

綠色民宿住宿屬性之建構

陳 玫 君¹⁾ 歐 聖 榮²⁾

關鍵字：綠色民宿、關鍵成功因素、市場區隔

摘要：有鑑於近年來綠色消費意識與樂活主義的抬頭，消費者的消費行為也隨之改變。隨勢之所趨，目前已有許多觀光客喜歡選擇前往具有環保概念及實際行動的旅遊目的地，於是「綠色民宿」乃孕應而生，並有逐漸受到重視的趨勢。目前台灣的綠色民宿正值萌芽之際，但業者仍然缺乏消費者對於綠色民宿的需求認知。因此，本研究乃嘗試探討潛在消費者對於綠色民宿屬性重要性之意見，並以此建構綠色民宿之住宿屬性。藉由調查綠色民宿潛在消費者所重視之綠色民宿住宿屬性，從問卷結果分析中得出本研究之綠色民宿屬性共有四個構面，分別命名為：「親環境旅遊措施」、「節能省水設備與措施」、「再生產品與運具之利用」及「完善服務之提供」。相關的應用建議亦在本文中被提出。

前 言

觀光業是全球最大也是發展最迅速的產業，其中以自然取向的旅遊方式成長最為快速(交通部觀光局，2002)。因此，近年來鄉村旅遊與體驗盛行，連帶地推動了鄉村地區旅遊產業的成長、民宿的快速發展。由交通部觀光局的統計資料得知，從2003年截至2011年04月，國內民宿的合法家數從65家增加至3236家，共增加3171家；合法房間數從280間增加至12875間，增加12595間。上述數據顯示民宿市場的需求及其所帶來的經濟效益，但學者曾提出因民宿過度發展產生實質環境上諸多問題，造成生態環境相當程度的破壞(沈軒睿，2004)，使經營業者意識到民宿發展在各方面所造成的問題(Lankford & Howard,1994)。

交通部觀光局(2002)指出，生態觀光為減輕環境衝擊的一種旅遊方式，且生態觀光的發展也改變了人們過往在觀光旅遊時，對大自然的恣意放肆態度，誘發了更多的社區、業

1) 國立中興大學園藝學系碩士班研究生。

2) 國立中興大學園藝學系教授，通訊作者。

者願意投入並參與共同經營生態旅遊環境。此外，有鑑於全球環境持續惡化，觀光客開始重視永續發展之新思維，綠色消費意識與樂活主義的抬頭，消費者的消費行為也隨之改變(于寧、賴明伸，2005)，如許多觀光客喜歡選擇前往具有環保概念及實際行動的旅遊目的地(Alexander & Kennedy, 2002)、選擇購買具環境責任企業的產品及服務(Gordon, 1991)，或前往具有環境保護及對當地慈善回饋的住宿地點訂房(陳雅守，2003)。觀光旅遊業者的環境意識也隨之增加，Wahab 和 Pigram (1997)提出高度環境認知的客戶是支持永續旅遊業背後的一股力量，他們認為對環境和社會負責任的形象能夠帶來更大的市場。例如環保旅館在美國越來越多具環保意識的生態保育者和旅客認為飯店應該提出環保相關屬性，因而促進鼓勵業者朝向日益成長的綠色市場發展。然而台灣的綠色民宿正值萌芽之際，台灣目前對於綠色民宿特性沒有明確且完善的定義，業者與消費者尚缺乏對於綠色民宿的需求與認知。而如 Kasim(2004)所提，經營業者若正面處理環境和社會責任問題，雖可能會消耗企業運作的資源，但卻能建立獨特品牌及促進消費者的認同，因此綠色旅館經營之重要關鍵為市場的支持與旅客的需求。

根據上述，本研究欲建構綠色民宿之屬性及探討潛在消費者對於綠色民宿屬性重要性之看法，以供日後綠色民宿經營管理之參考。台灣正值綠色民宿萌芽時期，若欲發展應從重要屬性著手進行會是較符合潛在消費者之需求。經由研究所得之結果，將能做為經營者改變經營民宿的動機與依據。本研究之目的簡述如下：

- 一、彙整並建構綠色民宿之屬性。
- 二、探討潛在消費者對於綠色民宿屬性重要性之認知。

研究方法

本研究首先根據文獻回顧的探討，針對民宿關鍵成功因素、國內外綠色住宿指標等議題，擬定研究計畫。其次，本研究利用問卷調查法，以獲知潛在消費者在選擇住宿綠色民宿時考慮之重要屬性屬性。本節之內容包含問卷設計、研究對象與方法、及分析方法等三大部分。

一、問卷設計

問卷內容是參考國內外相關文獻，並經由專家意見，針對題目性質、內容、題目之重要性與適用性予以評定，並經過專家意見修改與刪除設計而成。問卷分為個人社經背景、旅遊行為特性、綠色民宿屬性重要性三部分。

(一) 個人社經背景與旅遊行為特性

本研究調查受訪者的個人基本社經背景，包括：性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、職業、月收入等項目，皆採類別、順序或等級尺度的方式進行測量。另外，針對受訪者過去一年住宿一般民宿的住宿經驗與住宿綠色民宿之住宿意願與願付價格進行調查。

(二) 綠色民宿屬性重要性

本問卷對於綠色民宿屬性重要性部分的測量尺度乃依李克特尺度(Likert scale)加以測量，並詢問受訪者對於綠色民宿屬性之重要程度，由非常不同意至非常同意，分別賦予 1 至 5 分。問卷設計架構如圖 1 所示。

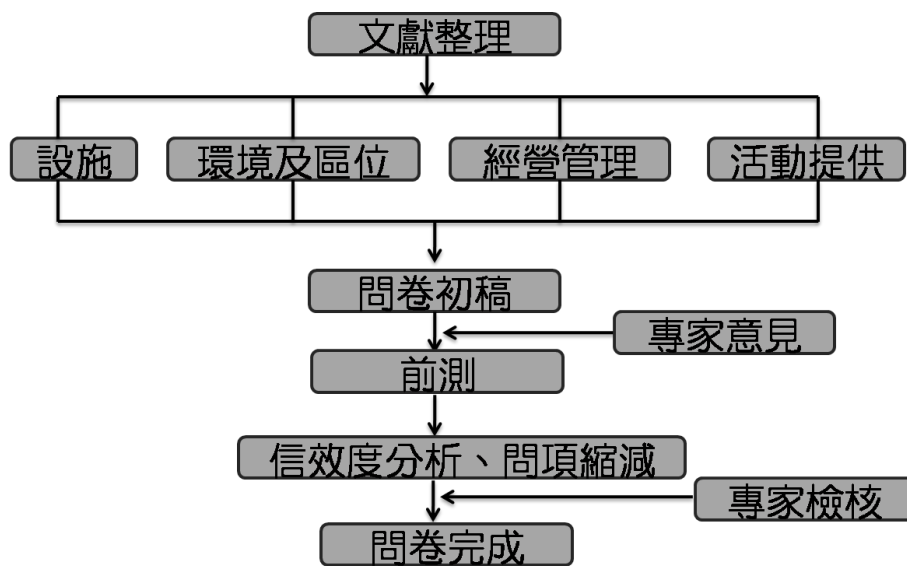


圖 1. 問卷發展流程圖

Fig. 1. The Flowchart of Developing Study Questionnaire.

二、抽樣對象與方法

本研究主要是以問卷調查之方式，研究樣本之抽樣地點為宜蘭地區之民宿，對象為到訪宜蘭民宿之遊客，在遊客住宿民宿期間，採用便利抽樣方式進行問卷填寫。抽樣時間為民國 99 年 10 月到民 100 年 1 月。總共發出 300 份，有效問卷共有 220 份，有效問卷回收率達 97%。

三、分析方法

所獲得的問卷結果，應用電腦統計軟體 SPSS 17.0 進行分析，針對消費者之基本資料、社經背景、旅遊行為特性、綠色民宿屬性重要性等項目，應用描述性統計、因素分析等方法進行分析。依據受測者對於綠色民宿屬性重要性的評量，以因素分析法獲得數量較少的向度，以找出影響潛在消費者住宿綠色民宿意願之因素構面。

(一) 描述性統計分析(Descriptive Statistic)

利用次數分配表及百分比法來建立受訪者的基本資料：性別、年齡、職業別、教育程

度、每月平均收入、居住地等，加以簡化資料之複雜性，以了解樣本結構的個人特性。

(二)因素分析

因素分析的主要目的是對資料找出其結構，以少數幾個因素來解釋一群相互有關係存在的變數，而又能到保有原來最多的資訊，再對找出因素的進行其命名，如此方可清楚的掌握變數間的相關性。

結 果

一、樣本個人背景資料分析

包括性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、職業及平均每月的收入等六項，受訪者個人背景資料如表 1 所示。

(一) 性別

由表 1 可知，受訪的旅客中男性有 83 人，佔有效樣本之 38.2%；女性共計有 134 人，佔 61.8%。整體而言女性所佔比例高於男性。

(二) 年齡

由表 1 可知，就受訪者的年齡分布而言，以 31~40 歲的受訪者最多，共計 60 人，佔有效樣本數之 27.3%；其次是 41~50 歲的受測者，共計 58 人，佔 26.4%。

(三) 教育程度

受訪旅客之教育程度部份，以高中/職最多，共計 96 人，佔有效樣本數之 44.7%；大學(專科)次之，共計 89 人，佔有效樣本數之 41.4%。

(四) 婚姻狀況

受訪旅客之婚姻狀況方面，以已婚之比例最高，共計 115 人，佔有效樣本數之 53%；而受訪旅客之婚姻狀況為未婚者次之，共計 102 人，佔有效樣本數之 47%。整體而言已婚所佔比例大於未婚，但差異不大。

(五) 職業

受訪旅客之職業類別方面，以服務業居多，共計 88 人，佔有效樣本數之 40.2%；其次為工商業，共計 40 人，佔有效樣本數之 18.3%。

(六) 個人平均月所得

受訪旅客之個人平均月所得以 20,001~40,000 元居多，共計 100 人，佔有效樣本數之 45.9%；個人平均月所得 40001~60000 元之旅客次之，共計 67 人，佔有效樣本數之 30.7%。

表1. 住宿民宿之受訪者個人資料敘述性統計分析

Table 1. Descriptive analysis of respondents' background information.

個人背景資料	類別	次數	有效百分比
性別	男	83	8.2
	女	134	61.8
	總和	217	100.0
年齡	20歲(含)以下	24	10.9
	21~30歲	50	22.7
	31~40歲	60	27.3
	41~50歲	58	26.4
	51~60歲	23	10.5
	61歲以上	5	2.3
	總和	220	100.0
教育程度	國中以下	22	10.2
	高中/職	96	44.7
	專科/大學	89	41.4
	碩士	8	3.7
	博士	0	0
	總和	215	100.0
婚姻狀況	已婚	115	53.0
	未婚	102	47.0
	總和	217	100.0
職業	軍公教職人員	21	9.6
	工商業	4	18.3
	服務業	88	40.2
	農林漁牧業	20	9.1
	學生	32	14.6
	退休/待業	3	1.4
	家管	10	4.6
	其他	5	2.3
	總和	219	100.0

表1續

Table 1. continued

個人背景資料	類別	次數	有效百分比
個人平均月所得	20000元以下	46	21.1
	20001~40000元	100	45.9
	40001~60000元	67	30.7
	60001~80000元	5	2.3
	80000元以上	0	0
	總和	218	100.0

有效樣本數(N)=220

二、旅客個人旅遊行為特性分析

有關旅客個人旅遊行為特性敘述性統計如下(詳見表 2)：

(一) 過去一年內住宿一般民宿之經驗

在過去一年內住宿一般民宿次數方面，本次受訪旅客中以一年中住宿 1~4 次的佔最多，共計 123 人，佔有效樣本數之 55.9%；住宿 0 次者次之，共計 54 人，佔有效樣本數之 24.5%。

(二) 住宿綠色民宿之意願

本次受訪旅客中，願意以綠色民宿為旅遊住宿地點之意願中，旅客回答願意佔居多，共計 96 人，佔有效樣本數之 44.9%；回答普通者次之，共計 81 人，佔有效樣本數之 37.9%。

(三) 可接受之綠色民宿住宿價格

在旅客可接受之綠色民宿住宿價格方面，本次受訪旅客中，以 1500~3000 元(兩人房/一夜)最多，共計 142 人，佔有效樣本數之 66%；其次為 1500 元以下，共計 49 人，佔有效樣本數之 22.8%。

表2. 住宿民宿遊客之旅遊行為特性敘述性統計分析

Table 2. Descriptive analysis of respondents' travel behavior.

個人背景資料	類別	次數	有效百分比
住宿經驗	0次	54	24.5
	1~4次	123	55.9
	5~8次	30	13.6
	8次以上	13	5.9
	總和	220	100.0
住宿意願	非常不願意	4	1.9
	不願意	14	6.5
	普通	81	37.9
	願意	96	44.9
	非常願意	19	8.9
	總和	214	100.0
可接受價格	1500元以下	49	22.8
	1500~3000元	142	66.0
	3001~4500元	19	8.8
	4501~6000元	3	1.4
	6001~7500元	2	.9
	7500元以上	0	0
	總和	215	100.0

有效樣本數(N)=220

三、消費者對於綠色民宿屬性之重要性分析

在綠色民宿屬性重要性部分，整體而言，消費者對各項屬性均表達重視之態度，其中重要程度較高前三項依序為：提供親切及樸實的服務(Mean=4.44)、民宿使用低污染之清潔用品(Mean=4.33)、不使用免洗餐具(Mean=4.27)。而重要程度最低三者依序為：提供生態旅遊(即結合保育及學習的旅遊方式，遊客約束、規範多於一般旅遊) (Mean=3.87)、不提供一次性沐浴備品 (Mean=3.89) 及宣導節能省碳之概念(即在客房適當位設置節能省碳之宣導文宣) (Mean=3.91)，詳見表 3。

表3 消費者對綠色民宿屬性重要性統計表

Table 3. The importance of respondents' opinions on the attributes of Green B&B.

題項	問項內容	排序	平均數	標準差
18	提供親切及樸實的服務。	1	4.44	.613
23	民宿使用低汙染之清潔用品。	2	4.33	.615
8	不使用免洗餐具。	3	4.27	.659
13	提供旅遊資訊、遊程規劃。	4	4.26	.735
19	提供當地特色餐飲、膳食。	5	4.24	.735
11	使用再生、低汙染材質之產品(即再生之衛生用品、再生紙等)。	6	4.17	.718
17	增加基地綠化程度。	7	4.16	.655
5	在較不常使用的區域以感應器或定時器控制光源。	8	4.13	.630
9	自行攜帶盥洗用品。	9	4.12	3.494
6	公共場所之照明，不使用時即自動關閉。	10	4.11	.698
1	改裝節水設備(淋浴、使用省水水龍頭、蓮蓬頭、省水馬桶)；用水量明顯比平常少，但是足夠的。	11	4.10	.584
10	不採購過度包裝之產品(即買可分裝之食材、日用品)。	12	4.10	.705
25	規範遊客住宿期間使用非機動性車輛(如徒步、腳踏車、接駁車等)。	13	4.09	.687
3	使用省電燈泡取代白熾燈泡。	14	4.07	.634
12	提供綠色運具與資訊(即提供腳踏車、步行地圖及大眾交通工具取代機動車輛)。	15	4.06	.771
14	提供屬於當地環境的體驗活動。	16	4.03	.705
2	雨水收集後用在澆灌、沖馬桶、戶外洗滌等非直接接觸之用水。	17	4.02	.672
20	經營者與內部人員經常宣導環境保育之觀念。	18	4.00	.666
16	大眾交通接駁便利。	19	3.99	.775
24	民宿餐飲使用有機食材。	20	3.97	.835
4	不使用裝飾性照明(即裝飾性大於功能性之燈組)。	21	3.96	.676
22	加強遊客對環境負責任的態度(即進行環境解說教育)。	22	3.93	.806
21	宣導節能省碳之概念(即在客房適當位設置節能省碳之宣導文宣)。	23	3.91	.753
7	不提供一次性沐浴備品。	24	3.89	.835
15	提供生態旅遊(即結合保育及學習的旅遊方式，遊客約束、規範多於一般旅遊)。	25	3.87	.772

四、綠色民宿屬性重要性之因素分析

此部分欲進行綠色民宿屬性重要性之因素分析，以找出消費者認為之綠色民宿重要住宿屬性為何；首先先進行重要性之信度分析，接者進行重要性之因素分析，以找出重要性之主要影響因素，萃取出因素後，加以命名；最後要再做一次各因素之信度分析，以確定其因素之可靠性。

(一) 綠色民宿屬性重要性之信度分析

經由分析，Cronbach's Alpha 值達 0.923，修正的題項總相關皆在 0.3 以上，因此無刪除任何項目，表此一問項之信度是穩定的，如表 4。

表4 消費者對綠色民宿屬性重要性之信度分析

Table 4. Reliability analysis of respondents' opinions on the importance of Green B&B attributes.

	題項內容	修正的項目總相關	項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值
1	改裝節水設備(淋浴、使用省水水龍頭、蓮蓬頭、省水馬桶)；用水量明顯比平常少，但是足夠的。	.444	.921
2	雨水收集後用在澆灌、沖馬桶、戶外洗滌等非直接接觸之用水。	.586	.919
3	使用省電燈泡取代白熾燈泡。	.589	.919
4	不使用裝飾性照明(即裝飾性大於功能性之燈組)。	.568	.919
5	在較不常使用的區域以感應器或定時器控制光源。	.513	.920
6	公共場所之照明，不使用時即自動關閉。	.560	.919
7	不提供一次性沐浴備品。	.456	.921
8	不使用免洗餐具。	.489	.921
9	自行攜帶盥洗用品。	.443	.922
10	不採購過度包裝之產品(即買可分裝之食材、日用品)。	.533	.920
11	使用再生、低汙染材質之產品(即再生之衛生用品、再生紙等)。	.494	.920
12	提供綠色運具與資訊(即提供腳踏車、步行地圖及大眾交通工具取代機動車輛)。	.524	.920
13	提供旅遊資訊、遊程規劃。	.405	.922

表 4 續

Table 4 continued

	題項內容	修正的項目總相關	項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值
14	提供屬於當地環境的體驗活動。	.563	.919
15	提供生態旅遊(即結合保育及學習的旅遊方式，遊客約束、規範多於一般旅遊)。	.679	.917
16	大眾交通接駁便利。	.547	.920
17	增加基地綠化程度。	.628	.918
18	提供親切及樸實的服務。	.513	.920
19	提供當地特色餐飲、膳食。	.550	.920
20	經營者與內部人員經常宣導環境保育之觀念。	.546	.920
21	宣導節能省碳之概念(即在客房適當位設置節能省碳之宣導文宣)。	.674	.917
22	加強遊客對環境負責任的態度(即進行環境解說教育)。	.646	.918
23	民宿使用低汙染之清潔用品。	.575	.919
24	民宿餐飲使用有機食材。	.656	.918
25	規範遊客住宿期間使用非機動性車輛(如徒步、腳踏車、接駁車等)。	.496	.920

Cronbach's Alpha 值 = 0.923

(二) 因素分析

為了解綠色民宿屬性構面，透過探索性因素分析來縮減簡化綠色民宿住宿屬性問項間的複雜性，但仍保留原有問項間最大的可能解釋量為主，相關統計量顯示 Bartlett 球形檢定達顯著($P < 0.001$)，且構面萃取之 KMO 值達 0.858，表示綠色民屬性之因素萃取程序相當妥適(Kaiser, 1974)；由表 5 之探索式因素分析結果顯示，綠色民宿屬性共有四個構面，分別命名為：「親環境旅遊措施」可解釋 34.64% 的總變異量；「節能省水設備與措施」，可解釋 9.77% 的總變異量；「再生產品與運具之利用」，可解釋 7.27% 的總變異量；「完善服務之提供」，可解釋 5.58% 的總變異量，此四個構面共可解釋 57.26% 的總變異量。上述每一個構面之特徵值皆大於 1 以上，且信度係數 Cronbach's alpha 值從 0.79(再生產品與運具之利用)到 0.89(親環境旅遊措施)，由此可知此四個構面信度是可被接受用來度量綠色民宿屬性之重要性。

表5 綠色民宿屬性重要性之探索性因素分析與信度分析表

Table5. Factor analysis and respondents' opinions on the importance of Green B&B attributes.

題項	綠色民宿屬性重要性問項	平均數	標準差	綠色民宿屬性構面			
				親環境 旅遊措 施	節能省 水設備 與措施	再生產 品與運 具之利 用	完善服 務之提 供
26	加強遊客對環境負責任的態度(即進行環境解說教育)。	3.92	.804	.826	.136	.123	.053
28	民宿餐飲使用有機食材。	3.96	.830	.784	.114	.171	.156
16	提供生態旅遊(即結合保育及學習的旅遊方式, 遊客約束、規範多於一般旅遊)	3.87	.776	.751	.138	.241	.140
25	宣導節能省碳之概念(即在客房適當位設置節能省碳之宣導文宣)。	3.91	.755	.701	.246	.173	.151
17	大眾交通接駁便利。	4.00	.778	.669	.173	.082	.069
24	經營者與內部人員經常宣導環境保育之觀念。	4.01	.664	.629	.133	.006	.334
29	規範遊客住宿期間使用非機動性車輛(如徒步、腳踏車、接駁車等)。	4.08	.684	.568	.264	-.007	.095
27	民宿使用低汙染之清潔用品。	4.32	.616	.555	.275	.088	.225
19	增加基地綠化程度。	4.15	.657	.492	.330	.301	.139
5	不使用裝飾性照明(即裝飾性大於功能性之燈組)。	3.97	.674	.161	.783	.213	.003
6	在較不常使用的區域以感應器或定時器控制光源。	4.13	.637	.246	.689	.085	-.028
9	不使用免洗餐具。	4.28	.623	.066	.668	.339	-.031
4	使用省電燈泡取代白熾燈泡。	4.07	.635	.307	.665	-.020	.278
7	公共場所之照明, 不使用時即自動關閉。	4.14	.668	.330	.664	-.028	.137
3	雨水收集後用在澆灌、沖馬桶、戶外洗滌等非直接接觸之用水。	4.03	.671	.288	.569	.177	.224
2	改裝節水設備(淋浴、使用省水水龍頭、蓮蓬頭、省水馬桶); 用水量明顯比平常少, 但是足夠的。	4.10	.580	.027	.512	.185	.400

表5續

Table 5.continued

題項	綠色民宿屬性重要性問項	平均數	標準差	綠色民宿屬性構面			
				親環境 旅遊措施	節能省 水設備 與措施	再生產 品與運 具之利 用	完善服 務之提 供
11	不採購過度包裝之產品(即買可分裝之食材、日用品)。	4.09	.706	.097	.250	.770	.188
12	使用再生、低汙染材質之產品(即再生之衛生用品、再生紙等)。	4.18	.723	.039	.193	.769	.289
13	提供綠色運具與資訊(即提供腳踏車、步行地圖及大眾交通工具取代機動車輛)。	4.06	.776	.315	.040	.732	.106
10	自行攜帶盥洗用品。	3.88	.830	.182	.450	.537	-.310
8	不提供一次性沐浴備品。	3.88	.839	.244	.454	.484	-.345
21	提供親切及樸實的服務。	4.44	.614	.343	.220	.034	.634
14	提供旅遊資訊、遊程規劃。	4.27	.733	.128	-.081	.501	.633
22	提供當地特色餐飲、膳食。	4.24	.738	.455	.125	.082	.625
15	提供屬於當地環境的體驗活動。	4.03	.705	.429	.092	.189	.606
特徵值				9.007	2.540	1.890	1.451
解釋變異量				34.641	9.769	7.270	5.582
累積解釋變異量				34.641	44.410	51.680	57.262
因素平均數				4.02	4.10	4.10	4.25
Cronbach's alpha				.888	.840	.785	.806
KMO統計量=0.858							

註：綠色民宿屬性重要性問項採五等級 Likert 量尺(1=非常不重要、5=非常重要)來評分

結論與建議

一、結論

本研究藉由調查綠色民宿潛在消費者所重視之綠色民宿住宿屬性，從問卷結果分析中得出本研究之綠色民宿屬性共有四個構面，分別命名為：「親環境旅遊措施」、「節能省水設備與措施」、「再生產品與運具之利用」及「完善服務之提供」，詳述如下：

(一) 親環境旅遊措施

民宿之經營採綠色經營模式之軟硬體服務，如民宿提供不同之旅遊型態，如生態旅遊(即結合保育及學習的旅遊方式，遊客約束、規範多於一般旅遊)、民宿餐飲使用有機食材、民宿使用低污染之清潔用品；規範遊客住宿使用非機動性車輛(如徒步、腳踏車等)、提供便利之大眾交通接駁、加強遊客對環境負責任的態度(即進行環境解說教育)、宣導節能省碳之概念；經營者與內部人員經常宣導環境保育之觀念、增加民宿基地之綠化等。

(二) 節能省水設備與措施

民宿內有節能省水措施，如在較不常使用的區域以感應器或定時器控制光源、使用省電燈泡取代白熾燈泡、公共場所之照明，不使用時即自動關閉、不使用裝飾性照明(即裝飾性大於功能性之燈組；雨水收集後用在澆灌、戶外洗滌等非直接接觸之用水、改裝節水設備(淋浴、使用省水水龍頭、省水馬桶)、不使用免洗餐具等。

(三) 完善服務之提供

服務品質為服務業重視之項目，綠色民宿雖與一般民宿的特點有差異，但在服務的提供上仍不可懈怠，如：提供親切及樸實的服務、提供旅遊資訊、遊程規劃、當地的環境體驗活動；提供當地特色餐飲、膳食等。

(四) 再生產品與運具之利用

此向度包含民宿使用再生、低污染材質之產品(即再生之衛生用品等)、不採購過度包裝之產品(即買可分裝之食材、日用品)、提供綠色運具與資訊(即提供腳踏車、步行地圖及大眾交通工具取代機動車輛)；民宿內不提供一次性沐浴備品，或需遊客自行攜帶盥洗用品等。

本研究以上述之屬性可作為後續問卷設計之依據，最後將經由問卷調查結果建構出綠色民宿之最佳住宿屬性組合。

本研究從填答者之住宿意願可呼應，國內相關研究指出民眾普遍對旅館業的環保措施接受度高(孔方正等人，2001)。在美國旅遊協會的研究中顯示，85%的遊客在挑選住宿地點時，即使住宿費用比較高，遊客仍寧願選擇投宿於對環境有利之住宿環境(Conlin, 2000)。近年來遊客已經偏好選擇較具生態環保觀之住宿環境，遊客對住宿環境的奢侈需求有減少的趨勢，並且以體驗性生態觀光客的住宿需求，在奢侈需求程度上比一般觀光客低(Wight, 1997)。

二、建議

民宿除了提供了住宿之服務外，更是旅遊活動的目的之一及享樂性的消費，旅遊市場是由許多不同價值觀、態度、行為之消費者所組成，並以自己所偏好之旅遊方式、或因特殊節日等而選擇不同之住宿型態。在民宿的選擇上，並非所有消費者一開始就會對綠色民宿形成高度的認同，因此民宿業者應在兼顧服務品質之際，瞭解綠色民宿之特性，並滿足消費者的需求，穩固並持續的延伸綠色民宿之主旨。

本研究礙於時間因素，樣本數量稍嫌不足，且此次抽樣的地點也只限於住宿民宿之遊客之調查，故建議未來研究可延伸到其它住宿產業(如有實施環保措施之民宿或旅館)或觀光地區，以瞭解在各地民宿的消費者對於綠色民宿屬性重要性之認知。未來的研究亦可在對環境友善的前提下，建議用套裝組合之方式來結合接受性低之綠色民宿屬性，並用聯合分析法來探討，以找出最適合發展綠色民宿之屬性組合。

參 考 文 獻

- 于寧、賴明伸。2005。綠色消費的國際發展趨勢。科學發展 387: 20-25。
- 孔方正、許宏哲、黃惠芳、傅彥菁。2001。旅館業之環境管理系統—以台北地區民眾之接受度為例。戶外遊憩研究 14(4): 1-26。
- 王月鸞。2009。影響民宿經營者及消費者接受綠色民宿概念之因素。。國立中山公共事務管理研究所博士論文。188pp。
- 交通部觀光局。2002。永續台灣生命力-2002 台灣生態旅遊年成果實錄。台北：交通部觀光局。
- 沈軒睿。2004。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。86pp。
- 沈鈺婷。2008 碩士論文。北宜高速公路開通後對宜蘭地區民宿經營影響之研究。中興大學園藝學系研究所碩士論文。127pp。
- 陳雅守、郭乃文。2003。永續觀光發展：台灣地區綠色旅館發展芻議，第三屆觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會。
- 簡宗洋。2006。民宿消費者其消費行為、休閒需求與休閒滿意度之研究。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。119pp。
- 簡玲玲。2005。民宿評鑑指標之研究。朝陽科技大學休閒事業管理學系碩士論文。106pp。
- Alexander, S. and C. Kennedy. 2002. Green hotels: opportunities and resources for success. From http://www.zerowaste.org/publications/GREEN_HO.PDF.
- Conlin, J. 2000. Green hotel concept sprout ardent following. Hotel motel manage. 15(3): 61-63.
- Environmental Design Collaborative. 2007. Sustainable landscapes. From http://www.bradpeterson.ca/sustainable_landscapes.htm
- Global Stewards. 2010. Sustainable solutions for green hotels. Form <http://www.globalstewards.org/hotel.htm>
- Gordon, c. 1991. Sustainable leisure. Ecos. 2(1) : 7-13.
- Green Hotel Association. 2001. 綠色住宿組織施行做法. Form <http://greenhotels.com>

/index.php

- Kaiser, H. F. 1974. An index of factorial simplicity. *Psychometrika*. 39: 31-36.
- Kasim, A. 2004. Socio-environmentally responsible hotel business: do tourists to penang island, Malaysia Care? *J. hosp. leis. mark.* 11(4): 5-28.
- Lankford, S. V., and D. R. Howard. 1994. Development a tourism impact attitude scale. *Ann. Tour. Res.* 21(1): 121-139.
- Lubetkin, M. 1999. Bed and breakfasts: advertising and promotion. *Cornell Hotel Restaur. Adm. Q.* 40(4): 84-90.
- Wahab, S., and J. J. J. Pigram. 1997. *Tourism, development and growth: The challenge of sustainability.* London and New York: Routledge.
- Wight, P. A. 1997. Ecotourism accommodation spectrum: does supply match the demand?. *Tourism Manage.* 18(4): 209-220.

Constructing the Accommodation Attributes of Green B&B

Mei-Chun Chen¹⁾ Sheng-Jung Ou²⁾

Key words: Green B&B, key success factors, Market segmentation

Summary

For LOHAS (lifestyles of health and sustainability) and concept of green consumption arising in recent years, people's consumption tendency has already been altered. At present, many visitors prefer going to the sites that are environmental friendly, hence the notion of green B&B has emerged under this situation and been emphasized gradually. However, green B&B has not been definitely defined in current market mechanism; its development is still in the beginning stage. Therefore, this research aims to understand the tendency of accommodation for green B&B's potential consumer and construct the attributes combination of accommodating green B&B that are suitable for potential consumers in the future. In the characteristics of green B&B, the research extracted four dimensions that are "environmental friendly application in tourism", "facilities and application for economizing water and energy", "complete services offering" and "reusing recycled product and transportation device". Related applied suggestions are also proposed in the study.

1) Graduated Student, Department of Horticulture, National Chung Hsing University

2) Professor, Department of Horticulture, National Chung Hsing University. Corresponding author.