

民宿經營者與顧客生活屬性一致性對顧客住宿意願影響之研究

林筱中、洪朝陽

E-mail: 9601333@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究問題是探討民宿經營者與顧客生活屬性一致性對住宿意願的影響，研究目的為探討民宿經營者、顧客兩者生活屬性一致性對住宿意願之影響，以擴充購買意願理論。再者探討影響民宿顧客住宿意願之要素，並提供民宿經營者於管理規劃民宿時，做為經營之參考依據。本研究透過問卷(questionnaires survey)方式，總計發出顧客問卷1000份，民宿經營者問卷100份，總共回收問卷483份，扣除作答不完全及無效問卷131份，有效問卷共計352份，有效回收率為32.0%。本研究結果發現1. 民宿呈現之生活屬性通常為宿經營者偏好之生活屬性。2. 民宿呈現之生活屬性與顧客之生活屬性一致程度，與顧客住宿意願成拋物線關係，顧客生活屬性與民宿呈現之生活屬性，在兩個構面一致時住宿意願最高。藉由假設1和2推論當民宿經營者與顧客生活屬性一致性程度，與顧客住宿意願應也是呈現拋物線關係，在民宿經營者與顧客生活屬性趨近於完全一致或趨近於完全不一致時，住宿意願較低，但部分構面一致時，則有較高之住宿意願。實證資料支持本研究的部分假設，本研究並提出後續研究及管理應用之建議，以供參考。

關鍵詞：民宿，生活屬性，一致性，住宿意願

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v	誌謝.....	vi	目錄.....	viii	圖目錄.....	x	表目錄.....	xi																																
第一章 緒論 第一節 研究背景.....	1	第二節 研究問題與目的.....	2	第三節 研究架構.....	4	第四節 研究重要性.....	5	第二章文獻探討 第一節 民宿的起源、意義與特性.....	6	第二節 台灣民宿的發展現況與分類.....	10	第三節 生活屬性.....	13	第四節 購買意願.....	16	第三章 研究方法 第一節 變數操作性定義與問卷結構.....	22	第二節 研究假設.....	29	第三節 樣本與資料收集方法.....	30	第四節 資料分析方法.....	31	第四章 資料分析 第一節 基本資料分析.....	33	第二節 信、效度分析.....	38	第三節 描述性統計.....	41	第四節 多元迴歸分析.....	44	第五章 結論與建議 第一節 結論.....	45	第二節 建議.....	48	第三節 研究限制.....	50	參考文獻.....	51	附錄一 國民生活須知.....	59	附錄二 民宿顧客問卷.....	60	附錄三 民宿經營者問卷.....	66

參考文獻

1. 王志剛、謝文雀編譯(1995), Engel, J. F., Blackwell R.D. and Miniard, P. W. 原著, 消費者行為, 華泰書局, 第2、20-22、67-68、130-131 頁。
2. 台灣省旅遊局(1998), 民訴制度之研究, 台灣省旅遊局。
3. 李亞珍(2005), 我國民宿發展問題及其管理辦法適切性之研究, 私立靜宜大學觀光事業學系研究碩士論文。
4. 吳明隆(2005). SPSS統計應用實務, 台北市:松崗電腦圖書資料股份有限公司。
5. 何郁如、湯秋玲(1989), 墾丁國家公園住宿現況之研究, 戶外遊憩研究, 2(1):26-51
6. 林延昇(2004), 遊客對推行休閒林業地區民宿服務品質意見之研究—以奮起湖地區民宿為例, 國立嘉義大學林業暨自然資源研究所。
7. 林宜甲(1997), 國內民宿經營上所面臨問題與個案分析 - 以花蓮縣瑞穗鄉舞鶴地區為例, 國立東華大學自然資源管理研究所 碩士論文。
8. 林英顏(2003), 員工工作投入、工作壓力與休閒需求關係之研究, 私立中國文化國際企業管理研究所博士論文。
9. 林梓聯(2001), 台灣的民宿, 農業經營管理會訊, 27:3-5
10. 林榮茂(2004), 台灣現金卡消費者消費知識與消費意願之研究, 私立南華大學管理科學研究所碩士論文。
11. 欣境工程顧問公司(1990), 東部海岸風景發展民宿可行性之研究, 交通部觀光局東部海岸風景特定區管理處:184
12. 洪朝陽(2005), 銷售者、產品與消費者性別屬性一致性對消費者知覺風險影響之研究, 私立中國文化國際企業管理研究所博士論文。
13. 姜惠娟(1997), 休閒農業民宿旅客特性與需求之研究, 1997休閒、遊憩、觀光研究成果研討會:57-74。
14. 郭永傑(1991), 山地民宿村莊之計劃理念與營運計劃, 休閒農業經營手冊, 農委會、省委會:106-111
15. 黃俊英(2001), 行銷學的世界, 台北:天下文化。
16. 楊永盛(2003), 遊客對宜蘭地區評價之研究, 世新大學觀光學系碩士論文:102
17. 潘正華(1994), 台灣農村地區發展休閒農業於農牧用地上建民宿建築之法令可行性研究, 國立台灣大學農業工程學系碩士論文:107
18. 鄭詩華(1992), 農村民宿之經營管理, 戶外遊憩研究, 5(3/4): 13-24
19. 鄭詩華(1998), 民宿制度之研究, 台灣省交通處旅遊事業管理局。
20. 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。
21. 羅惠斌(1995), 觀光遊憩區規劃與管理, 台北:固地文化出版。
22. 羅義高(1998), 從遊客觀點探討台灣發展休閒林業之可行性, 國立中興大學森林學研究所碩士論文:53。
23. 顧志豪(1991), 台灣休閒農業發展中民宿建築之配合規劃研究, 國立台灣大學農業工程學系碩士論文:115
24. 嚴本立(2002), 南庄地區民宿概況之調查與分析期末報告, 交通部觀光:160。
25. 嚴如鈺(2003), 民宿使用者消費型態之研

究，私立輔仁大學生活應用科學系研究所碩士論文 二、英文部份 1. Alastair, M.M., L.P. Philip, M. Gianna, N. Nandini, & T.O. Joseph,(1996) " Special Accommodation: Definition, Markets Served, and Roles in Tourism Development " *Journal of Travel Research*:18-25. 2. Adler, A. (1988). Personality as a self-consistent unity.(M. Cicero, trans.). *Individual Psychology*, 44, 431-440. (Original work published 1932) 3. Berman, B. & Evans, J. R(1982), " Marketing " Macmillian Publishing Co. Inc., New York, pp.189-193. 4. Bryman, A., & Cramer, D. (1997). *Quantitative Data Analysis with SPSS for Windows*. London:Routledge. 5. Brewer, M. B. (1979). In-group bias in the minimal intergroup situation: A cognitive-motivational analysis. *Psychological Bulletin*, 86, 307-324. 6. Comrey, A.L.(1973). *A first course in factor analysis*. New York : Academic Press. 7. Gorsuch, R.L. (1983). *Factor analysis*. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum. 8. Devito, J.A.(1998). *Then interpersonal communication book*. 8th. New York: Harper & Row. 9. Diana, S.(1995), " Author Notes How B&B Grew:She Was in on Ground Floor of Trend. " *Telegram and Gazette*. 10. Engel, J.F., R.D. Blackwell, & W.P. Minard,(1986) " *Consumer Behavior*, 7th ed " Harcourt Broce Joranovich College Publishers, The Dryden Press. 11. Garbarino Ellen and Johnson S. Mark, " The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships " , *Journal of Marketing*, Vol.63 (April), p.70-87(1999). 12. Gary McCain, " Managing Atmospheric Effects on Consumers and Retail Works " , *Journal of Business and Economic Perspectives*, Vol.17, No.2, P.45-54 (1991). 13. Glenn, W.(1997), " B & Bs: Fundamentally Like Hotels. " *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 38, no. 6, pp. 13-25. 14. Gorsuch, R.L. (1983). *Factor analysis*. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum. 15. Grubb, E. L., and Grathwohl, H. L.(1967), " Consumer self-concept, symbolism, and market behavior:A theoretical approach, " *Journal of Marketing*, Vol,31,p.22-27 16. Hawkins, D. I., Best, R. J., Coney, K. A.(1992), *Consumer Behavior : Implications for Marketing Strategy*.(5th ed.), pp326, Chicago:Richard D. Irwin. 17. Henry Assael, *Consumer Behavior and Marketing Action*, Ohio USA, South-western college publishing (1995). 18. Jones, Moore, Stanaland & Wyatt. (1998). Salesperson Race and Gender and the Access and Legitimacy Paradigm: Does difference make a difference. *Journal of Personal Sellin & Sales Management*, 3 , 71-88. 19. Kaiser, H.F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*. 39,31-36. 20. Lanier, P. and Berman, J. 1993. Bed-and-breakfast inns come of age. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*.34(2):15-23 21. Lazer William (1963). " Life Style Concepts and Marketing " 「 Toward Scientific Marketing 」 , Stephen Cresser ed., Chicago AMS. 22. Levy, S.J.(1959), " Symbols for sale " , *Harvard Business Review*, Vol.137 No.4, pp.117-24 23. Lynch, J. G. 、 Marmoestein, H. & Weigold, M. F.(1988), Choices from Sets Including Remembered Brand ; Use of Recall , *Journal of Consumer Research*, Vol.15,(September), pp.169-184 24. Maslow Abraham H., *Motivation and personality*, 2th ed., New York:Harper & Row (1970). 25. Miller, F. (1998), *Chic Hotel and Cheerful B & Bs*. *Travel Trade Gazette*. U. K., London. 26. Moncrief. W., & Shipp. S.(1997). *Sales Management*, New York: Addison-Wesley. 27. Mook, Douglas G., *Motivation: The Organization of Action*, New York: W.W.Norton (1987). 28. Morwitz, V.G., & Schmittlein, D.(1992) " Using Segmentation to Improve Sales Forests Based on Purchase Intent: Which Intenders Actually Buy " , *Journal of Marketing Research*, Vol. 29, No. 4, pp: 391-405. 29. Mulaik, S.A. (1975). *The foundations of factor analysis*. New York: McGraw-Hill. 30. Plummer Joseph T.(1974) The Concept and Application of Lifestyle Segmentation, *Journal of Marketing* Vol.38, Jan, pp33-37. 31. Reynolds, Fred D. & William R. Darden, " Constructing Life Style and Psychographics " , in William D. Wells, ed., *Life Style and Psychographics*, Chicago: American Marketing Association, 1974, pp.71-96. 32. Rogers, E.M. and Shoemaker, F.F.(1971), *Communication of Innovation*, The Free Press, New York, NY. 33. Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L.(1991), *Consumer Behavior*, 2nd ed., New Jersey Prentice-Hal., p4 34. Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. "Consumer behavior. " Prentice Hall. 24. Slama, M.E. and A. Tashchian, " Selected Socioeconomic and Demographic Characteristics Association with Purchasing Involvement, " *Journal of Marketing*, Vol. 49, pp.72-82(1985). (2000). 35. Sirgy, M. J. (1982). Self-concept in consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research*, 9 , 287-300. 36. Tauber, Edward M. Why do people shop? *Journal of Marketing*, 36(October), 46-49 (1972). 37. Westbrook, Robert A., & Black, William. A motivation-based shoppertypology. *Journal of Retailing*, 61 (Spring), 78-103 (1985). 38. Winch, R.F.(1958). *Mate Selection: A Study of Complementary Needs*. New York: Harper. 39. Wilensky, H. L. (1960). *Work, Career, and Social Integration*. *International Social Sciences Journal*, 12, 543-560 40. Wind and Green(1974). *Some Conceptual, Measurement and Analytical Problem in Styling Research*, in W.D.Wells, *Life-Styling and Psychographics*, Chicago, AMA. 41. Zeithaml, Valarie A. (1988), " Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence, " *Journal of Marketing*, Vol.52, July, pp.2-22. 三、網路部分 1. 交通部觀光局 <http://www.taiwan.net.tw/lan/cht/index/index.asp> 2. 交通部觀光局旅館業及民宿管理資訊系統 <http://hsc.tboc.gov.tw/> 3. 花蓮縣合法優質民宿事業法展協會 <http://www.hhsa.org.tw/> 4. 台灣鄉村民宿發展協會 <http://www.bnb.org.tw/index.php>