他們講說種一甲的水稻，如果用盪洗農法需要用很毒的農藥至少要八瓶，而科學證據顯示有 52% 是永遠殘留在土壤裡面，您只要倒下去就永劫不復。他們一共在當地號召了 112 公頃的農民一起種，那水稻一年是種兩期，一期就省掉八百多瓶快一千瓶，兩期就快兩千瓶，一年就可以拯救這些土壤跟土地，他們觀念講出來全部人都歡聲雷動，他們說我終於知道為什麼要吃有機米、健康米。相同的，我覺得現在意識也是愈來愈好的。

L：這個我補充一下，因為您剛剛講說消費者會注意到環境嘛！假如說您真的要把這份報告（指博士論文）提供給政府，到最後可能對於我們經營業者來講，如果附近有任何的景點，可以照政府的推動來發展為一個觀光區的話，我們做業者的，會受益很多。因為目前大家都各做各的，如果這份報告針對政府來讓全民動起來，朝觀光這一塊發展，這個是非常重要的，在民宿本身的建築來講，這個是我看到的，尤其在台灣來講，民宿業者都會想，我的建築一定要比人家棒，但是他們不會考慮周圍（指社區的概念），他們都覺得只要我好就好了。所以如果您的報告要做到可以帶動或可以輔導的話，我倒是覺得說應該把環境特地拿出來講，要怎麼推動，因為大家都說要把觀光在地化，但是在現實面真的蠻困難的。

Y：我很贊同理事長講的，我跟你講，我們要研究民宿的時候，不能只有把它當作一個單獨體，民宿是鄉村旅遊一個很重要的元素，但是它卻放在那一塊裡面，我們一般去做鄉村生態旅遊，是重視鄉村性，就是從都市逃離到鄉村。當然現在大家從網路上看到某一間民宿造型很漂亮就去了，可是這是第一次是這樣子，慢慢的他去到這個地方，會重視這個地方的環境，這個環境是符合鄉村性的，鄉村性指的是什麼，這地方除了環境好之外，人文、人情都很棒，有這些之後，這個東西在這邊，才更顯現出它的價值跟意義。因為您要做這個評鑑指標，將來是要引導往這個方向，那如果我們的引導就只是在建築好、裡面的房型設備棒，只會導致最後在競爭一個精緻的旅館，我相信理事長在經營，絕對不是只有這樣，雖然這個是您的招牌，可是您的經營絕對是您的服務跟客戶，還有您帶他們到處去的一個結合，我意思是說如果您有要往這個方向的時候，最好您的周延性要 focus 在房子之外的因素。

L：最近超多人來問我要怎麼經營民宿，然後幾乎跟我住在一起，看我怎麼做的時候，我跟你講，很多人都會打退堂鼓，我是覺得為什麼每一次每個單位做的都不一樣，

然後變成花了很多精神，但是我覺得您花了那麼多精神在這報告上，我希望這報告是有用的，對整個推廣，無形中也可以幫助民宿業者，這個也是做出來的一個結論，也可以讓政府單位知道，其實民宿並不是單純打廣告而已，可是實際上很難啦！最近有一個某某某（僅以代號代替），他也是在講，政府就是沒有督導，然後您訓練很多，尤其在學者嘛！

Y：政府只有管理，沒有督導。

L：因為我覺得休閒業真的太多太多了，每個學校都要休閒業，但是您要知道這些人不是人才。

Y：您知道民宿的主管機關，觀光局下的旅館查報督導中心，都只有幾個人來，它就是管理嘛！沒有辦法督導啊！我大概再講一點點我的概念，在周延性這一塊，基本上我覺得觀光旅遊在講的是「聚散美學」，聚很不容易，像今天理事長這麼辛苦過來，但是散也很快。所以這個營造有兩個，一個就是空間的美，我自己感覺，您這個架構就是重視到它的主體跟室內 design，可是很重要的是它周遭的環境，空間的美跟整個社區的景觀，當然像理事長來講，她這個主人就已經做得非常好。可是，我跟大家講，大家去到民宿，如果只是去住一個晚上，relax 一下無妨，但如果是去住三天、五天，甚至一個禮拜，此時，整個社區的人民是很重要的，如這個地方的人友不友善。所以我的意思，既然做到博士論文，我覺得那個周延性很重要，您今天如果只是碩士論文，反正就找幾個構面就好了。所以您這整個 focus 裡面，我覺得啦！第一個我會覺得這樣一個評估的構面只有在這個（指硬體）跟所謂的服務品質這兩塊上，如果可以再深入一點會更好。不過我的意思是說這個您回去再改，那我們現在焦點是對這幾個構面進行討論，您所建構出來的其實是 OK 的，我第一個建議是這樣，您可以把我所提的建議再參考一下，因為我覺得這樣是對我所瞭解的民宿是比較完整的。

胡：看 Y 老師這邊有沒有參考資料，可以給他看一下，類似比較軟性的，譬如說剛講的環境這一面，環境包含人，也包含所謂的管理和景觀設計方面。

Y：我知道 A 論文中有稍微提到，不過我以前，因為我自己到日本三十幾次，深入考察日本為什麼要做這個，他們是做綠色旅遊這一塊，然後再慢慢發展成民宿。並不是像我們這邊，突然就發展成一個去您那邊住，然後價格弄到那麼貴，我不曉得那個，現在有些民宿住一個晚上都...

王：四、五千到上萬都有。

L：上萬很多，那不是民宿。

Y：那個都已經是有點 over 了，像在日本就是把民宿分兩個，一個就是歐風民宿，非

常精緻的旅館，一種就是體驗型民宿，其實台灣現在真正在延伸的是這一部分，那個部分應該是納入旅館去管，就是精緻旅館。

L：您現在做的是新北市、桃園市、新竹縣市嘛！我問您怎麼會做出這個特色，原住民二什麼的。

王：那是指家數。

L：原住民開的民宿很多啊！

Y：資料顯示的都是合法的，對不對？

王：對，那都是合法的，我們都是以合法民宿為主。

Y：因為現在有一萬多家民宿，只有三千多家是合法的。

L：我知道啊！我知道合法民宿，因為這樣我就很敏感，民宿大致上我都很瞭解，那您這邊說合法民宿，是以哪兩家，我就很好奇，您懂意思嗎？第一次我看到這個，我是覺得怎麼會有這個東西，然後您做的是以哪一個為基準，但是這沒關係啦！只是我的好奇心。既然您要做這三個縣市，以新竹縣來講，因為我很熟嘛！假設您要深入到人文這一塊，我的民宿可以給您去做，因為為什麼？您要做到人文這一塊，因為我民宿都是果園，然後也許這也是我們經營民宿來講，也有一點苦啦！當然有不能讓人家知道的事情，這個是我們做民宿有一些是自己要承擔的，我們是外來客，當我去到峨眉的時候，我是外來客，當地人就很排斥，所以也許您們都可以看到，但是，真正的民宿業者很少會提這件事情。那我為什麼跟您講我在外面很活絡？為什麼會當理事長？為什麼會當台北國際婦女會的副會長？這都是有原因的，因為我需要這些人來保護我，我需要政府單位無形中來保護我，人家不會欺負我，這個真的是很大的改變。然後我的民宿，我講的人文方面，您看我的民宿也很漂亮嘛！建築物也很漂亮嘛！您是不是想要來，但是真正您來的時候，我告訴您，人家都以為夏天我生意好得很，其實沒有，我不做夏天的，我是冬天很忙的，因為我有橘子園，所以我們的形式是不一樣的。

Y：所以他這個就是真的符合我們民宿的精神。

L：真的真的！然後除了這個，因為客人會來我們家摘果子，除了摘果子，因為我會用橘子皮做蛋糕、做醬之類的，讓他們可以實際瞭解這些東西，因為我們做有機，我們沒有噴藥，這個果皮還可以做蛋糕給您們吃，所以我是覺得剛好我的民宿可以符合您做深入研究的話，這是蠻好的。因為我的果園有一甲地，我剛跟您講說我是做類似有一點行銷，那我的品質也跟一般民宿不一樣，您隨便來敲門，我是不接客人的，我的客人大都老師、主管跟醫生，這是我訂的規矩。我做果園的原因是因為我

要宣傳我們在地文化，雖然我是外國人，但是我覺得在地人文文化很重要，我們那個是客家村嘛！那我有橘子嘛！所以我在台北國際婦女會有一半都是駐台代表的夫人，所以我都號召他們每一年都到我的果園來，無形中也保護我嘛！因為這樣在地人不敢動我嘛！知道說這有能力嘛！您懂嗎？當您在做民宿時所碰到的這些問題。但是反過來，您要怎麼讓他來體驗這個地方，不只是住，還要跟我生活喔！他還可以體驗摘果喔！那我覺得如果您要深入研究，不是只有做這個，還有民宿管理或民宿主人特性等等。但您要有實際的例子來深入這個地方，做出來比較有效益。我剛好有果園啦！如果我沒果園，我也沒辦法給您。

Y：理事長講得真好，您要找一、兩次真正像這種做的非常好的民宿去體驗一下，我覺得民宿是這樣，這個房子當然是吸引人的，但是它更吸引人的核心價值是民宿主人，他會用他的生活美學去把人帶到導覽解說或體驗當地的文化。價值是在這個地方，我今天真的要說的是，我們太多民宿真的就是靠住宿業者或旅館業，這樣的方案出來後，到最後就是大家拼命做建築而已。像其實我們來檢錄一下這個環境的特色，一直到消防、清潔度、整潔度，員工的素質等，這個就是一般的旅館業。特別像理事長您，我們如果說已經合法民宿，五間到十五間，員工就是自己。

L：對！很划不來。

Y：現在台灣最不清淨的地方叫清境，有些是不合法的，或者把學生訓練一下，就當管家，我是覺得那叫做精緻旅館。

L：那個不應該歸納為民宿。

Y：對！現在其實我們真正以做得好的民宿跟學界來講，一直在 push 觀光局把這樣的民宿歸為旅館。

L：旅館業者在教導我時，第一，他說床單一定要燙到有稜有角，然後我會很反彈，因為我床單都自己洗，我當初為了方便，我從來都用免燙的，我幹嘛還要燙給您，我沒有辦法，這是我反彈的。第二，他說廁所垃圾桶一定要用透明袋子，誰管您啊！我做民宿欸！我說某某某，您也沒有清垃圾桶，也沒有實際來做這行業！我是一個女生欸！叫我清垃圾桶，我也不太願意，要弄一個透明的，這樣看起來髒髒亂亂的，不是更噁心？我是比較實際的人啦！

Y：所以理事長就講到核心啦！像某某某他們就真的是從五星級飯店出來的，他真的不曉得民宿的核心啦！我們大部分講民宿裡面的清潔度或建築，當然要往比較好的方向，但是絕對不是最重點。我在日本鄉下民宿，那個民宿是原始到一、兩百年，兩、三百年，他的廁所不是沖水馬桶，是古時候那種，可是人家也乾乾淨淨，我們去住也不會覺得不舒服，然後我們住的房間，門打開，是曬月光的，所以我是跟您（指仁宏）講說，這可以當必要條件，可是您這個地方是完全喪失那個民宿的精神，所

以我才要送您們這些東西，像我們每年都會做一本創新農民曆，都是有機農民附近的民宿，那最好是說當地還有這種安全的農業在那附近。

L：謝謝囉！這個不錯，我很愛看書。

Y：所以基本上，我跟你講這幾個 item 都是 OK 的，對一個住宿業來講，硬體包括部分軟體，但是這完全是住宿業，但是因為大家做研究都已經做到這樣，可是我覺得您是博士論文，又從企管的角度來看，我會覺得說可能就是要再把它加強。

L：您還沒談到經營嗎？

Y：有啊！都有啊！經營特色。

L：那我寄一本書給您好了，我沒帶來，有個經營的在寫我的民宿。

胡：理事長再麻煩您提供這樣的資訊。

L：我直接寄給您啊！可是您要給我地址。其實本來就是這樣，我對學生，我是覺得，只要學生問我，我都會盡量幫忙。有一個研究生在中部，他也是在做研究，但是他做的研究是做經營，結果沒有民宿業者要幫他，他要真正的報表什麼的，他跟我講，我說沒有人會給您，您幹嘛做這個？他說因為老師叫他做這個，因為沒有人做過。後來我就讓他來我這邊，我也是給他們做，我說您回去看，但是我只能告訴您，真的沒有業者會給您，因為這是蠻秘密的，幹嘛要給您這個報表，他們問了十幾家民宿，沒有人要幫他。

王：不可能要到那個東西。

L：對！所以他來找我，我也是說 OK。這個學生很有意思喔！他每次來都帶東西來送我，我說您不用送我，我不喜歡這樣子，我只是要幫您畢業。

Y：是啊！我在跟仁宏講一點，有一年我去日本住一個民宿，那個民宿您絕對想不到，那個民宿在日本是非常有名，可是我住到房間裡面竟然有蜘蛛網，向打掃的人反應，可是沒有人抱怨，因為他就把您帶到那邊去玩，玩到讓您就是又瘋、又累、又高興，然後回到宿舍就碰一聲就睡著了，是到您醒過來才看到，所以一點都不抱怨，當然這些是很重要，可是他絕對不是真正民宿的核心價值，所以我會建議您把這些當作必要條件，而且您目前所有的 item 裡面，這是 for 我現在要去投資豪華型的民宿，他會這樣考慮。那如果我們現在按照民宿的精神來講，它是既有的房間，它只能去改善，照這種指標，那些民宿一定是排到最後面，所以我反而會覺得您可能在周延性裡面再做多一點，有些構面可能可以併起來，不要變得這麼細，然後再去讓他們做真正的比較。而且恐怕因為這個都有引導性跟指標性，恐怕您要找的消費



者是真的是有一點是住民宿的達人，住過很多民宿的。

L：我可以介紹幾個給您喔！因為我們的確是有很多玩民宿的來我們家，然後他們來，您看我們接 case 就知道，我房間只有一間是套房，有四間雅房，真正住民宿的人，他不會要套房，您只要有房間給我就好了，他們真的超開心的。然後因為我都是以我的經驗來做民宿，我並不是說我有民宿的經驗，還是我人生工作的經驗來做民宿，因為在國外也接過很多國際學生，我都當他們是我的小孩，所以對這些民宿的客人一進來，我都當作是我家人，我家裡有什麼東西我都搬給您們吃，只要您們吃的開心，我也不管，您要什麼自己來。

Y：那個互動是很感人的，像桃米社區有一個綠屋民宿，他們都是用青蛙做民宿，那個主人已經長的很像青蛙，他就講說因為整個屋子裡面都是青蛙的元素。

王：那有一間叫青蛙的家，是不是那個啊？

L：不是！他們就是一個社區嘛！

Y：有啦！他們也有阿婆的家什麼的。

王：有有有！阿婆的家。

Y：阿婆的家一定是外面的人進去蓋的，當然他也很有理念，可是就還是建築業。可是綠屋民宿那個主人就很有意思，我說奇怪您怎麼蒐集這麼多青蛙，到處都是喔！他說不是啦！那是後來來住的人看起來喜歡，就是把他們家收藏的都拿來擺，然後愈擺愈多，後來他跟人家換名片，那名片也設計的非常棒，有青蛙什麼的，我說您怎麼設計這麼好，他說不是啊！是住在這裡的一個客人是設計師，他幫我設計的。像桃米社區就蠻適合您去做的。

王：桃米社區之前有人做過了。

L：像我們家也是啊，因為我們家叫一家三國嘛，三個人三個國籍，那我們也有一個很年輕的客人來住，我那時候出國，我兒子接待他，然後那個人好像念清大。清大很近嘛，他沒看到我啊，那等我回國，他就說一定要跟我碰面，他就是要看到這個民宿主人，就是要看到這個 HOME 媽就對了。幾個禮拜，他就特別過來，要我做餐給他吃，那我就做餐給他吃。他那時候沒有來住，就是要來跟我碰面，結果他就刻了一個印章送我，因為他就是興趣刻印章。刻了一家三國，我們三個人嘛，他還刻了一隻狗，連我們家的狗他都刻進去了，這才可愛。我常常覺得說，像我們這樣做民宿，我一直說沒有賺錢，我一直跟大家說真正做民宿是沒有賺錢的，只能賺到類似薪水，上班的薪水，但是您賺到那種快樂跟朋友，朋友真的是無價。

Y：所以真正民宿到最後是民宿主人在挑客人。

L：哈哈，我們剛開始就挑。

Y：真的是這樣子啊，因為我只有五間嘛，幹嘛給奧客（指不好相處的客人）。

L：對啊！幹嘛受氣！

Y：那理事長有加入 WWOOF 嗎？全世界有一個很重要的平台。

L：沒有耶，我不知道耶。

Y：那個叫做 WWOOF，您上網去打那個字，全世界大概有二十九個國家有這個平台。這個平台裡面，就是全世界喜歡有機的人，他們沒有這個地方，希望跟業者聯合。那您可以上網登錄，因為您會講英文嘛，國際化您們都 OK，那他們會跟您們互相作 communication，他們很有意思喔，就是這兩個平台會互相溝通，就是說我願意用暑假來這邊住一個月，那我想學什麼，我可以教您什麼，怎麼樣怎麼樣。當然那時候就可以講一個價錢，也可以來了之後，大家相處到很愉快喔，甚至不用錢。這個很有意思，我覺得您們很值得加入這個平台。

L：我講一個笑話給您們聽。我要去金門的時候，他們安排我講什麼“您打卡了沒？”，我看那個抬頭我就覺得超好笑，我們那個年代，我們沒有學過電腦，那經營民宿業者幾乎都是我們這個年齡的人，誰會電腦？偏偏要選我去講這個東西。我兒子跟我說：“媽，您不去談別的題目，像是外國人看民宿或是大陸自由行”，我說：“他就排我啊，就這個題目”，我就跟我兒子講說：“我要往好的方面想，他們是覺得我很新潮”。當初像中央，他說新竹縣您們大家都要上網，但我跟您講新竹縣不會上網，第一山區沒有網路，而且很多都是六七十歲的，他怎麼可能再學電腦，我每次都跟中央說，您要考慮實際啊，您叫人家怎麼去弄那個。縣政府也是啊，因為我們每次要交那個報表嘛，我才跟他們說，您們行行好，幫這些人作好不好？您要他自己上網跟中央報備，不可能啊！誰會啊？叫他兒子啊！欸，誰管您啊！我覺得有時候實際很難耶。

Y：不過電腦也沒有那麼可怕啦！像以日本人的 long-stay 的銀髮族來講，他們的電腦只有用 skype。就是說，他只要學會 skype 就好了，因為他來到別的國家，一定要跟自己的子女跟孫子視訊，您只要有 skype，您不要用其他那些什麼打卡，那是年輕人的玩意兒，其實您只要這個地方可以提供 skype 就可以了。

L：只是先安排我講這個，不是很好笑嗎？

Y：那您立刻拒絕，哈哈。

L：我不想講話了，他們都叫我小辣椒，因為我講話都一針見血，每個都打死，哈哈。

王：那 Y 老師您覺得這架構有要增刪的嗎？除了人文的核心部分需要增加之外，那刪除的部分有嗎？

Y：我倒覺得您這比較接近的（指構面屬性），可以整合起來，因為六個構面已經不少了，可能再把一些因素加進來，因為您到最後一定會去作德爾菲法或是其他的方法。所以到時候您還是會去比較權重。所以我會建議您，如果這些是以必要條件來講，以住宿業來講，這是必要的，但是沒有說到核心部分。像理事長講的，主人要會跟客人作導覽解說或體驗，而且像比較進步的國家，民宿如果沒有跟社區結合，是失敗的。您知道為什麼？因為所有的遊客到您這個地方來，全部都在您這裡，人家看了會不會眼紅？絕對眼紅的啦，錢都是您在賺，所以在日本絕對是用 community 的觀念，我可能住某家民宿，他只賺房間跟早餐的錢，那其他的，我帶您去吃特色料理，帶您去買當地藝術品，帶您去做體驗或 DIY，全部的人都可以賺到經濟利益。另外，如果客人來我民宿，就被包在這個地方，那對客人也是 unfair。所以我的意思就是說，您要去加強這些東西。

L：我為什麼會跟您建議說，您不妨考慮我這地方的原因是我有果園，可以種水果，第二，我們是客家村，所以您可以把客家的文化帶進來。當我一個新加坡朋友來的時候，他們可以在我的果園裡面照相，照了一個多小時都不進我的房子，一來不是因為我的房子吸引，是因為果園。為什麼不進來，還沒拍完，您懂嗎？所以這牽涉到文化的問題很重要。因為在東南亞沒有果園，沒有橘子園，因為我們是種椪柑，所以對他們來說是一個吸引力。然後我就是會看客人的，如果他是從國外來，他跟我說他要吃什麼料理，因為我蠻會煮飯的，我就會弄給他，符合他的需求。但是另一個就是當我帶他到北埔的時候，我們台灣人到北埔老街就是吃吃喝喝，從頭吃到尾，然後就回家。但是北埔不是這樣子的，我常跟客人說，北埔是最有客家文化的。如果是我帶，我一定是先帶他去看建築物，看過之後您再去看您要吃吃喝喝的東西。但是這群人，我帶他們去北埔的時候，什麼東西吸引他們？曬梅乾菜！他們全部跑去看梅乾菜，因為在東南亞是沒有看過這個東西的，一開始我看到他們跑過去看的時候還很驚訝，然後另一點我覺得說這是一個文化，台灣人覺得說太普遍了，誰會去看這個東西啊！尤其現在大家都說要來體驗我們的農村生活，真正做到的台灣人沒有多少。

Y：所以您看構面裡面，類似社區文化跟導覽體驗活動，這些是很重要的核心。那當然這些都是主人帶的，主人的功力就在這個地方。

胡：那聽起來，可能做北部會太大，如果只 focus 在新竹，您（指理事長）認為？

L：其實就看您，因為我在新竹，我可以幫您就幫您。我不曾在台灣念過書，我也搞不清楚您們在做什麼論文，我只是提供我的建議給您。因為我只是跟您講，剛好我有

這個果園，剛好那些客家文化在新竹是蠻突顯的。

Y：我這樣聽起來，覺得理事長作的這些非常符合核心價值。那我跟胡老師是覺得說，既然這是博士論文，它絕對有領導的作用。所以您在開始文獻理論那個部分，一定要去講到民宿真正精神那個部分。那個精神帶出來以後來建構您那個構面才會完整。您現在那些構面就是 for 旅館。那您這樣作，像我們這樣去的老師絕對一定是批得很慘。有一次，我遇到一個德國人，來到台灣，因為要住很多旅館，他都拿一件被單在自己的包包裡，然後他到旅館裡面，就先把檯燈拿起來，摸摸看有沒有灰塵，有灰塵就換自己的被單，沒有灰塵就不換

L：旅館業者他會有這個要求，但是我覺得民宿，提供給您住，而我們也盡量把它掃得乾乾淨淨，將心比心嘛，您一定要製造出一個地方，睡得好又很乾淨。我們家的床，我睡什麼床，您們就睡什麼床，每個醫生都說我家的床超好睡的，因為我覺得開車開一整天很累，一定要睡得好，出來一定要睡得好，然後水果一定要吃很多。我覺得將心比心的那種體驗啦！另外，我去住每一家民宿，我每次要去，我一定帶棉被去，因為我曾經去住過有夠髒的民宿，髒到我自己都受不了。

Y：我的意思是說，現在就變成兩個區塊，一些農民，鄉村居民他們自己弄的地方，他們沒有旅館的經驗，所以人家住得很不舒服，但是反過來講，如果弄成這樣，又失去了民宿的精神，所以兩者都要教育的。

L：就像現在我常常跟中央講，您要取締不合法，已經是非常困難，您乾脆來教育消費者，怎麼樣來選擇民宿，我覺得是根本教育要重新做起。我最近也是在東寫西寫，我還沒有 PO 到我的部落格上，我就是要教消費者怎麼選擇民宿，我覺得這個非常重要。很多人打電話來問，知道沒有套房後，就不住了，但是我也 OK，對我來講，因為我覺得您根本不了解民宿，我也不接這種客人，我覺得這種客人一定很麻煩。

Y：就是說您要讓客人也了解您到這邊來真正要得到的是什麼，他就不會太去 care 一定要怎樣，而且您要弄到這樣子，五、六千元跑不掉，其實您想一想，我有五、六千元，我幹嘛住這裡，譬如說我到台東，我有五、六千元，我就住知本老爺啊！我幹嘛要住那些民宿勒！

L：對！我也是這樣說，我私底下再跟您們講一件事情，就是在宜蘭，五年前，有一位業者可能投資兩千萬做民宿，他硬體可以，因為它們拼硬體。但是現在不是兩千萬，現在幾乎我認識的老闆都是上億，因為它們都是以硬體來競爭。

Y：那邊都是蓋別墅，我的意思是說，以民宿主人來講，我一天也是可以賺五、六千元，但是我基本上覺得說房間大概差不多兩千元，但因為您的服務非常好，我帶他到處去玩，您可以幫民宿主人，比如說剛好您那邊有橘子什麼的，就買我的橘子或買我的藝術品加起來去花這個錢，還有得到這樣的朋友和人情味，而不是只有去花五、

六千元去睡一個晚上，一個小時睡一千元，您懂我意思嗎？

L：我覺得來玩民宿的人，其實他已經知道了，他會知道說我就是來跟主人有互動，他超開心的，真正玩民宿的人哦。我當初已經設定客人，我不要一些亂七八糟的客人進來，所以我的客人的素質都蠻高的，其實我家全部用五星級的東西欸！其實人家會覺得幹麻給客人用這麼好的東西，但是我覺得是從中教育，您來到我家，您跟我過生活，然後他看到您的東西這麼好，他也不敢亂動，那您現在整理很乾淨，客人也不會弄髒，因為面子問題，我如果弄髒是不是給您留下很不好的印象，這個主人永遠記得我，所以他們也會弄得乾乾淨淨的，所以我覺得無形中，我在教育這些客人，那會很辛苦，所以我覺得我經營民宿非常辛苦。但是經營民宿這麼多年來講，其實我是最快樂的。

Y：因為分享自己的生活哲學，還有自己的空間嘛！

L：真的是這樣！我們也有很多國外遊學回來的，他就是要過這樣國外的生活、去回味，然後我們有一群就是調酒的、品味酒的，每一年他們一定來我家，帶紅酒來品嚐，他們常會來我家聚會，因為有那個氣氛，也因為常跟他們在一起，他們也教我怎麼認識紅酒。所以說在利跟名來講，我覺得我們家蠻有名的，但是我們沒有什麼利。但是您要以營利為主，您會做的蠻辛苦的，您會很勞累，所以您要請管家什麼的。

Y：所以副業是對的啦！

L：副業是對的。

Y：如果真的說完全要靠民宿賺錢，在合法下，您看五間能賺多少？一間每個晚上賺一萬塊好了，但又不是天天客滿，您能賺多少？

L：沒有經濟效益啊！真的，如果我連休假日連續做五、六天滿滿的，我跟你講，我要休息了，我不做了，您懂嗎？因為我覺得真的太累了。

Y：其實早期我們從鄉村社會的精神去研究民宿，您不會覺得說一個國家有民宿是非常了不起的，您把它想一想，以前沒有民宿的時候，剛開始有民宿您敢不敢去住？

L：沒有沒有，那是台灣的想法，台灣的文化。

Y：我是說最開始啦！您一定會怕嘛！有沒有黑心店，龍門客棧之類的，那您開了一個民宿，您敢不敢讓人來住，您也會怕嘛！不曉得會是誰來。但是最早期我們在宜蘭員山輔導民宿，那是農民的家，他們也怕啊！遊客當然更怕啊！所以就由員山鄉農會去幫他們篩選客人，因為有認識啊！就這樣慢慢經營起來。所以有時候很多事情是要去看他整個跟大環境跟社會的配合。

L：有啦！現在黑心店還是有啦！

Y：對啊！如果按照民宿的精神，他是非常友善的。所以我到日本的鄉下，其實有一種是那種門根本就沒有門可以關的！然後您睡的房間也沒有鎖！打開來，您睡就是曬月光，那那種您怎麼辦？那以我們現在標準來講的話，就不合格。所以我建議您再加入幾個變項，然後把這些合併一下。

王：那老師，準則的部分有需要合併或刪除的嗎？

Y：您說構面這裡？

王：這些構面已是必要的，而我現在說的是構面中的評估準則，是不是有些是不太需要或是可以刪除的？對於民宿來說，是不太需要考慮，還是說這些都還是要包含在裡面？

Y：現在我就是有一點，如果我要新蓋的民宿，或者是說他可以改善的，當然這些都是必要的啦！我的意思是說，我昨天有稍微瀏覽一下，以您這樣的構面裡面所提出來的評估準則，像這些 item，大概都是 OK 的！大概就是以住宿業角度來講，這些都是 OK 的。我覺得啦！

L：其實它還是要有，只是不要太過著重在這一部份。

Y：譬如說最後一部分，您說經營特色如果只有用房間主題特色好像又太單薄，就可以再多想幾個。

王：那老師您認為經營特色是需要包含在裡面的嗎？

Y：就管理面的話，以經營特色來說，我意思是說，如果您把大的構面做一些調整之後，有些細項的您可以涵蓋在一起，譬如說民宿管理裡面，您就可以涵蓋品質跟特色，就不要把構面弄得太多，構面可以再縮減，但是那些評估的準則可以更細一點。

王：那這樣按照我們的方法會變成四層。

Y：要到四層嗎？

王：因為如果構面併掉之後，譬如說隱私性，那原先的準則就會變成次準則，而第四層則是方案。

Y：我懂意思，其實以博士論文來看，我覺得這樣可能是更嚴謹一點的。我就說做學術研究真的很辛苦，要批人家的東西很簡單，我現在跟您批一批、講一講，那以後會

比較順利。

王：所以說，基本上，老師目前對這份架構大概就兩個方向，第一個部分就是新增一些比較能夠符合民宿精神的核心價值的部分，第二個就是把這些構面再做一個整合，基本上評估準則這些都還是 OK，也就是說可以符合在裡面的。

胡：我有個問題想請教理事長，如果到時候是以新竹縣為基礎的情況之下，因為剛開始是研究架構，到後面還是要找一些業者來做評估，到時候可否再請理事長推薦哪些是值得我們去評估的民宿？

L：您說是要在新竹縣嗎？

胡：對，比如說我們找十家或是二十家，我們到底是要找縣政府？還是要請理事長幫忙？因為我們總是要有個推薦人。而且如果我們把這東西（指民宿精神或人文等）放進來之後，我們非常期待具有人文特色的民宿的排名會是在前，那到時候就讓政府看到說，我們評估的結果，人文特色就排前幾名，而較強調硬體就排比較後面的名次。

L：新竹縣政府沒有我熟，您要問我哪一個地區、哪間民宿，我可以幫您忙、幫您推薦。

王：那到時候我還要跟理事長您要民宿達人的名單。

L：那我要回去找一下。我們上禮拜就來一個，他本來想要做民宿，他想買一塊地，我們那邊太多了。上禮拜兩天來了兩個人，都超好玩的，一個是警察，他本來有個夢想，想買塊地，種菜什麼的。我說不用，您聽我講完之後再考慮，然後我也跟他講，其實來我們家之後，很多人覺得沒有一個民宿主人這麼直接，而且這麼坦白的，我會確實告訴他碰到什麼問題，那要不要經營您自己看著辦。第二天有一個專程從新加坡飛回來，因為我的部落格都有寫逐夢過程嘛！他看了說只有這個民宿主人可以幫他，太好笑了。所以我跟您講，我們縣政府對民宿這一塊不怎麼熟，他們的公務人員我也較看不慣，我每次都會講他們，每天坐在辦公室，您沒有實際來，怎麼知道我們要什麼？

Y：不過公務人員常常出去，也是會被批的滿頭包。

L：是沒錯！但是您知道嗎？一年裡面，您都沒有出來，您怎知道我民宿在幹嘛？

Y：唉！這些公僕也是難為。

L：然後我說我好朋友好了，因為我幫他約某課長，禮拜一說要來找我，我說好，然後這個課長也是上任一年多，也從來不曾去過任何一家民宿，我就問他：您要怎麼來做民宿管理？我覺得我比較雞婆一點，其實理事長已可以卸任，沒有人要讓我卸任。

Y：其實有些地方也是需要一點傻勁啦！其實這個都是要從社區的營造開始，社區裡面一定要有一些又有想法、又很神經病、又很傻瓜的人，日本人他們講說，一個社區如果有一個神經病帶著八個傻瓜，就可以做得很好。偏偏我們台灣這種神經病跟傻瓜愈來愈少。

王：可是因為像有些民宿是在山裡面，它不是一個社區，那納入這樣一個構面（指社區聯結），適切嗎？因為有些可能就是在山邊蓋一個民宿而已，它跟社區是沒有互動的，所以當初我在刪此構面時，我就一直在思考這個問題？

Y：這種多到多大的比例？

王：大部分都是欸！因為我們真的是把三千多家民宿，一人分一千多家，一家一家網頁看。

Y：但像我去桃米社區、台東的池上、關山，很多地方都是這樣子的（指具有社區化的概念）。

L：可是您當初為什麼會去桃米社區，是因為它有名您才會去嘛！它已經炒起來了，您才會去嘛！不是嗎？

王：而且它已變成一個社區，所以基本上它納入社區這樣的概念是適當的，可是現在有很多民宿是獨立的。

L：其實太多民宿是這樣子的，因為他們會見不得您好，怕生意被搶，就不願意分享，就像我跟您講的，有一個女孩子專程從新加坡飛回來，放假三天，專門飛回來就是要跟我碰面，我是不是很感動？然後我就想說一定要好好跟他分享怎麼經營民宿，然後我們跟他講，他說一講起來幾乎很多民宿他都去住過，然後我跟他講一句話，我說我來做民宿，我沒去住過任何一家民宿，我只是以我的方法在做。

Y：嗯！走出自己的風格。

L：我都不想去看人家民宿做怎樣，要不是因為我現在當理事長，我們要交流，我才去看民宿，不然我都沒有去看過任何一家民宿。這個女孩子飛過來這樣看的時候，然後他在講，很多民宿主人只會跟他講說，您要做民宿哦？那我乾脆把民宿賣給您做就好了，然後開價開得很高，所以他很氣勒！

Y：所以理事長的分享，我們可以看到，其實民宿當然很多元化啦！不過就是說我們剛剛這樣講是一個理想狀態，發覺到很多國家真正在做是做到這樣。那如果是以單獨來講，可能就是階段性，但是我不知道，就算是在山上，它還是有一個屬於它的一個村，慢慢還是要融入，沒有融入還是不行的。那第二個就是說這個階段性，有一



天商業週刊的文字作者打電話跟我說，為什麼溪頭的妖怪村還是那樣受到人家喜愛，他覺得很奇怪，自己去看，就是一條街，其實我也沒有去過，他們本來講說會曇花一現，可是到現在還是存在。我說其實現在的人，以前我們要出去旅遊是說我要去一個地方，現在的人太苦悶，變成要逃離出去，因為我們現在生活都太具體、太現實、壓力又大，所以他逃出去的地方，要有一點神秘感、要有一點虛幻、要有一點想像、然後要安靜，類似這樣子，那個從心理學上來講，是可以解釋的。

L：雖然它是在山上，但您會發覺愈山上的民宿愈受歡迎，但是它沒有融入附近社區，且民宿業者自己也會發覺，一定要串聯，並需要行銷。

Y：我想台灣現在大部分住民宿還是都住一個晚上為主。可是像我跟幾個教授到日本的鄉下去，都會住一個禮拜，那您住在那個民宿就會想要有導覽解說或體驗，這是很重要的，所以需求是不一樣的。但是我覺得台灣會慢慢從一日，到兩、三日，到五、六日的都有。我下午就要搭飛機到台東去，營建署在那邊有發展一個東部養生休閒與人才東移的計畫，就往這個方向發展。因為東部的交通成本太高了，如果只去一天，那根本太浪費了，那就到馬來西亞或泰國就好了，所以現在這個方向是對的，可是他們都還不大會。

王：老師，這樣子的話，因為我們目前分類出來是以這四類居多，假設我們 focus 在具有體驗活動的民宿上，那是不是會較符合民宿的主要核心價值？

Y：但是我不曉得這幾家，為什麼那時候會說它是以體驗為主？是他們自己勾的嗎？

王：那是我們兩個自己分類的。譬如說網頁上有提到他們可讓顧客採果子、或是帶您做擂茶、或是帶您做蛋糕、或是帶您去體驗農場的這種實地體驗。

Y：那它住宿的條件怎麼樣？

王：它大部分也是具有基本的硬體配備。

Y：現在在台灣大概都還是要基本配備不錯的，然後再加上這些東西（指體驗）。

王：所以說，以民宿的核心價值做為出發點，也許具有體驗活動這樣的民宿評選方案是比較適合我們去探討與分析的呢？

Y：如果說我們是有引導作用的，那還是要回到論文核心價值，定位之後，再進行分析。

L：我問您（指仁宏）喔！有沒有人做過司馬庫斯？因為那蠻有名的！新竹縣您查查看，看有沒有人做過？它已經經營成一個氣候，如果您要看原住民的，司馬庫斯倒是蠻可以做的，那如果說已經有人做過了，您可能可以去找白蘭部落那邊，因為它也是

原住民，它在山上人家旁邊。

王：所以司馬庫斯或白蘭是一個社區嗎？

L：司馬庫斯是一個社區啦！他們就類似桃米社區了！我們進去全部不能選擇任何民宿，我分配您住哪一家，您就住哪一家，因為他們賺到的錢是給社區大家分的，那蠻成功的啦！

王：那白蘭目前還不是？

L：白蘭還不是。它在山上人家旁邊，而且山上人家的景漂亮，所以蓋好之後，它就無形中帶動周圍的民宿，山上人家沒地方住，就要住旁邊的民宿。旁邊就都是原住民的，那現在的季節就有甜柿，山上人家也為了要幫他們，農產品就可放在山上人家賣。他們真正有原住民文化嗎？他們沒有說很注重，他們沒有突顯出來，因為它們派系也分很多，所以他們以前剛認識我，一直叫我去住那邊，我覺得他們派系太多了，不用說我們中國人，他們原住民也很多。

Y：您還是要去做您的架構和問卷，當然您做的架構和問卷可以去訪問很多業者，因為他接待過很多的客人，他知道客人的需求和喜好是什麼，從這些點來當做您做這些構面跟評估準則依據。

王：那到時候我修完後，再給理事長跟老師您過目，如果覺得 OK，之後再訪談幾位業者，這樣較恰當，是嗎？

Y：但是一定要告訴業者說，這將來是要給消費者填的，因為業者有時候只會想到經營管理面，之後再想到政府，很容易就這樣子，所以您要去問業者時要說這是將來要怎麼做的，這樣業者給您的資訊可能會比較精準一點。

王：可能到時候如果要訪問業者時，再問理事長跟另一位理事長，其實他們兩個的意見應該就會蠻中肯，因為他們兩個都是經營民宿的業者，所以基本上我想...

L：我不太認識這個新北市的理事長，我們只見過一次面，所以坦白講，我也不知道他經營民宿有多久。

王：我知道他經營的是八番坑跟舊道口。

L：其實您要找民宿達人，可以上尤美網站，他們找很多民宿達人去住業者的家，經營這個部落格。

王：所以是上面會有名單嗎？

L：不是不是！您看那些民宿達人他去哪些地方他會寫嘛！譬如說這個民宿達人來我家，他就會寫我家嘛！所以您要找民宿達人，上這邊找可能會更多，因為我目前還沒有跟它配合。

胡：我覺得可能單獨比較某個縣市。

王：可是如果只單獨某個縣市，那我們的論點要夠強，為什麼要 focus 在這邊。

Y：有些達人也是要注意，像戴勝通，戴勝益的哥哥，他就是去住很多高檔到不行的民宿，然後去寫那些東西，所以他住的民宿絕對是那種一個晚上要一萬塊的路線，我覺得那個可能就不一定是合適的達人。

王：那其實我們可以用滾雪球方式，請理事長這邊提供一、兩個達人名單。

L：我只能跟您講說有幾個客人專門玩民宿、專門住民宿，我可以跟您說，那天他們講一句話，我老公超開心，因為跟我老公有同感。那個人講說，民宿在比爛的，我們說對，真的，都比爛的。

Y：因為實在太多了，一萬多家，搞到都在價格戰。

L：對！太多太多了，講到好客民宿的時候，我就跟中央講，您要評估好客民宿五星以上，可能全台灣不到一百家，但是他們有那個經費，他們一定要做，所以他們後來底線放寬，然後我就反對啊！我說民宿品質已經夠爛了，您要做好客民宿升等，您就要嚴格一點，結果還放鬆。那我問您，宜蘭有一家民宿很有名，但是我不講它名字，它一個房價兩萬塊，這叫民宿嗎？

Y：但是戴勝通就是在推這種民宿。

L：我說如果我是委員，我覺得要升等民宿，一個房間不能超過三千五，我認為啦！您真的要做民宿，您要評審給它升級嘛！不能超過三千五，您認同嗎？

Y：我懂！我意思是說，您不能在房價裡面，您民宿 total 可以收很貴，但是不能只貴在房間，因為主人整天陪您嘛！人家整天陪您，幫您導覽解說，總是要含一點費用嘛！

L：我很好欸！我都沒有欸！

Y：民宿主人要吸收這麼多的知識，您看他要看多少書跟當地的融合與經驗，這是買不到的，所以很多日本人去住民宿是去學主人的生活哲學跟人生經驗，這是它的精華所在，所以很多日本鄉下民宿的主人，以前都是有很輝煌的工作經驗，然後他的人

生哲學，甚至到美學，有時候住下來，還會問您歌劇喜歡哪一曲，他們品味真的很有水準的，反而民宿主人本身就是一個最好的特色。

L：其實台灣還是有這樣的民宿存在，但是畢竟比較少。

Y：所以嚴格講起來，民宿真正的精華是在民宿的主人。

L：我常常說主人是民宿的靈魂。

Y：對啦！房子只是那天晚上住在那邊的空間。對不起，我等一下要去搭十二點二十四的飛機，真的很抱歉，所以那時候才約來家裡面訪談。

王：今天真是收穫良多。

Y：您（指仁宏）再找理事長那邊看看，然後我有寫一些文章，您可能再稍微看一下，以前早期我寫很多日本怎麼做綠色休閒，過程中就會提到這些。另外，如果您要從民宿的管理跟體質去看，可以去找曾喜鵬老師的，他現在在國立暨南大學任教，暨大這些老師都是我很好的朋友。

王：好的！感謝您們的意見！



## 附錄四－第二次訪談

訪談日期：2011/ 11/ 17

參與人員：H 專家（業界）、F 專家（業界）、王仁宏、鄭涵升

王：那我們現在開始討論架構吧。請問 H 專家已看過架構了嗎？

H：已看過，但有點忘了。

王：沒關係，這邊還有一份，請您參考。前面這幾頁是我們建構的雛型架構，而且，我們已於十月二十七日，跟 Y 專家與 L 專家進行訪談，他們的想法是此雛型架構對於民宿的硬體皆已衡量，但認為應該再增加民宿精神本質面的構面，因為現在民宿大多都在拼建築的外觀以及硬體設備，可是他們認為真正的民宿本質上應該是主人跟客人的互動與體驗，所以在前面三頁是我們當初的雛型架構，後面則是訪談後所修改的架構，請理事長看一下，這些構面跟準則適不適合去衡量民宿。

H：因為叫做民宿，就要有差異性，而且怎麼比也沒辦法跟汽車旅館或五星級、六星級旅館比，因為民宿具有一些概念跟創意，因此民宿主人要先有一個理念，有正確理念才有辦法經營，並不是說有個簡單的房子、閒置的空間，就可以創造民宿出來，我想這個關係要先釐清。同時，您要有認知，要有終身學習的觀念，而且要去看看世界，他們是如何站在利他（指顧客的角度）的經營方式，然後結合在地文化，這樣才是對的。因為我們是依存在當地的經濟產業裡面，才有辦法生存，並不是說您的房間有多好，如果沒有文化差異，是無法跟別人競爭的。坦白說，學術跟我們實際營運是不一樣的，這些指標只是參考，因為它沒有一定的標準，只好擬訂一個標準，其實紙本（指標）是死的、是沒有意義的，針對一些汽車旅館是 OK，可是我們（指民宿）是沒有辦法的，每個人的條件、年齡限制是不一樣的，所以我才說我們是依附在當地的產業，這樣才有競爭力，那當地產業您要知道以後，才有辦法去行銷它們，那大家才能夠共生共存，換句話說，民宿主人應該就是扮演在地經濟的一個角色，而且也要節能減碳，比如從您的生活日用品開始，能不能告知您的客人，自行準備盥洗用具，或者利用大眾運輸，這樣創造才有價值，才能夠讓大家帶來更大的幸福，而幸福的創造是創造別人的幸福，這是我們民宿，我們民宿今年才成立，最主要工作是在尋求這四個概念（指結合當地文化與產業、差異化、環保、與賣記憶）。

王：那如果回到我們這個研究架構，您認為適切嗎？

H：主要是因為每個人的條件是不一樣的。

王：我們的研究架構主要是探討消費者在住民宿時，他們比較重視的關鍵構面跟關鍵準

則，未來也會提供給業者做參考。

H：這應該就是我剛說的「利他」，這是很重要的！還有，我們這邊有一些私房景點，那是一般飯店沒辦法做到的，飯店只看得到經理，看不到老闆，我們是老闆，我們可以自己決定嘛！針對客製化，針對客人需要，如年紀大的客人就不太能叫他爬山，那現在這個季節就是來看景色的，可能是看日出、看夕陽，或到什麼景點、是不是有好吃的，您都要知道啊！那您再深入針對客人的需求、需要，去做搭配、配套，建構一個最完整的行程，應該這樣講，民宿是在賣一種記憶、一種回憶，不是在賣房間，賣房間就不對了，是在賣一個浪漫、賣一個人情，這種概念才對，不是在賣房間。

王：這個概念跟顏老師和林理事長是一樣的，基本上現在跟顧客的互動是比較重要的，這才是民宿的本質。

H：譬如說，寢具跟身體是最親密的，還有化妝室，如果客人對這兩個要求很高的話，那如果民宿是老房子，您再怎麼蓋，也跟帝寶沒辦法比，但是我們這邊的老房子是用石板建出來的，那是不一樣的感覺，那來這邊就是到郊區，就是步調放慢，上班吹冷氣其實對身體不好，什麼叫流汗，他們沒有概念，要流流汗、打赤腳，我們要給他們一個概念，就是在城市裡，您就上緊發條，要工作啊！在這裡，就是放慢步調，人要鬆緊鬆緊才不會壞，您都一直緊，這樣不對，也不要走馬看花，最好在一個地方停留兩天，才有辦法深入，只是說有沒有人可以介紹私房景點，有沒有人可以協助讓您認識這邊，此時，民宿主人就扮演非常重要的角色，我太太更厲害！

王：那可能要等到二月，我們忙到一個段落，再來住這邊，再來拜訪九份。

F：您們現在是要寫什麼？

王：我現在是要寫有關民宿的評估架構，後續會搭配方案評估跟方案評選，這是我最初的架構，之前有 MAIL 給您（指 H 專家），之前也曾跟 L 專家和 Y 專家談過之後，其實我們在雛型架構中，服務品質跟硬體設施皆有衡量，但他們認為我們應該增加探討隱性價值，譬如說民宿跟顧客之間的互動，主人是不是會帶顧客到處走走，您（指 H 專家）剛說民宿是在賣記憶，所以要請 H 專家與 F 專家幫我們看看是否有哪裡還要修改？給我們一些意見。

F：其實民宿當初在設定是因為他自己有多餘的空間，是以副業經營，而且，到目前為止，還是沒有讓我們申請到一個合法的營利事業登記證。

H：因為民宿是一個新產業，以前的國策顧問或政務委員沒有概念，只要問他一句話就好：您住過民宿嗎？因為他們都住五星級飯店或旅館，要體驗一下民宿，才有這樣的概念，因為人民有遷徙的自由，不能規定一定都要住五星級飯店或旅館，第二點

就是飯店業者是壓力團體，財大氣粗，民宿就會被限制住，它只可以五到十五間嘛！我就在想，這樣一個事業怎麼可以當副業，副業就是可有可無，那他就把您設一個民宿法，這就很奇怪，我們民宿的事關您們飯店什麼事？因為它就是不讓您長大嘛！如果我們是競爭者，會分到一些市場，他就弄一個小角把您限制住，限制我們的發展，但是沒有辦法，政府沒有概念。第二個問題我就問他：先有車還是先有交通規則？不是這樣子嗎？什麼都要限制住，他就沒辦法長大，就沒有創意，政府應該要站在人民的後方啊！但是它的概念很奇怪，都投資在 IT 產業，把雞蛋放在同一個籃子裡，那是最笨的。因為那馬上可以看到效果，政府都是錦上添花，IT 產業兩年一個生命週期，馬上就可以看到效果，大樓、橋阿！縣長、市長、議長、總統，都是兩年、四年，他們不會規劃這麼長久的事情，而且很難馬上看到效果，但是他沒有想過萬一升值呢？現在他們毛利是毛三到四。聽的懂厚？就是毛利只有 3% 到 4%，那您一升值會死多少人？投資在高科技，一億創造不到一個就業人口，投資服務業，一億可以創造一百個就業人口，一百個就業人口身上有錢，錢就會流動，錢是貴在流動，不流動就死了，這一個概念不知道怎麼做，所以應該要平衡，跟老美好，也要跟中國好，不是都壓在老美，所以說有沒有概念把它當作一個產業，台灣有幾個世界品牌？都是在幫別人代工，那很可憐，人家分您一點，沒有一個概念就沒辦法創造，思考要改變，應該把養分放在根部，水果不是灑農藥就會長大，而是在根部，這就是產業。第二個就是燕行，因為業者彼此都有競爭，政府應該帶頭，應該要有個領導者，政府都停在港口不敢走出去，我們應該當衛星導航，給一個方向，政府什麼都有，就不敢走出去，陷入一個迷思。

F：民宿的民就是人民的民，其實它比較簡單，如果從外觀或從什麼來看，對民宿業者來講都是不公平的，我們探討說十多年前，民宿就是很民宿，就睡通鋪而已，備品一切都從簡，房間也沒什麼特別，可是多的就是一個在地的人情味，這就是飯店業者沒有辦法 COPY 的，所以我覺得我們回歸最自然最簡單這兩個字，提供的就是在地裡面，住在在地民居裡面，享受一個在地人情味跟當地才有的東西而已，第一個很安全，第二個後期發展成很舒適，不同於五星級飯店，只是一個很省錢的民居而已，但現在發展到從外觀、到庭院設計、以及到整個內部裝潢，有些人花千萬在做，為什麼呢？因為民宿業者認為，我要退休了，拿退休金來，這是我住的地方，我要弄好，多餘的房間再來做民宿，平日空檔在家就有朋友來找我，還可以賺錢，秉持這個想法就分享，就不小心這十多年來民宿整個做改變，民宿主人如果是在地人，會更瞭解當地，可以帶客人玩更深度的東西，我們兩個不是在地人，就請人帶我們繞這地區，看要怎麼玩，哪一些是當地人會走，觀光客不會走的，一面拿書一面紀錄，回來之後，自己練習邊做紀錄，當客人來時，就問客人明早是否願意讓我做個導覽，如果客人願意，就帶客人出去繞繞，訓練自己的膽識跟口條，就慢慢累積，如果客人問到不知道的，就抓一個在地人問，馬上答了，之後就記得了，累積十幾年下來，才有今天對在地這麼的深度認識。我們覺得現在的民宿已經不像以前很民宿，現在很多元化，以房間設計來說，我們房間多，希望客人來可以選擇不同的房間，不同的感覺，本來沒有想發展到這個樣子，只是一個機緣，從來沒想過要做民宿，只為了全家聚在一起，因為 H 專家在這裡開茶藝館，一個禮拜小孩只見

爸爸一次，於是就決定搬上來，全家住在一起，原本想要自己住，朋友建議要不要分人家住，所以才開始做民宿，後來在九份做民宿比較不一樣，是因為當年度蜜月在阿里山，結果當天晚上被子是濕的，晚上不敢蓋被子，穿著外套坐在那邊，因此，後來在做民宿時，就決定要做不只是民宿，開始有除濕機、羽絨被、羽絨枕，開始搞浪漫，紗幔就放下來了，然後九份這裡午晚餐都有，早餐卻沒有，只有 7-11，我們就是做這裡沒有的，所以開始住宿含早餐，然後加一個下午茶，提供客人來這裡真正感受九份山城的美，政府推的就是這一塊，住民宿、聽主人講他的私房景點。我到目前為止，對民宿的看法就是不一定要砸很多錢，但是現在已經有點走偏了，大家一直在比外觀、比設備，比來比去的，就像剛剛講的，要讓全台灣民宿發展像一棵大樹，其實現在政府就是沒有好好輔導，對於民宿業者來說，從以前就是單打獨鬥，全台灣來講，民宿就是最好的一個台灣行銷者，全世界人進到台灣，如果住民宿，民宿主人對外國跟本國客人完全不一樣，主人除了是介紹在地文史的人之外，也是導覽解說員，也是很好的公關，所以我覺得民宿扮演非常重要的角色。當然民宿業者也要自我提升，除了房間之外，要做的就是服務這兩個字，現在很多飯店業者其實已經朝向民宿業者這樣的服務做學習，民宿業者也不用在意飯店業者，我們認為就是要不斷學習，因為飯店有些東西，如清潔、整潔、乾淨度，是值得學習的，還有訓練過後的禮節，民宿業者比較隨性，但是除了台灣人情味之外，該有的禮儀還是要有，不可以太沒大沒小，可是我們會請外國人吃檳榔，吃了之後問他感受，如果頭暈就上車睡吧！至少讓外國人感受一下，因為外國人一直想了解台灣文化，有時候會帶外國人去看辣妹，沒有什麼好避諱的，讓外國人了解台灣文化為什麼會這樣，這也是一個生存之道，因為台灣是一個比較開放的國家，所以比較沒有那麼大的約束，各行各業也是一種競爭，穿少一點就有人買，也就是說各行各業有不同的競爭方式，民宿業者其實也是一樣，應該要有一個民宿村概念，不管到哪裡，不管那一個城鄉鎮，要有一個社區的概念，可是民宿村的概念很少，因為會有嫉妒心，各行各業都會有同行相忌，現在就是要嫉妒心少一點，團結力量才會大，九份算還不錯，雖然這麼多家，但是連結的還不錯，各家做自己特色，吃不下來（指已客滿）就介紹給別家，好比社群共榮，要每一個人這樣，不見得做得到，但是還是需要去推廣，可是實際上，桃米跟珍珠社區早期也是這樣，後來也變調了，宜蘭有五個民宿協會，就是因為每個人都想做頭，大家都不服誰，我們現在自己要留意，大家都想做領導者，可是要有那個肚量，心要寬大，要學會如何去分享，我們有時候吃不下來的團體，就會介紹給其他民宿，有錢大家賺嘛！民宿村的概念就是這些人不要流到別的縣市，而是要讓這些客人留在水金九（指淡水、金瓜石與九份）這個聚落裡面，讓我們這個聚落可以賺到錢，除了住宿的錢，還有其他食、衣、住、行、育、樂等消費，都涵蓋在我們這個聚落裡面，這樣大家就都有飯吃，民宿村就是大家都有得分、有得吃，大家少吃一點、少分一點，但是一定會有嘛！通通都要一起分享，我相信大家首選一定會選這裡，因為這裡安全，而且這裡的人都很有肚量，然後這裡的聚落走下來很感人。我們還沒成立協會時就已經會這樣做了（指互相介紹），看客人要什麼樣的價位，要什麼樣的房間，我們直接幫您介紹，這樣比較快，還請民宿主人親自來帶，就請客人在這邊安心等，有的外國客人語言溝通不良，其他民宿主人也會親自帶到我們家來，所以這樣子的一個串連，其實是社區族群裡面



應該要有的總體營造方式，不管各行各業，在聚落裡面應該就要這個樣子，民宿只是一個小點，能夠串聯的其實其他大家分工合作，才能把民宿串得漂亮，不可能自己什麼都來做，所以我的旅遊不一定是自己做，民宿主人哪有這麼多時間，所以我們有服務的車隊，從服務的車隊開始到專業的旅遊車隊，所以客人要什麼，我們可以找到對的人服務他，除非剛好我們的車塞得下，而且時間允許的話，就可以帶客人到處走走，發現這一區的驚奇，但是如果沒時間，那也沒辦法，所以我不會去設定民宿主人就一定能怎麼樣，而是如果我有空，客人也有時間，那我們就一起去，像有人要跑很遠，我們就沒辦法啦！所以請專業的團隊來幫他做所謂的流程的服務，這樣子我們育樂就有別人服務，可以滿足客人，也可以滿足民宿業者，所以我覺得這是大家必須分工合作，而沒有所謂的單一服務。

王：總結剛剛您所講的，再對照研究架構，看看是否有需要增刪的。

F：其實現在民宿主人，像這樣通風、採光、塗料或者有機的東西，都做的不錯了，我們現在有個永續旅行協會，就是在推展有機的東西，我們甚至已經在談一個沐浴跟洗頭的東西，我們盡量是用到有認證的，國內通常認證一次以後就沒有了，我們現在是用國外有一個每一年都必須認證的，所以每一年都必須簽合約，每一年必須都有認證才敢跟您簽約，現在我們是想由新北市民宿發展協會去推這樣有機的東西，與其是用一些瓶瓶罐罐的，飯店是為了方便，一小瓶一小瓶，讓客人沒用完方便帶走，但是實際上，我們認為那就是一種再次的污染，這樣就是有害的東西過多了嘛！所以我們現在其實希望推一瓶從頭洗到腳，H 專家還有在做手工皂，就是為了讓客人享受一種自然、無毒的東西，然後做香皂給客人使用，不再使用沐浴乳，不是說這東西不好，而是台灣目前認證的部分非常薄弱，任何民宿或飯店業者認證，包括新北市推的各種認證，有業者就講，我們認證完就死掉了（指倒閉或不通過），因為認證的要求太多，當您做不到，東改西改就要花很多的錢，這種認證其實是可以改善的，考量經營者對生態的一個節能減碳的貢獻，雖然不一定馬上做，但是有這個概念，就可以一步一步慢慢做改變，至少有在做就好，所以永續旅行協會有在推這樣子的東西，在找一些對的認證的東西進來，除了我們民宿協會在幫永續旅行協會推這個東西，永續旅行協會裡面也有其他單位會互相推廣。

王：所以對於建築環境與特色這一點來看，還有需要做增刪的嗎？

F：沒有。我覺得台灣它可愛就是北、中、南、東還有離島都不一樣，人家常在說宜蘭厝，不過現在去宜蘭很少看到宜蘭厝，如果當時在發展時，有好好保留，那麼全台的 promotion 絕對它最強，因為很多人到台灣第一個想到的就是宜蘭厝，不過現在卻都看不到，宜蘭厝應該是屬於三合院、四合院，其實全台都還是有，只是當時宜蘭厝沒有做這一塊是很可惜的，不然其實是很讚的。另外，像澎湖和金門、馬祖發展的就是石頭房子，我們這邊也是石頭厝，可是現在已經很難找到，如果未來看不到，我們要保留這樣的一個歷史建築物，就是要讓住客能感受到這裡在地房子以前怎麼住，所以當時我們買了一間石頭厝就是為了那個石頭，沒有打掉重建，很多人

買到石頭厝會打掉重建，因為會漏水，當初我們請這裡的耆老去幫我們看，給我們很多意見，然後幫我們保留，所以我們的石頭厝只要有人住就不會漏水，很奇特，而且我們石頭都有洗過還有整理乾淨，實際上這是要讓人家居住，至少要是乾淨的，要讓住客知道，之前人家早期住這邊，房子是很乾淨很棒的，我們覺得北、中、南、東其實不管聚落發展，講說一鄉鎮一特色時，全台有多少特色可以給您們，其實台灣人都是有點半調子，看人家做小木屋就想做小木屋，譬如清境，本來哪有小木屋，都是無中生有，一下子很快速就蓋好了，像我們水金九蓋房子，比其他城鎮都還要貴，有些大車到不了的還要接管，譬如最高這一層，車子進不來，必須拉到最高的位子，拉管接下來剛好到您家，然後算管子的長度，每一節就一個錢，所以這邊蓋房子比較貴，有些地方要升降車，不得不的情況下，一台車起來（指總價）就要五千元，所以就得多花這筆錢，這個地方就會有很多不一樣的特色出來，全台來講，應該可以發展得非常好，但是現在很多東西都沒辦法完全保留，現在很多年輕人跟以前不一樣，像我們當初會買那樣的房子是因為文化跟歷史，所以我們保留，讓老人家住這樣的房子，但是當老人到了城鎮一看，發現高樓大廈很氣派，所以一回來，子女有賺到錢，就打掉重建。現在年輕人被文化感染，看到古早的東西就會很感動，就會開始找以前先人的東西，開始感受以前先人為什麼用栓就可蓋，而不用釘子，開始瞭解它的建築之美，所以很多東西我覺得老人喜歡現代，現代人反而喜歡老一點的東西，所以我發現已經完全不一樣，在民宿裡面，還有很多這樣觀念的人還在做這樣的房子，有的當然礙於氣候、地形，可能因為颱風比較多，所以以前的建築比較無法保存，像有一次，有個外國人，到苗栗龍騰斷橋，之後來我這裡，就跟我抱怨司機怎麼帶我去看一個殘破的橋呢？這有什麼好看的！我一聽就問您是不是到龍騰斷橋？他說“對啊！那有什麼好看的”，我說那司機不對，他忘了跟您介紹，這個橋是有歷史的，最主要是要告訴您，這個橋為什麼要保留住？是因為這個橋不是水泥做的，是用一些古早的糯米、黑糖等原料做的，外國人說“是這樣喔！司機都沒講，有講的話我會很仔細瞧。”變成如果沒有介紹，他就不了解，那所以要讓他瞭解，還是要透過導覽，我覺得台灣的文化很多，民宿業者扮演很重要的角色，他可以去跟外國人或台灣其他地方來的人介紹，來到這個地方要怎麼玩，所以講真的，民宿業者是很好的公關，台灣應該要好好對民宿這些經營者，給一些口頭上的鼓勵，我們沒有希望實質上的鼓勵，其實可以問外國人了解台灣從哪裡瞭解，很多是來住民宿後才瞭解台灣，他們會很感動掉淚離開台灣，是因為被台灣人情味感動，民宿業者很好玩的是，只要多說他一句好話，什麼掏心掏肺的東西全都出來了，很多朋友都是這樣，如果有人喜歡喝紅酒，家裡有紅酒就拿出來了，或者有什麼好吃的都拿出來，甚至離開的時候，家裡有什麼伴手禮也都拿出來，這就是台灣的人情味，所以為什麼香港這麼喜歡跑台灣，是因為他們很冷漠，他們地方小之外，本來工作壓力就大，所以誰也不會去關心誰，可是台灣雖然不大，可是很奇怪，台灣人好像比較會去站在別人立場，怕別人走錯路，以親力親為的方式去對待本土的人民或是外國人，像我一個好朋友，被外國人問怎麼去老街，但她英文不太會，可是她會講“up up”！然後指前面給他看，然後就用手比“ㄉㄨㄨ ㄉㄨㄨ ㄉㄨㄨ ㄉㄨㄨ”，叫他走樓梯上去，然後他就懂了，就到了，所以其實身體語言是 OK 的，只要敢秀就好了，像遇到日本人用寫得還看得懂，不然就用一點英文，人家還

聽得懂一點，不然就用身體語言，這一點民宿業者無法像飯店業者，沒有專門語言才能的人在櫃台服務，我們凡事得自己來，我們是因為還有請員工，所以可以分擔一下，我們才能去做更多的事情，例如有時候要去上一些課，因為要提升自己，我們常常講說要永遠像白紙一樣，才能把東西寫進去，如果您已經是滿滿的，沒有空白、沒有空隙讓您寫的時候，您還會接納別人嗎？不可能嘛。所以每一堂不管是什麼樣的課程或老師，您不應該認為什麼都比他行，您要認為我今天就是來吸收他的知識或技能。我們講說好朋友在一起，如果沒東西給您（指知識或想法），就不要在一起，這是比較現實，我記得以前念高中時，就有一個朋友這樣告訴我，損友、益友都一定要交，但您不要被牽著鼻子走或變壞，您就學他對的東西變成您自己的，那朋友之間才会有成長，他涉略的東西不一定您有涉略過，可是您從他的經驗會學習到非常多的東西，比如說像我認識 H 專家的時候，很多東西我都不懂，我只認識路邊攤，但是他就會告訴我各種品牌，讓我了解品牌，了解之後，慢慢彼此增長見聞，一起齊頭並進，一起成長。其實我們常常聽到民宿業在講“我只有五間而已”，不然就是說“我只有一間而已，我還需要走什麼國際化，不用啦！我就這樣就好啦。”叫他上課他不要，我自己一個人做就好了。那我們就跟他說不是，您去看別人，您就會發現自己的不好，因為人是會習慣的，因為習慣，所以永遠看不到自己的缺點，透過走出去，您才會發現外面的世界原來不一樣，然後您才會發現哪些地方需要改、哪些地方應該要如何如何，然後看到別人，比如說看到別人服務態度就是這樣，但是您看到別人為什麼要對人家畢恭畢敬，像日本人服務態度非常有禮貌，但實際上，私底下他不是這樣的，但是他為什麼會這樣，他呈現的是非常有禮貌的，對人是有一個規律的，那我們覺得這樣是對的。如果是勾肩搭背的話，那也不對嘛，他跟你又不是熟到那種程度。所以我認為出去就是一種不斷的學習，像我在旅行社帶團的時候，客人常常會問我說“同樣的地方，您不會累嗎？”我說“不會耶，您們不會感覺領隊比客人玩的更瘋嗎？”，他們說“對耶！”我說“對啊！您們都感覺我好像瘋了，對不對？我不瘋，您們會瘋嗎？我知道怎麼玩，所以我帶著您們玩。因為台灣人比較害羞，所以您要有一個帶頭的人，帶領他怎麼玩，他就會盡情享受這個國家的民俗風情。”像有人到海邊還不肯脫鞋，或是穿高跟鞋、絲襪，我們常常會跟客人開玩笑“來我們這邊或是出國到海邊，記得穿網襪。”然後他們就會問：“為什麼？”我就說“第一可以脫下來網魚，第二個可以去曬太陽，脫下來就是一雙網襪，也不會勾破。”客人就覺得好笑。我們是要告訴她，所以妳不能穿這樣去啊！這樣不是很奇怪！您也不能西裝筆挺到海邊，所以我們說做什麼事，要有什麼事的樣子，也因為這樣子，我帶的團員他們就會很盡情地去玩，我也曾聽到客人這樣問我：“您是第一次來玩嗎？玩的好像瘋子一樣。”我就說：“那您覺得我像第一次來嗎？”他就說“不像，但您玩得像第一次。”我就說：“對，我要永遠是新鮮的，然後您們才會覺得是新鮮的，如果我都已經覺得很疲憊了、這個地方沒什麼了，您們會覺得這個地方好玩嗎？一定不會嘛！所以我必須要讓您們有這樣子的一個感覺，所以我永遠都特別地 HIGH。”所以我覺得不管我們什麼樣的旅遊，不管在國內外，其實永遠都是一樣的，我都常常跟客人講，他是我永遠最好的老師。每一團、每個狀況、每個客人說的每一句話，它就是一種學習。所以我們來這裡還是一樣，還是做那兩個字＝“服務”，像我對他（指 H 專家）的服務就不一樣，多了另一種愛，完全不

一樣，那我對客人又是另一種愛的服務，所以我們因客人而量身訂做的服務不同。有的客人來，他就是要安靜，您還在跟他說要去哪裡玩，然後您就會看到他的臉就不想聽了，或者有些客人就想要趕快進房，然後就衝老街了，也就不用跟他講待會兒要去哪裡玩，他就只要老街而已，就讓他去吧！有些客人問您，這邊有什麼好玩的，表示他真的想玩，您就要開始問他“您要坐公車還是坐什麼？”，就很多交通工具可以告訴他，然後幫他做規劃就好了。所以我覺得依照客人不同的需求做不同的服務，像之前有一位新加坡客人問我們這邊是否有賣茶？我說沒有賣，只有招待，那我說晚上九點半 H 專家會在，不嫌晚的話，就下來喝喝茶吧！那我就跟 H 專家交代九點半客人會下來找您，所以我們幾乎也是很隨性的，我們在就喝，不在就沒有，所以我常笑說客人來了，我們才有好茶喝。

王：那您覺得服務品質的部分，還有什麼需要補充的嗎？

F：服務品質喔，其實我覺得我們民宿業者還蠻隨性的。

王：那您覺得我們以這四個準則來衡量，夠嗎？服務態度、接駁服務、資訊諮詢，還有餐飲服務。

F：餐飲來講，一般民宿業者還是只做早餐，午晚餐來講，不一定需要，比如說我這邊做午晚餐有必要嗎？沒必要嘛，因為老街太強了。所以如果住在山區，幾乎您注意看，如果客人不方便到城鎮，那民宿業者在他的民宿裡面一定會有午晚餐的加值服務；那您說車子的接駁，我這邊很方便，其實我從以前做旅遊到現在，我覺得台灣人都被養壞了，您仔細看，台灣人不太會看地圖，可是外國人很會看地圖，我記得我之前在最上面的那一館，很好玩的是，一個雜誌社他拍的是某個房子上面有兩個水塔，然後那個客人是靠著那個水塔找到我家，看到那個水塔，代表就離我家不會太遠，然後我就問他說，您怎麼都沒有打電話？您怎麼找到我家的？然後他就說他看水塔啊，當他這樣告訴我時，我嚇一跳，那您看台灣人，我們以前說第一個語言的限制，不敢走出國外，一定要跟團，第二個是地圖不太會看，因為我們被養壞了，我們被服務慣了，什麼東西都要別人幫您安排好，所以您已經不會安排了，變得很制式。所以後來發現我們這一區其實很方便，火車站就有公車，十分鐘以內一定來一班，那班班都上九份，那我為什麼還要下去接您，除非我家離公車站還有一段距離，那我應該要去接您，所以我們會認為不一定要做到這樣，所以我覺得民宿業者是依照他的住所在哪裡而去做這樣所謂的配套的需求給客人，那有的因為距離太遠，所以他必須要有一個加值的服務費用，比如說我去火車站接您要加多少錢。那我們會覺得說我們做得到的，像我們這麼近，那剛好那個客人可能行李過多，他事前跟我約定，問我可不可以去火車站接他，那我如果時間允許，我一定答應他，我就下去接，所以我們家也沒有設定說我一定要有所謂這樣子的接駁，那我們幾乎都是讓客人自己來到這。

王：但若以整體來說，大部分的民宿也許以這四個準則來講，還需要增刪嗎？

F：其實我覺得足夠，因為這些涵蓋的範圍已經非常大了。

王：所以還需要細項嗎？還是其實不用，這樣就可以了？

F：不用。講到資訊，其實我們家以前根本沒有網站，那也是一個好朋友幫我們架設的，我們也找了很多年，在想這到底是誰啊？都不知道耶。有一天他來，我們還在說不知道是誰，客人還列印給我們看，說我們有架設網站，還做得很好，到底是誰啊？結果他就在那邊笑說就是他。而且還是兩個朋友做的，一個拍攝，一個寫文字稿，後來的 DM 和網站也請他們幫我們重新再換，真的很感動。後來發現資訊還是要有，網站還是要有，因為現在很多人不出門，他是透過資訊網路來找到您的地方，甚至很多都是比較鄉村嘛，路不好找，所以您還是要透過所謂線上的資料，例如開車族必須要透過衛星導航，像剛剛有一個新加坡的朋友下來，他的團體來，然後他下來找我，我就告訴他怎麼走，他就還是不會走，他就告訴我可不可以在路口擺一個八番坑的標示，我就說好啦，我會做。我們牌子都放在這裡，還沒去釘，H 專家比較堅持做手工的，他不要那種制式的，所以就說做好了，還沒去釘。那我是告訴他我們盡量不要去破壞這種景觀，但如果要做，就可能做比較整體性的，不要太隨便，而且讓人家看了，就覺得還是個藝術品的那種感覺。

王：因為我看指示標是用木頭做的，如果用木頭做的就感覺不會差太多。

F：對，這樣那種景觀就跑出來了，就會覺得還不錯，來這邊應該是對的喔！我們這邊還算不錯啦，還做得蠻漂亮的。不過現在的公關已經算做的不錯了啦，已經開始有升級了，都開始做的比較有地方的特色。

王：如果以設施來說，這五個準則合適嗎？

F：醫療一般來講，就簡單的那種（指醫藥箱），因為他會來檢查啦。客房的設施是依照每個人不一樣，像我們客房的設施是吹風機或其他什麼都有，像毛巾，雖然我們也在推說帶自己的盥洗用具，但他是真的沒有帶，那您要用就用，所以我們依然都是擺著的。那您說電視、第四台一定是要有，因為我們認為看不看是客人的權益。那吹風機是一定要有的原因是，因為您不像飯店業者，有些飯店業者裡面是沒有吹風機，您必須跟他借。

王：像我去義大利的時候，他是不讓我插吹風機的，他說那個會跳電。

F：所以您就必須要跟他借，是要用跟他借的方式。那我們會覺得說，為什麼我們要提供？其實當時整個在設計裡面，插座部分的電荷負載量就已經有設計進去了，所以就還算 OK。像我們另外一館，我們有電磁爐、烤箱等等，我們只是告訴客人您不要一個在吹風，一個在用電磁爐，一個在用烤箱，原來的設計我們都是用兩百二的那種，而且還營業用電，如果要同時使用，它一定跳電，而且我不只一間嘛，那連

續三間在使用的時候，它鐵定跳電，所以我們就跟客人講，盡量分開來使用，不要一起使用，就不會有這種情形，所以都還算 OK。那您說房間裡面，我們該給客人的我們通通都給，包括咖啡、茶、茶食、泡麵，我們都準備，原因是因為我們覺得旅遊是一個很放鬆，很奇怪，就會很餓，其實我們兩個想到更浪漫的是，為了不讓情侶吵架，比如說我們這邊有個 7-11，我們兩個自己就在想，有一天如果我們出去旅遊，坐在房間，突然就肚子餓，那女生一定比較撒嬌，她一定會說您去幫我買泡麵，我肚子餓，那男生就不想動，唉呀～妳去買啦！我現在不想動，兩個人可能就因為這包泡麵吵架了，那這個旅遊本來前面都很完美，到後面沒有辦法畫下完美的 ending，最後可能因為一碗泡麵分手了，她覺得他不夠體貼，所以我們當時就在想，為了不讓大家吵架，所以泡麵一定要擺，吃不吃是他的權益，所以包括我的客人都跟我講“這些要錢嗎”我說：“不用，我們只是怕客人肚子餓而已。”然後我們還告訴客人沒有吃完歡迎您帶走，因為下一站泡麵不一定會有，而且遇到外國客人，我們會跟他講，台灣的泡麵超強，您下一站不一定會有，把泡麵帶著，您到下一站沒有的時候，您就會想我們，哈哈！所以這就像 H 大哥講的，增加他對台灣的人情味之外，其實這是我們做得到的，那飯店業者叫使用者付費，民宿業者幾乎不是，它沒有所謂的一定，它幾乎是不按牌理出牌，那其實我們會覺得這是我們做得到、我們給的起的，所以我覺得這個都很 OK。我們經營民宿想的是說，我自己都想的，我相信客人一定會想，我們大概只有用這種方式去經營，所以我覺得每一家會給的服務是不同的，我覺得它不一定要設限是什麼，我們常常說給客人最需要的就好了，您給他的東西不是他要的，就叫多餘，而且也叫浪費，那您給他剛剛好的時候、是他最需要的時候，他對您的印象和對您的那種感動，是完全從表情、言語、肢體語言看到的，我們有時候送客人的時候是會哭的，客人要離開時會捨不得離開，有時候您到國際旅展，客人知道您在旅展，到展場來看您，帶來的東西是二十幾個人可以吃的東西，像有次新加坡旅展，朋友（指住過的房客）帶來一堆東西，我說帶這麼多東西來幹嘛？他說“叫您的朋友都來吃，客人有那一種氣魄，那我就開始通通都叫來，有空的都來吃，客人也開始學習我們這種阿莎力，跟著說您的朋友就是我的朋友”，所以我覺得，「出外靠朋友」，朋友很重要，台灣人對朋友都是比較兩肋插刀，您對我好，我什麼都給您。所以我覺得在整個的服務來講，依照各民宿業者，他能提供的東西來給，就 OK 了，因為他最清楚最需要給的是什麼，所以我覺得並沒有非常制式，而是最基本的東西本來就應該要有，像有些地方就沒有提供大型毛巾，他就叫您自己帶，沒帶的話，他就可能會準備一次性的，有的會要您買，有的沒有，一切依照主人覺得這個地區他要的是什麼，我們這裡算很幸運，有人可以幫我們專業送洗，可是比較山區的，就沒有專業送洗，所以用一次性丟掉的東西，也不能怪他，否則有些東西還要主人拿去洗，可是有些東西又不是主人能夠專業處理的，那可能就不對了。所以我覺得就是依照他的地形、那個區塊，去看他到底不方便有人來專業送洗而決定。那我們現在在做的是好客民宿，新北市做魅力民宿，那好客民宿要用那樣（指標準）評選的話，會覺得對民宿業者是不公平的。好險現在好像有分金、銀、銅的方式來區分，但例如那個區塊可能就得都靠自己洗，沒有辦法，不能說因為這樣就只能給銅牌，搞不好他真的很乾淨，結果還不給他銀牌，我就覺得沒有道理。這是我個人的感覺，所以當時他們請 H 專家去當評選委

員時，他就在想說我自己有經營民宿，有什麼資格去評選別人，所以應該找不是這樣資格的評審委員，來做這樣子的評選，才會比較公平公正。否則我去評的話，都給自己金牌，幹嘛給自己銀牌？另外，我老公覺得很丟臉，為什麼我們才銀牌獎，我跟他說，銀牌獎也不錯啊！幹嘛想那麼多，就只是認知不同而已嘛！您認為自己是金牌獎就好啦，管他評您是什麼，您認為自己一直不斷地在超越就好啦，因為很多東西是別人對您的一個認證，當然它會扣住您，您要告訴自己，您要掙脫，您要改變，那我們講說民宿業者在修繕時，也要花很多錢，我覺得都要量力而為，譬如這邊改一點，那邊改一點，慢慢來，因為使用的破壞率非常強，所以有些民宿業者在服務裡面，是不接小孩的，為什麼？因為小孩破壞力太強了。但是我們不會認為接小孩是不對的，我們很喜歡小孩，因為我們認為再破壞也不會破壞到那裡去，我們提倡的就是一個 family，台灣人較注重家庭，所以要帶自己的家人出來玩，總不能把娃兒丟在那裡嘛！可是我們以前其實有個觀念，如果我們兩個要去看電影，一定要把小孩託給信任的人照顧，為什麼？因為我們帶小孩出去，兩個人一定吵架，小孩會哭、會在地上滾，我們覺得這樣很丟臉，男生比較愛面子，女生比較無所謂，有時候打扮漂亮，穿個高跟鞋，卻帶著一個娃兒，也不對嘛！服裝什麼都不能展現，所以以前我們出去時，帶著小孩會吵架，電影什麼也都不能看，最後我們就託給信任的保母，然後我們就出去，有時候會跑到 Hotel 去，為什麼？夫妻本來就應該這樣子經營，我為什麼會講這一段，就是我們很鼓勵這樣的家庭，如果是出來旅遊，那當然是家庭，可是如果今天不是，其實我們希望他交給信任的人，不曉得您們有沒有這種感覺，就是台灣人對於夫妻之間的感情不像外國人，外國人結婚之後還會拼命的牽著手，出去可能還會抱一抱，偶而還會 kiss 一下，他表現的不會婚前婚後差很多，可是台灣人就差很多，應該是因為害羞。那現在已經有開始在改變了，所以我們會認為應該要這樣，講這段的意思是，我們認為民宿業者應該要這樣，當看到 family 來，是一個非常健全的家庭，民宿應該要去接待，不能說不去接待，這是錯的，只是寵物會依照每一家的不同，而決定要不要接待，像有些地方狗狗真的就...像我們家就有狗，都是流浪狗，我們不接的原因是考慮下一個客人，因為狗毛又很難清，那您說有些人愛狗，您跟他說不可以帶牠上床，客人都說不會的不會的，可是實際情況您哪知道，愛狗的人，在床上一定抱著牠嘛！因為他把牠當孩子。其實我覺得寵物就寵物，不一定要寵，就讓牠自然而然，像有一次我們在洗狗，有個客人就講，您把牠身上可以防水的油脂都洗掉，會害牠等一下淋濕就會留在身上，不要給牠洗得太乾淨，我說好，我懂了，其實客人的意思是要告訴我，其實狗狗本來天生就是這樣，但是如果真的要幫牠洗，請不要洗得太乾淨，不要把身上該有的保護膜洗掉。

王：所以基本上民宿設施大概這五項應該已足夠了嗎？

F：那您說安排活動，其實這個部分是看個人。

王：那個是舊版的，我們後來有做調整，那第四個構面—「民宿經營與管理」，您覺得適合嗎？



F：有啦！夠了啦！這些很夠了啦！

王：所以還需要增刪嗎？

F：不用增刪了啦！這些本來就都有了。

王：接下來最後這一塊，就是兩位理事長和顏老師都很強調的這一塊，我想這應該是民宿本質上很重要的一塊，所以我把它稱為民宿精神與社區共榮，請問這個構面名稱可以嗎？

F：可以，民宿的精神沒錯，就我剛講的，社區的共榮，確實啦！

王：所以這個構面的名稱算適宜，對吧？

F：對，非常適宜。

王：那後面這些準則合適嗎？

F：就我剛跟您講的，食、衣、住、行、育、樂其實是本來就涵蓋在社區總體營造裡面，所以其實民宿業者做得東西，涉獵非常的廣，他不是只有單一個而已，他是一個點，點對點的串聯，之後就是點線面建構出來的一個大團體。

王：那所以這些準則是適宜的嗎？

F：可以。

王：後面還有一個準則。

F：這裡嗎？對當地資源採取...有啊！通通都有講。

王：所以基本上，訪談之後，再做修正的架構，其實整體來講算是都已包含了？

F：其實這裡再多一個推廣，主動對當地資源採取保護行動，跟一個在地文化的推廣，因為您要保護它，也還是要把它推廣出去。

王：所以是要包含在這構面裡面嗎？

F：我覺得看您啦。像我們現在，我們這裡因應季節，就跟幾個耆老在談這樣子的一個問題，我們這裡很特別的是，我們秋天有芒草跟花嘛！我們春天這裡也有櫻花嘛！夏天本來就來吹吹風，冬天來看看雲霧，這樣子的一個感覺，可是實際上在這裡的



春夏秋冬裡面，再加上我們這裡因為有很多藝術家，我們是希望客人來到這裡，能夠透過藝術家或者老推廣在地文化，因為要把當地資源採取保護行動，相對的，必須推廣在地文化的資源，要保護它之外，還要去推廣，才能夠保存下來，推廣與保存在地的文化特色。像這個牙刷就是用芒草做的。另外，其實我們這裡的小孩，書沒有很會讀，自信心又沒有太大，我們就在想，要如何讓這些小孩子找回自己的自信，還有一點是把在地文化推廣出去，在這個季節裡面，可以看到芒草芒花在長的時候，他馬上就可以信手捻來，馬上就可以 DIY 做出一個東西，對他來說，是很棒的一件事。在我們另外那個民宿的時候，是讓孩子們來打工，讓他來，然後帶住客去採芒草芒花回來 DIY，住客都會叫他們「老師」，您知道那多好！平常他們都要叫人家老師，可是現在在秋季裡面，竟然有人要叫他叫老師，那對他來講，是不是自己會提升，觀念也會提升，之後他在念書上一定會有成長，所以我們是以這樣子教育的方式去帶領這樣的小孩，我覺得在這個地方的資源，在教育比較薄弱的時候，我們可以給他什麼？

王：我覺得從過程裡面，他還可以學到尊重，我覺得這比較重要。

F：對！所以我那時候是推這個。那我最近就跟我們附近一些會做的阿姨跟耆老們在談，是不是可以請他們出來，然後我們會開這樣子的課程，請他們來一起幫我們做這樣子的一個活動，我們也希望未來在這裡辦活動，不是請外面的老師進來，而是請真正的在地人來講在地的東西，來做在地的故事，那這樣的東西透過我們的講解，然後跟著故事去旅行，不是很好嗎？每一個地方都有它自己的故事，那您如何讓在地的故事透過真正這裡的在地人，去告訴這些遊客，然後透過所謂的 DIY 的活動，讓遊客更瞭解，我都跟這一帶的人通通都談好了。

王：就有點像體驗行銷這樣子的方式？

F：對，因為我們認為就是說，不要來消費九份，我講的消費就是您不是只來這邊走一趟，然後丟個垃圾就走了，您對這個地方並沒有貢獻，然後您永遠對九份的印象就只有這樣子而已，老街而已，您對我們並沒有加分，反而我九份是被您消費，而且還減分勒！那我們如何讓您駐足，能夠至少多停留幾個小時，而且更瞭解這個地方的時候，對我們才是加分的。那您才是真正來消費我們，而且所產生的價值是不同的，所以在我們民宿的經營裡面，我們認為，住宿的數目是一種價格，那我們要提供的是一種價值，所以我們的價值要大於我們的價格，我們也希望透過這樣子的方式，能夠讓社區裡面，也讓大家自己要正視說，九份就是這樣，您沒有辦法阻止它的時候，您如何去保留讓大家覺得它愈來愈有味道。就像上一次侯孝賢就講，因為拍了電影讓九份變這樣，他覺得很內疚。那我們換另外一個想法，不用內疚嘛！它本來就很悲情，因為礦業的興盛到最後的沒落，全部的人突然間就不見了，那對在地的人，他也是真的被消費掉，那被消費掉以後，突然間沒東西可以吃了，所以這裡真正居住的人都已經跑到外地去工作了，那由於侯孝賢拍了一部讓這裡再興盛起來的時候，外地人會來，在地人出去，外地人進來除了看到它的商機之外，還看到

真的在地文化的美，所以他進來。那我們這種新住戶進來的人要如何來保護？因為在地人沒看到這點，不過我們外地人，來這裡的新住戶看到了，所以我們應該要幫忙做這個，因為我們現在站在這裡，我們希望以後留在這裡的子子孫孫，我們能給他什麼，他能再看到什麼，所以我覺得我們要做的就是這個，所以我覺得我們應該要去推，當我們把這些觀念講給一些老人家聽，他們都說好啊！我來幫您免費做！我說不要免費，通通都有錢的，因為免費做太偉大了，這樣我欠您太多，還不起，這個東西因為有配合一些旅行社考量，因為我還在旅行社，所以我可以去推，那或許有一些像雜誌社想要推這樣子的一個遊程時，我們可以來搭配，請您們（指耆老或在地人）出來，那是有錢拿的。那這個錢只是微薄，只是一個加菜金，這樣就好了，如果您不想要，那把它存起來之後，請大家吃飯也好，您就是用在您覺得對的地方就好了，但是一定要收錢的原因是因為辦任何活動，使用者付費嘛，那我們收的只是一個意思意思，讓大家能夠來體驗，那東西在推廣上才能夠永續，不然要說什麼都免費，哪有可能？去摘芒草也要一個工，教您折來折去手也會受傷，這些都是一個補助而已，所以我覺得這個再加進去，對這一塊應該會比較完整一點。

王：所以基本上，就這個架構而言，應該已經差不多了。感謝您們的意見！



## 附錄五—第三次訪談

訪談日期：2011/ 11/ 24

參與人員：L 專家（業界）、王仁宏、鄭涵升

王：理事長，您好！我們第一個要討論的架構就是上次在台北跟顏老師討論過了，那後來我回去調整之後，架構就是這樣，請您看一下這樣是不是適切？

L：所以你這邊就是構面嗎？

王：對！這邊總共有五個構面。

L：你昨天有 Email 給我嗎？

王：我昨天 Email 給您的是問卷。

L：是問卷啊，我最不喜歡看電腦的，你知道嗎？

王：所以我有帶紙本來。

L：因為我可能比較傳統，不管人家給我什麼東西，我都是要 Print 出來看，因為覺得比較仔細。

王：對啊！我也是。

L：我兒子每次都跟我說，媽，您老骨董了，電腦就可以看，幹嘛還印出來，真浪費。

王：可是基本上看個人習慣啦，譬如說電子書出來，有些人就喜歡看電子書，但我還是喜歡看紙本。

L：因為我覺得用紙本看，可能哪裡忘了，然後再回來看，這樣較方便。

王：每個人習慣不一樣啊！那請理事長看一下這五個構面是不是適切？第一個是建築環境與特色，第二個是服務品質，第三個是民宿設施，第四個是民宿經營與管理，最後一個就是我們上次提到的民宿精神與社區共榮，這樣適當嗎？

L：我看一下。上次我們就是講到這個嘛！

王：對！這是舊版的。

L：對！我知道。上次就是講到這個要仔細一點，要分類嘛！對不對？我覺得應該是 OK 啦！因為我覺得在建築環境與特色方面，基本上，他在蓋民宿的時候，一定會去衡量，只是說你要怎麼去評估他（指準則）？這就要比較仔細一點。

王：那如果先以構面來看，這五個構面是否算足夠？

L：應該足夠、應該是 OK 啦！因為對我來講，我自己經營民宿，我覺得建築這些特色的比例對我比較不重要，我覺得當你經營民宿到最後，還是以民宿主人為特色。

王：所以就是指最後一個構面—民宿精神跟社區共榮。可是這個（指建築）對於消費者來講，也許他會很重視這一塊。

L：我自己覺得是這樣，你會發現很多民宿可以生存下來，都是因為民宿主人的品質跟服務，然後你說外觀，可能就是類似一個指標吧。就像我知道有些民宿，人家去看了，但是他的風評很爛，就是說他就都是做外表好看，那裡面沒有什麼內涵嘛！

王：所以服務品質這邊就很重要！

L：所以我做民宿，再加上因為我個人在國外住很久，我第一就是要看品質，我並不是要看什麼，因為我覺得民宿的外表怎樣都無所謂，因為我是要住民宿嘛！我會以這個做取捨。我覺得服務啦！還有就是衛生，我不管他用得怎樣，就是要乾淨！

王：對！乾淨很重要！尤其是廁所！我無法忍受廁所是髒的！

L：對！我覺得不管什麼，反正我就是要乾淨，所以為什麼我家我親自打掃，我不請人的，因為我覺得請人他未必能達到我要的，這也是我的困擾。

王：龜毛的人都這樣，我可以理解。

L：所以說，我去住民宿時，我一定要看床、廁所是不是很乾淨，因為畢竟要睡嘛！所以變成到最後，你那個什麼什麼設施做得多美多美，像我們家民宿，其實也蠻多人來了，他不住的，為什麼？因為他們想像的民宿就是要有小橋流水啊！有花園啊！有什麼什麼這樣子的啊！但是對我來講，只要外面整齊，可以走進來就好了。然後我喜歡綠地，喜歡看到綠色，所以人家會說我的民宿沒有花園，我不喜歡種花，我就是喜歡綠地。如果以台灣人來經營我們這家民宿的時候，他前面一定是停車場，水泥，可是我堅持不做。我們家是可以開車上來，然後開車下去，其實是可以做的，

但是我不願意，因為我就是很堅持，我的民宿特色就是要你像住在國外，車子停外面然後走進來，沒有幾步路嘛！所以還是會有人打電話來講：哎唷！你家的民宿不是我們心想的民宿，也有很多客人到我們家的時候，會覺得蠻失望的，就是一棟房子，然後外面這樣，但是每次一進來他就很驚嘆，哇！為什麼裡面的擺設很像國外。所以對我來講，我覺得說品質很重要。還有就是到最後，你會發覺，客人跟你很熟的時候，他是因為喜歡看到你而再次住宿，並不是因為我要去住你家，他就是喜歡找你嘛！就是這樣而已。所以你要寫的主題就是要怎樣經營民宿嗎？還是？

王：應該是說我要衡量顧客入住民宿時，他會重視的構面跟準則。譬如說以這五個構面來講，對於消費者而言，他比較注重哪一個？例如結果出來，民宿精神跟社區共榮其實對於民宿來講是很重要的時候，那麼也許這樣的一個方向就可以提供給譬如說觀光局做參考，應該從這樣的方向著手。

L：是！沒錯！但是這邊要耗時間，觀光局未必會參考。

王：但是論文還是要繼續。

L：嗯！你論文還是要繼續。在民宿經營上，如果是以消費者觀點，幾乎都是要看表面，它外觀要漂亮、吸引我，我才願意去住。如果是以民宿主人觀點，那民宿主人的特色一定是重要。所以我才會問你，是以哪個為主？

王：我們到時候發放問卷時，就是同時發給經營者與消費者，進而探討民宿主人跟民宿消費者的差異。但要先決定這個架構適不適宜。所以說請您指教一下。

L：我覺得架構是 OK 啦！

王：好，那每個構面之下的準則適合嗎？還需要再做增刪嗎？

L：我跟你講，你這些東西（指準則）是我們在申請合法民宿時，都已經考慮在裡面了，譬如說你的服務態度裡，這些人（指參考文獻）的內容應該有寫很多關於服務態度，對吧？

王：他們就是把他列成一個準則。所以理事長的意思是說，後面可能還要再加上註解之類的，譬如說在服務態度後面括號註明如同理心，是這樣嗎？

L：譬如說王美慧（指參考文獻），可能會把服務態度從非常細心的一些事情來講，那你在服務態度上，可能就要寫說很細膩啊，或是什麼的，就把服務態度列出來，這樣你可能會比較好做。因為服務態度只是態度而已啊！那你要怎麼做到這個服務態度？

也許他有沒有做到說，客人要求什麼，都能符合啊！我是覺得說你要再考慮深入一點。

王：OK！

L：因為服務態度實在是太廣太廣了。你可以講說他在接電話時的語氣啊，或是什麼的。

王：另外，我現在是把接待服務與員工素質歸在服務態度，然後，接駁服務之前是在交通與接駁，那現在歸在服務品質，最後，資訊諮詢服務也歸在服務品質，您認為？

L：所以你現在是把之前的整合在這邊，是不是？

王：對！那您認為是要再回到之前的架構中？還是我用後面註明的方式？

L：不用，我的意思是說，以我的習慣，我可能會說服務態度，那我可能會寫一、語氣、接待或是怎麼樣，那二、可能是細膩，三、可能是同理心之類的。

王：對！就變成次準則。

L：如果是我的話，我會這樣子做。

王：那我的意思是說，如果要增加這個，有兩個方式，第一就是增加後面的次準則，變成再多一層架構，或者我用註明的方式，譬如說剛剛理事長說的，如：語氣、同理心，用這樣的方式來說明什麼是服務態度。

L：等一下，我想一下。OK！那你接駁服務的話，要怎麼做？

王：您是指？

L：你在裡面涵蓋的內容是什麼？

王：就是接送。

L：如果是我的話，我接駁服務可能會寫，先預約啊！要不要收費阿！這個你都要考慮在裡面，你懂我意思嗎？所以我覺得不只是“接駁服務”四個字，我是在講你的內容。

王：所以基本上，在後面再加上註明，可能會比較好一點？

L：對！我認為是這樣，你可以寫說預約或不預約、要不要收費，你都要考慮這個細節的問題。

王：OK！

L：我覺得加上註明會比較好，我個人認為啦！

王：好！那資訊諮詢可能註明譬如說附近的私人景點之類的。

L：資訊諮詢服務也是一樣，例如我們離苗栗很近，那我們應該要有這個 knowledge，知道說你要到苗栗去，你要怎麼走？就是諮詢交通路線啊！是不是走二高或台三線到苗栗比較快，至少附近的景點你都要提供給人家，這樣你才可以讓客人認為你什麼都知道。另外，全台的民宿理事長我都很熟，所以常常有些客人已經到花蓮了，他竟然還想到我，問我說：理事長，你在花蓮一定有認識其他民宿業者。我說我有認識啊！我就會直接報花蓮理事長電話給他，叫顧客直接找他，因為他最熟悉啊。這個是我的優勢！因為我有這個資源，變成客人就覺得你很棒！全台灣你都可以幫我想。所以我認為民宿主人應該都要知道這附近發生什麼事情啊！附近有什麼活動啊！你至少要讓人家知道。所以可能包含私人服務啊！私人景點啊！鄰近的交通啊！路線規劃啊！要作註解。

王：那餐飲也是嗎？

L：餐飲也是啊！我覺得餐飲比較廣，因為每一家民宿是走不一樣的風格，有些民宿是不煮飯給人家吃的，但是他一定必備早餐，所以你這個餐飲一定要分兩類，一個是早餐，一個是午餐或晚餐。像我們之前住過花蓮，感受很不好，早餐是沒有的！他就給你券，你就去隔壁轉角吃美而美，我就嚇到，怎麼會有這樣的服務？所以我才說你在餐飲服務品質方面，除了餐飲，他的早餐是他自己準備的，還是外包的，還是他外面買回來的？像我們這次去金門，我就覺得做民宿主人超快樂的，因為他沒事做，他沒有做到民宿主人的角色，那邊大概有 20 家民宿，每一家的早餐都是一樣的，都是外面叫進來的，都是吃燒餅油條，吃廣東粥，然後每一家的床單都一樣，你也見不到民宿主人，民宿主人說他不服務的，我只是開民宿給你們住而已。所以在餐飲服務這一塊，我可以講很多，有些餐飲服務重視養生，有些是中式還西式啊！這些都可以講。

王：OK！所以基本上，服務品質用這四個準則來評估是足夠的，只是後面要加註解。

L：對！

王：那像第三個構面－民宿設施－這些足夠嗎？

L：我覺得應該還要有什麼戶外露營區啊！戶外的設施啊！因為你這邊好像沒有。

王：目前是沒有戶外設施，因為不一定每家民宿都有那麼大的土地。

L：很多是沒有，可是有些是有，所以這比例上很難講。

王：所以我們只能用一般的來講，因為如果你說要有戶外設施，那個可能在山區，因為山區才有那樣的空間去做這樣的規劃，譬如說可能在九份這樣的地方，就無法做到有戶外設施的動作，因為他的地本來就沒這麼大，那還是要加進來嗎？

L：但你現在是在講經營，所以我覺得戶外一定要帶進來，你不見得說一定是露營區，還有戶外花園啊！休閒椅啊！我覺得應該要有這個設施。

王：所以目前在設施部份，再加一個戶外，是嗎？

L：對！就是再加一個戶外。因為有些人他畢竟戶外有很多東西啊！

王：OK！

L：你所謂的醫療設施是什麼？

王：譬如說客人受傷，他要有一些 OK 蹦啊！

L：那是急救箱，但是應該不算醫療設施吧！

王：也算是啦！

L：要用到醫療那麼重的字眼嗎？我覺得醫療好像太嚴重了一點吧！

王：那您認為怎麼修改？

L：我也不太知道，那你就在旁邊先寫急救箱之類的，回去再用更好的詞。

王：OK！

L：你看像這個就有括弧說，譬如廚房。所以我覺得你這個也應該在旁邊括弧什麼的。



王：嗯！

L：我常常覺得喔！我是比較注重安全方面，也許在民宿精神…

王：民宿經營管理這邊有安全性。

L：民宿經營管理有安全性喔？

王：有！

L：OK！

王：所以在民宿設施這一塊就 OK 了嗎？就多一個戶外就可以了？

L：對！

王：那第四個構面的話，民宿經營管理的部分，有不足的嗎？

L：民宿經營管理…你所謂整體環境是包括室內跟室外嗎？

王：對！因為它是整體的。

L：應該還有一個，我不曉得是不是應該納入在這邊，就是民宿的標示。

王：你說指標或路標嗎？

L：對！路標指標那些啊！因為你在管理。譬如說像我們合法民宿，我們一定要有合法的牌子嘛！那我們在經營這個民宿，我們還要買保險啊！因為你要給客人一個安全嘛！所以我覺得這個也要納入民宿經營！還有，

王：因為我們目前找的民宿都是合法的，所以他一定有牌照，因此就不會納進來。

L：因為你講到經營與管理，所以我覺得應該要納入什麼保險之類的吧！經營上我們一定要有保險，要不要納我不知道。你要問老師看看是不是要納入這個？

王：嗯？民宿會幫客戶保保險嗎？

L：合法民宿一定要買保險！為客人保單的，就是類似產物保險啊！

王：可是那就屬於安全性的問題啦，不是嗎？因為你在幫客人保單的時候，就是在保護他的安全。

L：對啊！但是我是說你這邊寫客房的安全性嘛！但是你的 title 來講，是民宿經營與管理嘛！所以我才跟你講，在我們的經營來講，我們是一定要有這些東西的。

王：如果假設說安全性的部分，我把客房拿掉，就變成僅有「安全性」，涵蓋的範圍就會較大，這樣適宜嗎？

L：我只是要跟你提說，因為你有一個經營嘛！我們一定要跟你講說，你經營一定要有這些東西的。

王：OK！所以要再納一個保險進來。

L：然後講到管理，那是不是有請員工？那是不是要講到員工素質？

王：員工素質已經歸在服務態度裡。

L：所以以服務態度來講，已有把員工納入，是嗎？

王：因為員工素質好，應該他的服務就會好。

L：我知道啊！我是說你前面是講態度喔！但這裡是在講經營與管理，所以站在業者經營的角度，我會覺得「管理」可能會比較訴求說我的員工要怎樣要怎樣，你可能會談這些嘛！那服務態度比較不一樣，服務態度可能是比較籠統。所以你可以跟你的老師討論看看。

王：基本上，員工是透過訓練，去培養他服務的態度！

L：對啊！但是訓練歸訓練，你現在是經營與管理，當出現經營與管理時，那是不是我當一個業者，我就要管裡我的員工，你可能也要注重到這一點吧！我覺得啦！

王：好！

L：大概 OK 啦！

王：所以現在就須加入保險跟員工兩個部分嗎？

L：我不知道你該不該放在這邊，所以你要確認一下。

王：OK！那請問最後一個部分，這樣子適切嗎？

L：原則上，我想應該是 OK 吧！你沒有再去找顏老師嗎？

王：最近會再去找他。

L：我覺得他蠻有經驗的，因為他當老師嘛！他可能可以教你怎麼寫更好的論文，我不行啦！

王：我會再跟他討論。那所以說目前來講，服務品質的準則後面只要再加註解，然後民宿設施再加戶外休閒的部分，最後經營與管理再增加保險跟員工的部分，是這樣嗎？

L：就看你要怎麼加進去，但是我覺得不要忘了這個保險，那蠻重要的。消費者根本不曉得，會覺得我幹嘛要住合法民宿，我常常覺得台灣就是這樣，沒有發生事情的時候都是 OK 的，但一旦發生事情的時候，要找誰來負責啊？到最後就會出現這樣的問題。

王：好！感謝您的寶貴意見！

中原大學