

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

依據交通部觀光局資料顯示截至西元 2015 年 9 月為止，國內合法登記民宿共有 5,865 家、房間數有 23,680 間，由 2011 年 9 月至 2015 年 9 月的數據相比合法民宿成長多了 2,523 家，房間數則增加了 10,420 間，每年呈現正成長之趨勢。民宿通常位於風景優美的旅遊環境及觀光地區附近，通常房間數較旅館少，其成員大多是家族成員，以副業或專職服務等方式經營，具備與一般觀光飯店和商務旅館不同的經營特色，民宿最大的特質在於有濃厚的人情味與家的溫馨感。

依民宿管理辦法，民宿是利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。民宿之經營規模，以客房數 5 間以下，且客房總樓地板面積 150 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 15 間以下，且客房總樓地板面積 200 平方公尺以下之規模經營。



圖 1-1 民宿專用標誌

國人對於觀光休閒旅遊的重視程度日漸增加，民宿產業在各地觀光地區為因應地區特色而有不同的經營與管理方式，對整體而言民宿產業的市場潛力無窮，導致越來越多業者進入經營民宿市場行列，使其競爭日益激烈。在相比較之下，一間平凡無奇的民宿，對於顧客來說可能只是一個梳洗、休息、過夜的地方，並不會留下深刻的印象，因為它並沒有創造特殊的記憶，下次再住宿時可能就會選擇另外其他民宿。但如果是一間有主題性、特色性、故事性及遊樂設施等等的特色民宿，一定會比較有吸引力，能夠讓消費者有深刻的印象、流連忘返，並且在下次有需要投宿時會再度選擇。

在現代社會中，孩子已經不再是為了傳宗接代所誕生的新生命，而是每位家長捧在手掌心上的寶貝，父母期望更能和孩子共創美好的回憶，因此很多家長都會選擇陪同孩子出門旅遊，藉此拍照留念、創造美好的回憶以及放鬆身心，因以有越來越多的親子民宿成立。

而民宿的選擇如此眾多，是什麼樣的親子民宿才能夠吸引父母及小孩呢？不僅行程要新鮮有趣，吃要吃的飽，住更是要讓人好好休息及享受，一整天的行程下來，有些小孩卻還是精力充沛,這時如果選擇親子民宿的話，民宿裡有溜滑梯、盪鞦韆以及有些民宿會為小孩準備玩具，讓孩子們在民宿裡面，可以盡情的繼續活動玩耍，而父母也可以一旁陪著孩子，增加親子關係，更能留下美好的旅遊回憶！

第二節 研究目的

依據上述研究動機，本研究以南投幸福童話親子民宿及童年往事莊園民宿將探討目的整理歸納如下：

- 一、 瞭解親子民宿的發展概況
- 二、 瞭解親子民宿產業與民宿特色
- 三、 提供一些建議給幸福童話親子民宿與童年往事莊園民宿，作為未來發展及市場評估

第三節 研究架構

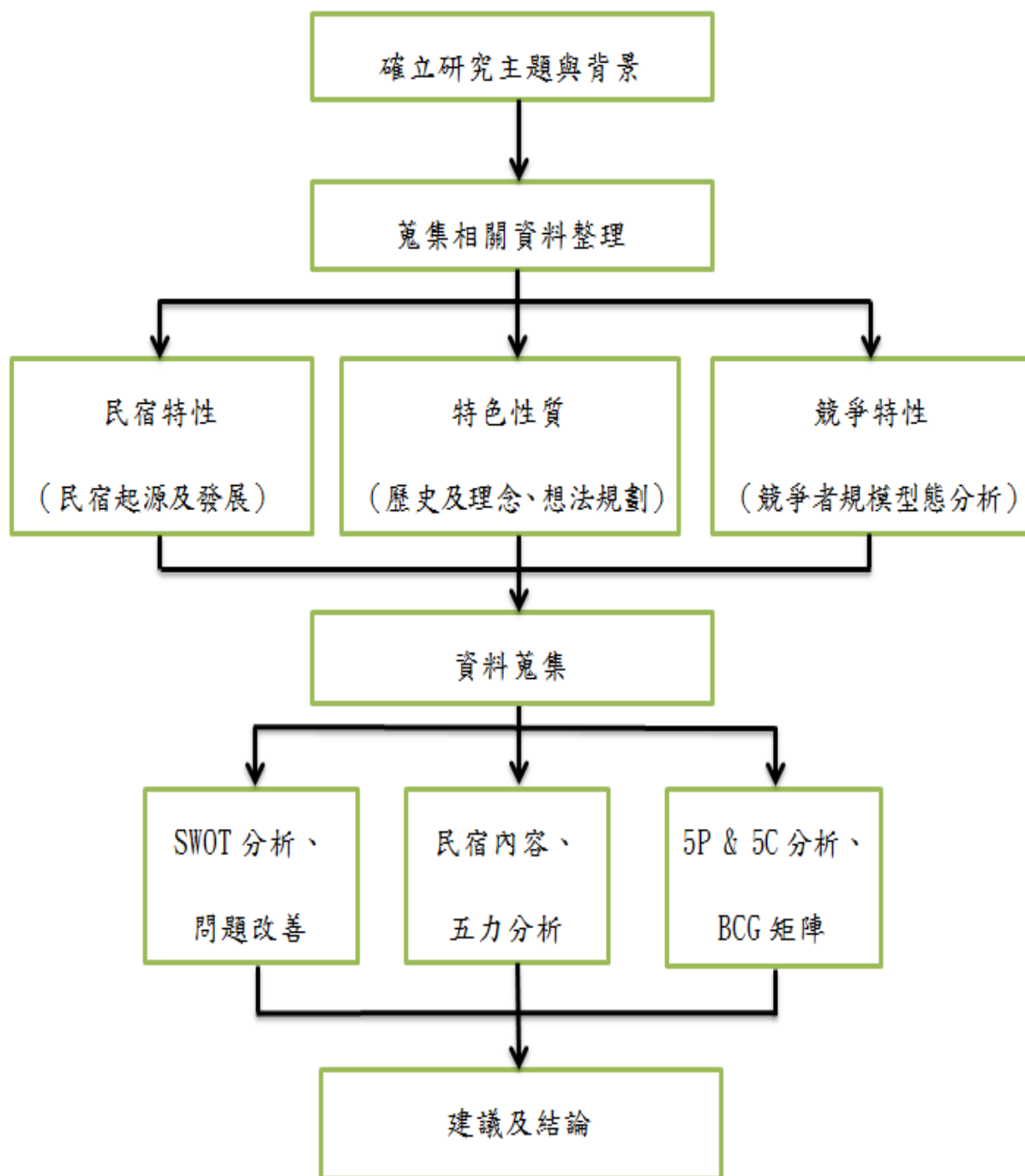


圖 1-2 研究架構圖

第二章 文獻探討

民宿起源來自日本 Minshuku 一詞，與英國、美國的 B&B (Bed&Breakfast) 有許多相似之處，是指提供住宿與早餐的家庭住宿。是一種私人經營的小型家庭旅館，利用自用的住宅空間房間提供旅客住宿，主要常有結合當地人文、自然景觀、生態及農林漁牧業等生產活動，多以家庭副業方式經營，通常房間數較商務旅館少，也不一定會有接待的櫃檯人員及制服的相關服務人員，通常清掃、接待、訂房管理及網站維護都是以主人及其家人為主要人員負責。

正式定義的部分，根據我國民宿管理辦法第三條，民宿是指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。依民宿管理辦法第五條規定，民宿得設置於下列地區 1.風景特定區 2.觀光地區 3.國家公園區 4.原住民地區 5.偏遠地區 6.離島地區 7.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 8.金門特定區計畫自然村 9.非都市土地。管理辦法第五條規定民宿之經營規模，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。

第一節 民宿定義

以民宅內套房出租給遊客投宿而未辦理管理營利事業登記，又實際從事旅館業務者，稱之為民宿（何郁如、湯秋玲，1989）。將私人住宅其中一部份出租予旅客，以「副業方式」經營的臨時住宿設施；其性質與普通飯店、旅館不同，除了能與旅客交流認識外，旅客更能享受業者所提供當地之鄉土味及「家」的感覺（郭永傑，1991）。

日本民宿組合中央會之正會員資格：民宿是指在海濱、山村或觀光地等地，可供不特定或多數旅行者住宿，且有執照者、提供當地特產自製料理、有家庭氣氛、以勞動力家族、顧客自我服務為主（鄭詩華，1992）。民宿是借住一般民眾住宅的方式，所以民宿不是專業化和商業化的旅館（台灣省旅遊局，1994）。日本對於民宿之定義：民宿指家族經營，工作人員不超過五人，客房 10 間。可容納 25 人，且價格不貴的住宿設施（姜惠娟，1997）。以趣味旅遊為目的，如釣魚或觀光地區經營個人迷你旅館，或利用空房間供旅客投宿稱為民宿（羅惠斌，1995）。1、民宿須先定位是否是旅館業 2、民宿經營上需有組織 3、民宿結合周邊資源，不管是自然的人文的資源、或本身即有資源的特色（林宜甲，1998）。

民宿管理辦法第三條：本辦法所稱民宿，指利用自家住宅空間，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，提供旅客住宿處所（交通部觀光局，2001）。

第一節 民宿發展概況

民宿發展自 1980 年開始，迄今已有三十年的歷史。然而第一部管理辦法產生於 2001 年，中間已有二十年，期間各種名目的民宿林立，有的合法立案，有的仍未合法化，有的遊走在法律的邊緣，各種各樣的民宿在缺乏管理的機制下。根據 2001 年觀光局的報告民宿的分佈以阿里山、清境、宜蘭、綠島、九份、來、白河等地為主（交通部觀光局，2002）。其中偏遠地區及特定民宿項目根據民宿管理辦法係由地方主管機關認定，報請中央機關備查後實施。根據 2016 年 4 月的統計，合法的民宿家數有 6,402 家。

表 2-1 民宿相關統計

年、月分	民宿（家數）	房間數
2011/12	3,367	13,389
2012/12	3,688	14,664
2013/12	4,355	17,359
2014/12	5,222	21,011
2015/12	6,076	24,536

資料來源：交通部觀光局行政資訊系統（2016）

第二節 投宿動機

嚴如鈺（2003）研究主要是了解消費者旅遊時為何選擇民宿的動機，此部分共計 12 題。內容主要以「獲得新體驗」、「放輕鬆心情」、「激發創造力」、「經濟」、「地方性的吸引力」、「地理位置」、「社交上的滿足」、「家的感受」、「感受親切」、「體驗大自然生活」、「追求自尊」、「人際動機」作為選擇民宿動機的變項。

在選擇民宿動機方面，姜惠娟（1997）提出選擇民宿之理由為主要構面，發展出下列動機：

- 一、投宿地點臨近主要風景遊憩區
- 二、以前沒住過，想要體驗一下
- 三、民宿提供地區性的料理特產
- 四、民宿較不吵雜擁擠
- 五、民宿較為親切與樸實
- 六、喜歡民宿建築型式
- 七、享受不同於日常生活的體驗
- 八、民宿地點周邊有美地的風景及視野
- 九、民宿的消費符合我的預算
- 十、民宿的環境讓我有鬆弛身心的感覺
- 十一、民宿的湖鏡遠離都市與人群
- 十二、過去住宿的印象不錯
- 十三、民宿有自家的感覺
- 十四、在此旅遊目的的鄰近地區無法找到民宿
- 十五、住民素能了解當地的文化
- 十六、可獲得有關民宿附近自然環境資源的知識
- 十七、能認識新的朋友
- 十八、民宿的環境喚起我的成長回憶
- 十九、住民宿較能配合本次旅行的方式；總計 19 個動機問項。

廖榮聰（2003）針對民宿消費者定義遊憩動機指促使個人活動的內在歷程，而遊憩動機係為了發洩生、心理狀況及學習需求而產生之休閒度假住宿的動機。並以民宿為 1.為休閒產業 2.觀光遊憩的一環 3.非常依賴當地資源 4.是另類住宿體驗等四項為篩選的準則共 20 個問題。

過去的學者研究皆以民宿及旅遊動機作探討，目前並無專門探討民宿消費這動機的研究。關於消費者投訴的動機又與一班旅遊的動機大不相同，故要探討民宿消費者的投宿動機做相關佐証。依據上訴文獻參考廖榮聰（2003）、交通部觀光局（2004）將投宿動機定義為：驅使旅客前來民宿投宿的一種內在

歷練；為滿足民宿旅客生理、心理、文化、人際及社會五部分之休閒度假住宿的動機。

第三節 解釋名詞

- 一、 經營含有籌劃、謀劃、計劃、規劃、組織、治理、管理等含義。經營和管理相比，經營側重指動態性謀劃發展的內涵，而管理側重指使其正常合理地運轉。經營是企業競爭的環境中，考量本身的優劣，據以形成優勢和創造生存與發展空間所採取的反應。經營策略不能一成不變，必須隨內部條件、外部環境的變動而調整。管理也必需根據企業體質、不同的階段，會有不同的管理模式。
- 二、 學者 Schmitt (1999) 將體驗定義為：體驗是發生對於某些刺激回應的個別事件，包含整個生活本質，通常是事件的直接觀察或參與所造成的。對消費者而言，體驗不是自發的，而是在周圍環境互動過程中所誘發出來的內在知覺與反應。
- 三、 激發是在任意能級上能量的提升。創造力是一種基於概念工具及精神上技巧的人類精神現象而最終產生或發展為創意、啟發及直覺的過程。
- 四、 經濟指的是整個社會的物質資料的生產和再生產，指社會物質生產、流通、交換等活動。經濟是人類社會的物質基礎。與政治是人類社會的上層建築一樣，是構建人類社會並維繫人類社會運行的必要條件。
- 五、 地方性即是地區範圍。吸引的能力，特指吸引交易或顧客的能力或把別的物體、力量或別人的注意力引到自己這方來。
- 六、 地理位置是指地球表面某一事物與其它事物間的空間關係。地理位置是地理事物的特殊屬性，是地理事物的標誌之一。任何地理事物的地理位置都是在一定的參照系中識別的，當參照系改變時，其含義會受到改變，因此地理學上有數理地理位置、經濟地理位置、自然地理位置、政治地理位置等概念。
- 七、 社交又稱為人際關係，是指社會人群中因交往而構成的相互依存和相互聯繫的社會關係，屬於社會學的範疇，包括朋友關係、同學關係、師生關係、僱傭關係、戰友關係、同事及領導與被領導關係等。滿足是指心裡面預先設定的標準，若實際狀況比預期標準高，則會有滿足感。
- 八、 家是一個給我們居住和安全的的地方，它通常是指一個人或家庭在一個地方生活和存儲個人財產如獨門獨戶家庭或公寓，它通常是一個以提供安全為主使人可以安心的在其中活動。感受是外境與內心的核心介面，個體對外境所有的理解和認知，經驗的累積，都是基於感受。感受和心靈的關係非常密切，任何的感受，都會產生特定的心理活動，反之，特定的心理活動，也會產生相應的感受。

- 九、 親切是形容人態度親愛和善，無隔閡。
- 十、 大自然最廣義而言指的即是自然界、物理學宇宙、物質世界及物質宇宙，自然指的是自然界的現象，以及普遍意義上的生命。人工物體及人類間的相互作用在常見使用中並不視為自然的一部分。生活是物质生活和精神生活的總稱。 物质生活是人生活上的基本需要，精神生活則是人们在得到了物质生活后，所追求的另一種精神寄托。
- 十一、 自尊的定義為自我能力和自我喜愛程度，即自我肯定。在心理學上，自尊感可以是個體對他人形象的主觀感覺，可以是過分的或不合理的。一般來說，心理健康的人自尊感比較高，認為他人是一個有價值的人，並感到自己值得別人尊重，也較能夠接受個人不足之處。形成自尊感的要素有安全感、獨特感、聯繫感、方向感、能力感，這些因素都與個體所處的外在環境有關。是個體由肯定的自我評價引起的自愛、自重、自信及期望受到他人、集體、社會尊重與愛護的心理。
- 十二、 人際的定義是指在某一段時間裡與他人經常保持連繫的社會接觸，是人與人之間互相交往的過程中，藉由彼此的想法和感情還有行為表現的互動，彼此交流，進而產生的互動關係。人際關係是一種社會化的過程，具有影響力及行為模式，可以經由學習訓練來增強及改變自己的人際關係。

第三章 研究動機

第一節 親子民宿個案背景

一、 幸福童話親子民宿

(一) 緣起

從小老闆娘就一直有個公主夢，夢想住在充滿童話故事的房子裡，過著幸福快樂的生活，也就是這間民宿名稱的由來。為了達成這個夢想，民宿主人北部、中部來回奔波，耗時3年終於在2015年開幕，舉家遷移到這充滿濃濃人情味的桃米社區，看著孩子們拿著小鏟子為強壯的大樹施肥、提起花灑為可愛小花澆水，彷彿大樹和小花是他們最好的朋友，每天用最燦爛的笑容回應著他們，他們說：「那時我就知道我們的選擇對了。」



圖 3-1 幸福童話外觀

(二) 房型

皆以親子主題套房為主，分為甜蜜雙人房及 2+2 溜滑梯親子房，雙人房有「粉紅小貓咪」、「紫薇小公主」；四人房則有「幸福小公主」、「森林小青蛙」、「藍色小精靈」、「幸福貓頭鷹」、「甜甜薑餅屋」等主題房型，套房內皆佈置了城堡型溜滑梯及讓孩子能盡情活蹦亂跳的跳跳馬。

表 3-1 幸福童話房型

甜蜜雙人房	粉紅小貓咪	
	紫薇小公主	
2+2 溜滑梯 親子房	幸福小公主	
	森林小青蛙	
	藍色小精靈	
2+2 溜滑梯 親子房	幸福貓頭鷹	
	甜甜薑餅屋	

表 3-2 幸福童話民宿配合的促銷方案

<p>小幸福方案 優惠價: 100 元</p>	<p>真幸福方案 優惠價:250 元</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. 日月潭遊湖船票 (原價 300 元) 2. 騎鐵馬腳踏車優惠券 3. 親手窯手捏陶免費券 (原價 100 元) 4. 紙教堂優惠券 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 日月潭纜車票 (原價 300 元) 2. 騎鐵馬腳踏車優惠券 3. 親手窯手捏陶免費券(原價 100 元) 4. 紙教堂優惠券
<p>很幸福方案 優惠價 3050 元</p>	<p>好幸福方案 優惠價 580 元</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. 日月潭纜車票 (原價 300 元) 2. 日月潭遊湖船票 (原價 300 元) 3. 騎鐵馬腳踏車優惠券 4. 親手窯手捏陶免費券 (原價 100 元) 5. 紙教堂優惠券 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 九族文化村門票 2. 騎鐵馬腳踏車優惠券 3. 親手窯手捏陶免費券 (原價 1000 元) 4. 紙教堂優惠券
<p>超幸福方案 優惠價 700 元</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. 九族文化村門票 (含機車) (原價 780 元) 2. 日月潭遊湖船票 (原價 300 元) 3. 騎鐵馬腳踏車優惠券 4. 紙教堂優惠券 5. 親手窯手捏陶免費券 (原價 1000 元) 	

二、 童年往事莊園民宿

(一) 緣起

莊主是一個五年級生，開了 10 年的畫廊與古董店，又開了 10 年的懷舊餐廳，還遍及高雄夢時代～累了，也倦了。決定將 20 幾年的收藏，打造一個 50-60 年代的時空背景！讓收藏的文物，還原那段失落的生活記憶。讓您來到童年往事莊園民宿可以回到童年，回味往事！感受生活的真、人性的善、歷史的美，讓台灣的文化成為生命延續的一部分。



圖 3-2 童年往事正門



圖 3-3 童年往事餐廳

(二) 房型

本莊園提供有兩人、四人及八人之住宿房型，雙人房分別有平價、溫馨及主題式，主題雙人房以鹿港小鎮的風格為主，有古時後的架子床及帘（ㄉ一ㄎ'）子，以及精緻的雕刻木門，讓五、六零年代的長輩能夠回味以往的記憶，也能讓現代的年輕人體會老一輩的回憶；四人房則是分為溫馨房型及主題式套房，溫馨房型有 KITTY 貓及無敵鐵金剛的布置小巧思，讓一般的房型也能夠有自己的風格，主題式套房則有「鹿港大戲院房」、「黑膠唱片行房」、「大同寶寶房」及「無敵鐵金剛房」，主題式套房主要以復古為主，結合現代與復古，讓房間更加的舒適，以大面積的蒐藏布置房間，讓顧客不只能夠享受莊園內的布置，也能夠在回房休息的同時也能夠享受復古的感覺，每一個布置的蒐藏都是老闆蒐集或是向行家購入的，是老闆心血的集合；八人房則是分為上下舖式及獨棟式，上下舖式有「同班同學教室房」及「可口可樂

房」，既使上下舖式的床位佔了較大的空間，但是老闆在設計上依然相當費心，以木製的床板及階梯讓房間更有復古的感覺，除此之外在燈光也有小巧思，讓房間更符合主題，獨棟式則是鹿港車站的風格，也以木製階梯帶出復古的風格。

表 3-3 童年往事莊園民宿房型

雙人房型	四人房型	八人房型
		
		

第二節 競爭狀況

一、一般競爭狀況

表 3-4 一般競爭狀況比較

競爭對象	幸福童話親子民宿	童年往事莊園民宿
企業標誌		
創業時間	2015 年	2011 年
經營者	藍群崑	吳志忠
地點資訊	南投埔里幸福童話親子民宿地址：南投縣埔里鎮桃米里桃米巷 31-2 號	彰化縣福興鄉福興村福興路 62-500 號
主要特色	外觀為醒目的鵝黃色，讓人遠遠就能看見它；大廳採用大面落地窗，充足的採光讓這個空間顯現明亮、寬敞，營造出舒適、溫馨的氣氛。房型的部份雙人房內都有一個大大的吊籃呈現出浪漫休閒風的氛圍；四人房內有小朋友最喜愛的城堡型溜滑梯喔！	讓您來到童年往事莊園民宿可以回到童年，回味往事！ 感受生活的真、人性的善、歷史的美，讓台灣的文化成為生命延續的一部分～

<p>經營理念</p>	<p>業者想要打造一個家的感覺，與小孩子喜歡的成長環境，著重安全及舒適。</p>	<p>主要是業者想要把自己蒐藏的台灣文物展示出來，讓來的客人感受到懷舊的氛圍，也讓喜歡這種懷舊蒐藏的客人像同好一樣特別喜歡。</p>
<p>圖片</p>		



二、產品狀況

表 3-5 產品狀況比較

競爭對象	幸福童話親子民宿	童年往事莊園民宿
企業標誌		
產品項目	<p>客房住宿 電動車賽車跑道 溜滑梯親子房 埔里行程建議 埔里旅遊諮詢 兒童遊樂設施</p>	<p>客房住宿 烤肉區 閱讀室 休閒庭園 兒童遊樂設施 籃球場 無線/有線寬頻上網 腳踏車</p>
產品特色	<p>房內城堡溜滑梯及跳跳馬讓孩子能盡情的玩耍。4-5 月桃米社區舉辦賞螢會，鄰近民宿的親水公園也會放著冰涼的山泉水等孩子們遊玩嬉戲。</p>	<p>結合巴洛克式建築及傳統閩式三合院藝術建築，每一個房間皆精心設計，老闆將多年的收藏佈置於每個主題房間，讓每個房間猶如一個小小的博物館。</p>
價位	<p>1. 雙人房、三人房及四人房 2480-4980 元 2. 住宿均附贈早餐</p>	<p>1. 雙人房、四人房及上下鋪八人房 1280-5480 元 2. 住宿均附贈早餐</p>
主要銷售對象	<p>目前主要客源為親子家庭。情侶朋友同行。</p>	<p>親子家庭為主，情侶朋友同行。</p>

三、通路與推廣

表 3-6 通路與推廣比較

競爭對象	幸福童話親子民宿	童年往事莊園民宿
企業標誌		
促銷方式	<p>搭配附近景點結合促銷方案，提供優惠券及代訂門票等優惠</p>	<p>自辦規劃套裝行程</p>
行銷方式	<p>1. 網頁、FB 公告分享連結與舊雨新知及舉辦抽獎活動</p>	<p>1. 網頁、FB 公告分享連結與舊雨新知</p>
周邊商品	<p>無</p>	<p>童年往事二店的柑仔店玩具、明信片，擺設讓人回到童年回味往事</p>

第四章 結果分析

第一節 研究工具

本研究以 SWOT 分析、五力分析、BCG 矩陣、5P5C 分析及訪談民宿業者作為主要研究工具。

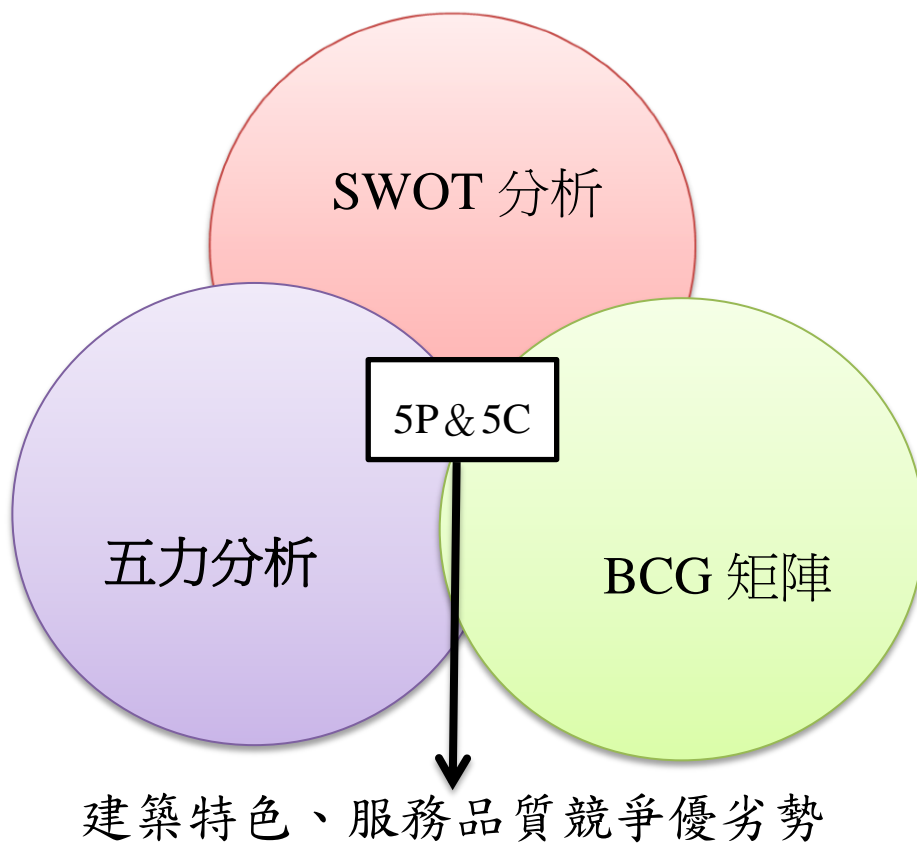


圖 4-1 研究架構

第二節 SWOT 分析

藉由分析競爭力掌握企業的優勢（Strength）、弱勢（Weakness）、再由分析外部環境來分析事業的機會（Opportunity）和威脅（Threat），更進一步將競爭分析和外部環境分析做交叉分析，由上述四個英文字首組成 SWOT 分析（許中南，2010）

表 4-1 幸福童話親子民宿 SWOT 分析

	優勢 STRENGTH	劣勢 WEAKNESS
內部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 周休二日觀光需求增 2. 外部建築特殊，內部布置風格獨特 3. 提供親子玩樂設施及故事書、繪本、童玩等 4. 服務態度親切、景觀優美 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 住宿費用比一般民宿較貴 2. 民宿只提供早餐，無法提供其他餐飲服務。 3. 民宿客房數量較少
	機會 OPPORTUNITY	威脅 THREATEN
外部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 現在父母較重視與小孩的互動 2. 節慶活動會帶來人潮，增加住宿機會 3. 親子民宿尚未普遍，是開拓市場的機會 4. 與一般民宿型態不同，可吸引顧客好奇而進住 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 淡旺季差異大，淡季時旅客數量較少 2. 較偏僻、離熱鬧商圈較遠 3. 附近民宿較多，競爭者居多

表 4-2 童年往事莊園民宿 SWOT 分析

	優勢 STRENGTH	劣勢 WEAKNESS
內部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 內、外部布置風格獨特，實體空間較大。 2. 提供親子玩樂設施及烤肉區以及 DIY 童玩。 3. 提供早、午餐飲服務。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 因故下雨無法使用休閒設施。 2. 地理位子較不明顯。 3. 設備安全不完善。
外部	<p>機會 OPPORTUNITY</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 因經濟不景氣，平價民宿較佔優勢。 2. 節慶活動會帶來人潮，增加住宿機會。 3. 與一般民宿型態不同，可吸引顧客好奇而進住 	<p>威脅 THREATEN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 許多同業競爭較多，導致競爭激烈。 2. 經濟不景氣，影響消費者住宿意願。 3. 交通較不便利

第三節 五力分析

透過五力分析可以了解到幸福童話親子民宿的優劣勢，由下表所示。

一、 潛在進入者的威脅：中

一般家庭易改建成民宿，使民宿家數不斷增長、顧客的選擇增加，客源分散，導致空房率上升、住房率下降，造成威脅。民宿市場以供過於求，雖然目前民宿前景仍是看好，但由於周休二日，大家開始注重與孩子親子互動，因此會以親子民宿為優先考量。

二、 替代者的壓力：低

親子特色民宿可跟一般民宿業者做區隔，讓旅客有更深刻的住宿體驗。因此仍有較高的競爭優勢，故替代者較不構成威脅。

三、 供應者的議價能力：中

民宿競爭越趨激烈，為增加客源，許多業者提供多元服務，藉由異業結盟，如：遊樂園門票附加鄰近景點 DIY 票卷套裝行程的購票代購，雖與供應商有長期簽訂合作契約，但數量無法大幅提高，造成供應商有一定的議價能力。

四、 消費者的議價能力：低

民宿的選擇雖較多，相對親子民宿而言，產品的差異性大，且民宿訂價大多為公定價格，除了淡旺季與重大節日的價格會變動外，都為不二價，所以消費者議價空間並不大。

五、 產業現有競爭者的競爭強度：中

民宿基本上沒有太大差異，但幸福童話為親子特色民宿，較會吸引消費者，而親子民宿價位與其他業者比較明顯偏高，降低了其競爭優勢，故整體競爭強度屬中。

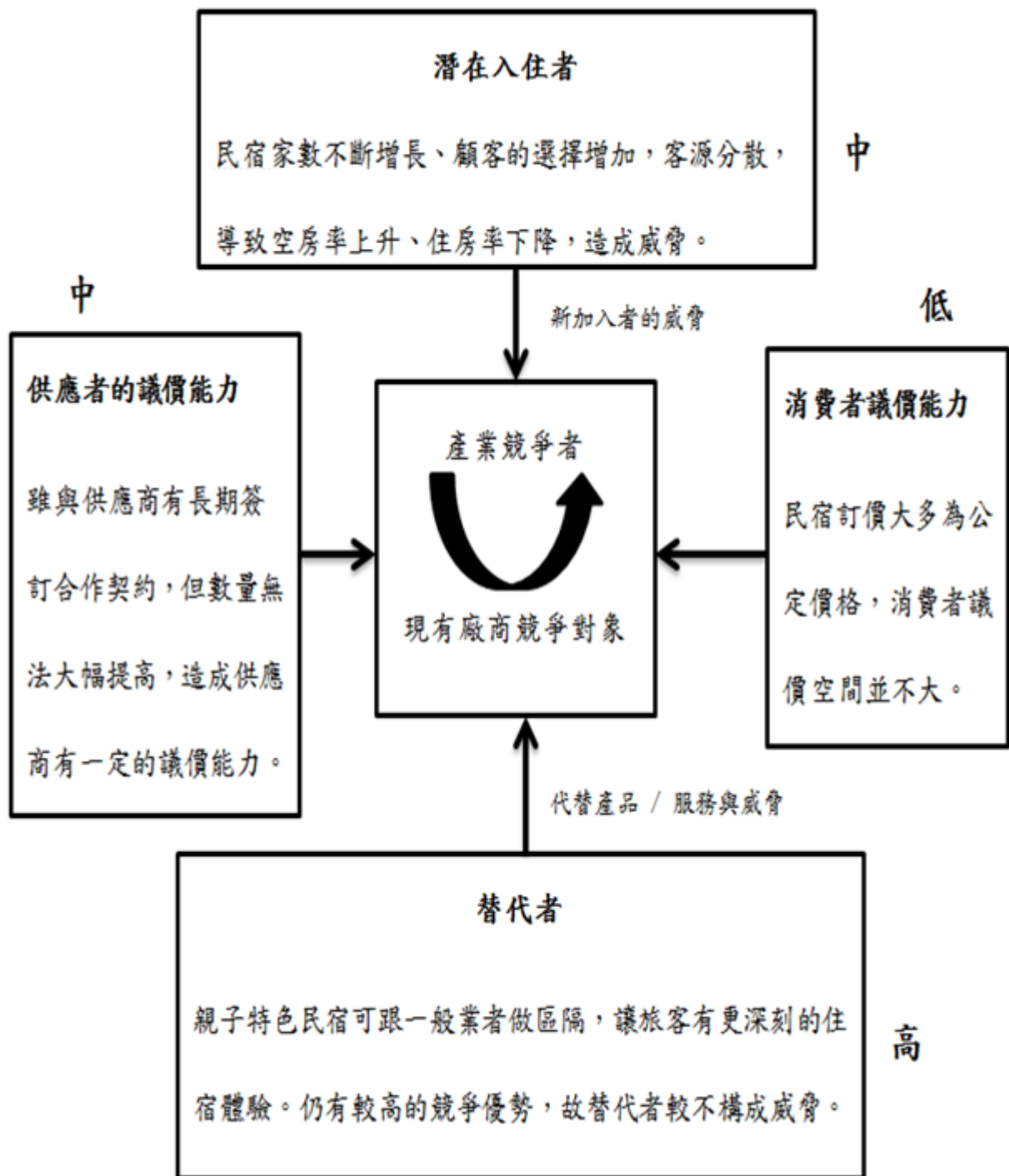


圖 4-2 幸福童話民宿五力分析

透過五力分析可以了解到童年往事莊園民宿的優劣勢，由下表所示。

一、 潛在進入者的威脅：中

因地區處於觀光景點，且地價偏高，需要投入一定的資金，否則進入障礙極高。

二、 替代者的壓力：高

以經營型態來說：汽車旅館、民宿與旅遊勝地的香客大樓都可以是民宿的替代者，因此具獨特性是不可或缺的元素。

三、 供應者的議價能力：中

需長期採購原料的部分分別為民宿內的餐廳及雜貨店，餐廳採購項目以食材為主，雜貨店則是以復古的童玩商品為主。因復古商品物以稀為貴，廠商有一定議價的能力。

四、 消費者的議價能力：低

民宿的選擇雖較多，相對親子民宿而言，產品的差異性大，且民宿訂價大多為公定價格，除了淡旺季與重大節日的價格會變動外，都為不二價，所以消費者議價空間並不大。

五、 產業現有競爭者的競爭強度：低

雖附近旅館、民宿未在少數，但價格上差異不大，且童年往事莊園民宿較具特色性，競爭之下童年往事莊園民宿會較為優勢。

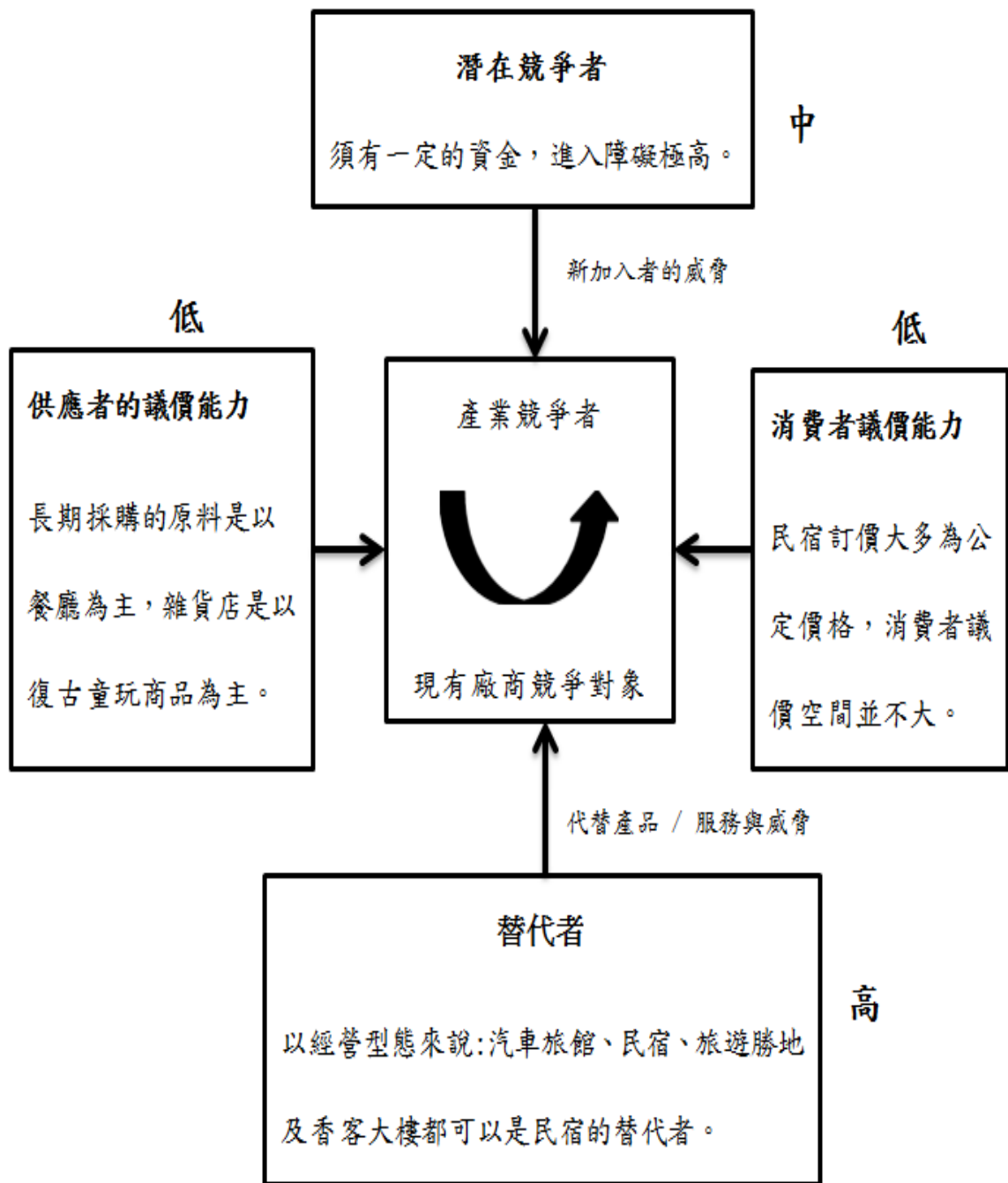


圖 4-3 童年往事莊園民宿五力分析

第四節 5P&5C 分析

一、 幸福童話親子民宿

表 4-3 幸福童話 5P&5C

產品 (Product)	顧客關懷 (Customer Care)
<ol style="list-style-type: none">1. 客房:主題親子房 3 種，以供選擇2. 室內、外遊憩區	<ol style="list-style-type: none">1. 滿足家族旅遊的需求2. 多種類的遊憩設施可滿足孩子的童年
定位 (Position)	標的市場 (Correct)
<ol style="list-style-type: none">1. 國民旅遊	<ol style="list-style-type: none">1. 親子族群2. 觀光客
通路 (Place)	方便性 (Customer Convenience)
<ol style="list-style-type: none">1. FB 粉絲專頁2. 官方網站	<ol style="list-style-type: none">1. 供電話訂房服務2. 鄰近交流道，交通方便
價格 (Price)	顧客消費能力 (Customer Capability / Customer Cost)
<ol style="list-style-type: none">1. 客房價格約在 4000~6200 元	<ol style="list-style-type: none">1. 給予親子族群、觀光客合理的價位
推廣 (Promotion)	顧客溝通 (Customer Communication)
<ol style="list-style-type: none">1. 規劃促銷方案2. 媒體行銷手法，如網路	<ol style="list-style-type: none">1. 推出促銷方案來吸引顧客上門

二、童年往事莊園民宿


表 4-4 童年往事 5P&5C

產品 (Product)	顧客關懷 (Customer Care)
<ol style="list-style-type: none"> 1. 餐廳:中式料理、下午茶 2. 客房:溫馨雙人房、主題四人房、古典兩人房等 6 種，以供選擇 3. 文物典藏館 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 增加顧客用餐的選擇性 2. 文物典藏館能勾起懷舊之心
定位 (Position)	標的市場 (Correct)
<ol style="list-style-type: none"> 1. 國民旅遊 2. 來台觀光陸客 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 親子族群 2. 觀光客 3. 背包客
通路 (Place)	方便性 (Customer Convenience)
<ol style="list-style-type: none"> 1. FB 粉絲專頁 2. 官方網站 3. 大魚旅行網 4. 自在客旅行網 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提供電話訂房、線上訂房服務 2. 鄰近交流道，交通方便
價格 (Price)	顧客消費能力 (Customer Capability / Customer Cost)
<ol style="list-style-type: none"> 1. 客房價格約在 1280~5480 元 2. 餐廳用餐價格約 60~280 元 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 給予住宿旅客平價的價位 2. 滿足消費者的味蕾
推廣 (Promotion)	顧客溝通 (Customer Communication)
<ol style="list-style-type: none"> 1. 規劃套裝行程 2. 媒體行銷手法，如網路、雜誌 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 推出套裝行程來吸引顧客上門

第五節 BCG 矩陣

一、幸福童話親子民宿

表 4-5 幸福童話 BCG 矩陣

		市場占有率	
		高	低
市場成長率	高	 房型	 優惠方案
	低	 電動賽車跑道	 沙坑

(一) 明星產品 (市場成長率高，市場占有率高)

幸福童話以不同房型主題為特色賣點，並且業者會不定期的更換房型主題，以吸引舊雨新知，除了各個房間內不同風格的溜滑梯外，業者也很貼心的貼上防撞海綿，讓家長可以放心地讓孩子在房間內遊玩。

(二) 問題產品 (市場成長率高，市場占有率低)

幸福童話的地理位置較偏僻，因此業者必需結合附近景點推出優惠方案以拓展客源。

(三) 金牛產品 (市場成長率低，市場占有率高)





幸福童話的電動賽車跑道是孩童的最愛，很多家長在選擇的時候會特別針對遊樂設施做選擇，於跑道旁的涼亭提供家長休息，並且有供應點心提供家長及孩童享用，讓家長可以兼顧孩童安危及休閒。

(四) 落水狗產品 (市場成長率低，市場占有率低)

幸福童話沙坑較小，因此親子無法一起使用，可能會降低再宿的意願。

二、 童年往事莊園民宿

表 4-6 童年往事 BCG 矩陣

		市場占有率	
		高	低
市場成長率	高	 復古餐廳	 文物典藏館
	低	 客房	 烤肉區

(一) 明星產品 (市場成長率高，市場占有率高)

童年往事的復古餐廳吸引大量遊客前往，除了餐廳的裝潢吸引遊客外，於餐廳內擺放的復古服飾及小雜貨店也是一大賣點，除了復古服飾可開放遊客試穿及拍照外，小雜貨店的東西也是可以購買的。

(二) 問題產品 (市場成長率高，市場占有率低)

童年往事的典藏館屬於問題事業，因為遊客的參觀而導致蒐藏品損壞，故民宿的老闆也因此將文物典藏館暫停開放。

(三) 金牛產品 (市場成長率低，市場占有率高)

童年往事的特色房型是人氣很夯的金牛事業，雖然近年有大量民宿在打造特色房型，但是童年往事利用復古的風格，推出個人特色受到顧客好評。

(四) 落水狗產品 (市場成長率低，市場占有率低)

童年往事的烤肉區則屬於落水狗事業，因近年來大多推動環保無煙的概念，且現代年輕人大多喜好輕鬆便利，進而影響烤肉區的使用率。

第五章 結論與建議

第一節 研究結論

本章節所彙整之研究結論主要綜合研究所提之研究目的與架構，以及研究結果與討論。其次再依研究結論給予建議，提供民宿部落格經營者與相關住宿業者參考，並對後續研究相關領域的學者提出幾點參考建議。業者將民宿，室內擺設則是溫馨有家的感覺，希望可以帶給來這裡住宿的旅客有活潑、歡樂感覺，這就是他們的精神；此觀點與Schmitt (1999) 及林舜涓、蔡佳燕、邱莉文 (2007) 之感官體驗 (觸覺、視覺、聽覺) 及行動體驗 (行動、互動) 相一致。

近年來觀光旅遊業被視為熱門產業，在休閒上扮演著重要角色。根據研究內容分析及訪談內容可得知除了民宿的環境規劃以及主題以外，附屬的服務及設施也是投宿旅客選擇的原因，而民宿業者依研究之服務特性，在成長期能有明確的改善方向。期望共同提升民宿的優點並找出業者經營上的盲點，以達到業者永續經營及旅客最大滿意的目的。

本研究以 SWOT、五力分析、5P&5C、BCG 矩陣分析及探討民宿業，歸納出民宿的特色及需要再增強改進的部分，再以訪談內容為輔，深入了解業者在創立時的心路歷程，在小組分析過後提出建議以提供民宿業者改善及增強。

- 一、 根據 SWOT 分析顯示現今民宿業發展著重於特色的建築布置及附屬設施，有特色的民宿已經可以和旅館、飯店業相競爭，相較於商務旅館，民宿提供的溫馨感及休閒度則更勝一籌，因此為了吸引客源，獨特性更是不可或缺；而現代少子化的情況也讓親子民宿更受歡迎，父母更願意帶孩子出去走走留下回憶，但相對的住宿率就集中在例假日，因此平日的促銷更是行銷重點。
- 二、 根據五力分析顯示民宿市場供過於求，目前民宿前景仍是看好，若具特色的建築及環境，便能成為無可替代的獨家品牌獨特性，而建設特色是由來自主人的堅持規劃於構想圖，因此被替代性較低，能夠在民宿業界獨樹一格，也因為每間民宿都有不同特色，因此除了主要客群外，也能吸引嘗鮮的客群創造更多機會。
- 三、 根據 5P&5C 分析顯示幸福童話民宿較能夠滿足家族旅遊的需求，主要市場也鎖定於親子客群，價格的訂定也依照親子旅客能夠負擔的價位制定，相對於其他民宿，由於地緣關係結合了附近觀光景點推出促銷方案，讓旅客除了能夠享受在民宿內的體驗，也能夠得到更多的優惠；而童年往事民宿則是著重於懷舊風格，除了餐點的選擇較一般民宿多，能夠吸引的客群也較廣，相對於吸引孩童的可愛浪漫風格，懷舊復古的佈置及蒐藏除

了能夠吸引孩童外亦能夠吸引年長者的青睞，而客房價格則是平價取向，故學生也能夠負擔，而附近也有著名的鹿港老街及古蹟，旅客徒步行走就能到達，也讓民宿獲得更多商機。

- 四、 根據 BCG 矩陣分析顯示幸福童話民宿主要以特色房型為最大賣點，安全措施的完善也是令家長更放心選擇的原因之一，而民宿內設置的電動車跑道更是孩童的最愛，讓父母不用再為了孩子的娛樂煩惱，而幸福童話鄰近生態區，因此雖然生態豐富能夠讓孩童更進一步的認識大自然，但是也需要更注意蚊蟲的防範；而童年往事民宿主要是以復古的裝潢、擺飾以及收藏品為主要賣點，除了能夠欣賞外，更有復古的學生服能供試穿及拍照，以及實體雜貨店能夠供顧客購買，享受復古的零食點心及童玩等，而復古房型亦是一大賣點，然而由於旅客的無心之過，導致業者精心蒐藏典藏品有所毀損，因此對於收藏品的維護不易，業者則是有限度地開放參觀。

根據研究顯示民宿部落格經營與網路口碑對民宿消費者住宿意願之影響本研究探討民宿消費者的住宿意願在面對經營方式以及民宿網路口碑。研究結果發現，民宿部落格經營的方式對於民宿消費者的住宿意願影響力，可見消費者的住宿意願會因民宿業者透過部落格的經營方式有顯著的影響。此外，民宿消費者之住宿意願受到民宿網路口碑的影響，由此可知，民宿網路口碑比起民宿部落格之經營對於民宿消費者的住宿意願有更為顯著的影響。

第二節 研究建議

一、 本研究小組提供以下建議,供民宿業者參考

- (一) 建議業者定期寄發優惠方案給顧客,以增加顧客拜訪率。
- (二) 對於價格行銷方面,建議民宿可以於淡旺季分別設定優惠價格、與鄰近民宿、景點或與當地的餐廳業者合作,將顧客滿意度提升至最大化。例如:童年往事莊園民宿可與鹿港民俗文物館或是與鹿港特色景點導覽解說專車配合,凡住宿可享有優惠。
- (三) 未來走向建議民宿業者可以往特色性與內涵故事方面發展,造就更多的話題性,加強親子民宿產品的特性,主題房型可不定期變更,若能增設較多房間類型,對於住房率或是競爭力亦會相對提昇許多,滿足消費者選擇居住親子民宿的需求,加強無形服務的提供,提高其滿意度,以在民宿業獨樹一格。
- (四) 現代人們出遊前都會先使用網路查詢住宿的地點,業者可利用 FB 或民宿的網站為自己推銷,並公開發佈於民宿網頁以下訊息,幫助旅客更了解民宿及鄰近環境與景點,包括客房的詳細描述、訂房服務介紹、以及行程建議及景點介紹。
- (五) 對於服務上建議提供更多客製化的服務,或是與附近商家結合代售地區相關紀念品或特色土產等。

二、 給後續研究者的建議

- (一) 在個案訪談對象的選取上,建議能擴大訪談的業者及範圍。對於民宿業者的訪談,可以選擇較有特色性的民宿,並深入探討業者的經營問題及特色。
- (二) 根據本研究分析得知的問題,建議後續研究者可以更加深入探討業者對於其他競爭者的應對,除了鄰近的業者外,以同類型的特色民宿為重點研究對象。

參考文獻

一、中文參考文獻

- (一) 民宿在住宿產業的角色與定位之探討 洪允中 (Yun-Chung Hung) 與李晶 (Ching Li) (2015)。民宿在住宿產業的角色與定位之探討。休閒觀光與運動健康學報, 5 (2), 17-30。
- (二) 台灣民宿競爭群組及其競爭策略探討 曾喜鵬 (Hsi-Peng Tseng) 與吳盈瑩 (Ying-Ying Wu) (2013)。台灣民宿競爭群組及其競爭策略探討。鄉村旅遊研究, 7 (2), 15-24。
- (三) 以業者觀點探討特色民宿之另類住宿體驗 張偉雄、吳滿財、林子堯 (2014)。以業者觀點探討特色民宿之另類住宿體驗。嘉大體育健康休閒期刊, 13 (1), 193-207。doi:10.6169/NCYUJPEHR.13.1.18
- (四) 以劇場理論觀點探討民宿服務接觸對知覺價值之影響—以墾丁民宿為例陳業宏 (Yeh-Hung Chen)、李思慧 (Su-Hui Li)、陳欣宏 (Hsin-Hung Chen) (2013)。以劇場理論觀點探討民宿服務接觸對知覺價值之影響—以墾丁民宿為例。運動健康休閒學報, (4), 54-63。
- (五) 民宿旅客之消費行為探討—以花蓮地區為例 王美慧 (Mei-Huey Wang)、陳瑞龍 (Jui-Lung Chen)、葉陳錦 (Chen-Jin Ye) (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, 19(4), 1-30。doi:10.6130/JORS.2006.19 (4) 1
- (六) 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 武維邦與楊慧伶 (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, 18 (3), 259-277。
- (七) 從自我印象一致性探討遊客意圖：以墾丁民宿為例 顏財發 (Tsai-Fa Yen) (2013)。從自我印象一致性探討遊客意圖：以墾丁民宿為例。休閒事業研究, 11 (3), 1-14。
- (八) 休閒產業分析與個案討論 林志鈞(Lin,Chih-Jiun)、吳淑女(2013)。休閒產業分析與個案討論。旅遊業管理 215-224

二、英文參考文獻

- (一) Anderson, B.W.,Sullivan, M.W. (1993) .The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms.Marketing Science,12 (2) ,25-43.
- (二) Bolton, R.N.,Drew, J.H. (1991) .A multistage model of consumers` assessments of service quality and value.Journal of Consumer Research,17 (3) ,375-384.

- (三) Kotler, P. (1998). Marketing management: Analysis, planning, and control, 5th Ed. NJ: New Jersey, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- (四) Bernd H. Schmitt (1999), "Experiential Marketing :How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands" Free Press;
- (五) Cavana, R. Y., Delahaye, B. L., & Sekaran, U. (2001). Applied business research: Qualitative & quantitative methods. N.Y.: John Wiley & Son, Inc.

維基百科

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%B0%91%E5%AE%BF>

觀光局行政資訊系統

<http://admin.taiwan.net.tw>

民宿標章

<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=237>

幸福童話

<http://xingfu.okgo.tw/room.html>

童年往事

<http://www.xn--3kqs10b8wap51f.tw/html/front/bin/ptlist.phtml?Category=119112>

附錄一、訪談問卷題綱

老闆您好！

感謝老闆抽空時間接受本組研究這次的訪談。本組研究主體為「親子特色民宿研究-以南投幸福童話、童年往事 為例」，研究主要探討親子民宿經營模式。在此訪談過資料只用在學術研究用途，絕不向外公開，若有需要報告完將會寄一份給您，非常感謝貴親子民宿所提供意見。

以下為本研究對貴親子特色民宿所提供面談大綱

一、訪談問題

- 1.為何您選擇此地建立民宿？
- 2.經營這家民宿的動機是什麼！如何規劃？
- 3.請問您民宿房間的規模的理念想法？
- 4.經營到現在是否有遇到挫折？如何克服？
- 5.住房率何時段較佳？當淡季的時段如何推銷促銷活動方案？
- 6.經營民宿之經營理念為何？
- 7.經營民宿您個人有何經營行銷策略？
- 8.經營之民宿與同業者何不同特色地方呢？
- 9.您認為民眾選擇本間民宿消費的重要原因？

附錄二、訪談紀錄（一）

時間：2016年2月18日

訪談對象：幸福童話親子民宿老闆娘

1. 為何您選擇此地建立民宿？

答：因為這裡是一個生態區啊，然後他鄰近各個景點，像九族、日月潭啊，或是敲敲木工坊啊，這裡剛好在中間，嗯...。

2. 經營這家民宿的動機是什麼！如何規劃？

答：動機嗎？就想蓋一棟...自己想要屋子，對啊，然後就是想要找...就是自己想要蓋一棟房子然後小孩子喜歡的，對。你說規劃嗎？我覺得這是因緣際會之下緣分到了我們有跟設計師討論。對，然後還...然後但...欸這房子的格局，但是其實裡面的布置都幾乎是自己的

3. 請問您民宿房間規模的理念跟想法？

答：規模嗎？就是以家庭然後跟小孩子喜歡的東西，對。對，就是以小孩子比較喜歡的東西，對。

4. 經營到現在是否有遇到挫折？如何克服？

答：很多欸，就是譬如說像蓋房子的過程，然後就是你要學習的還滿多的，不管是請證照、或是設計啊方面，就都還要買東西。對，然後還有找廠商啊。對呀。

5. 住房率何時段較佳？當淡季的時段如何推銷促銷活動方案？

答：一般來說就是連續假日像寒暑假。其實也OK，你說淡季的時候嗎？像平日或是非假日的時候其實類，其實最常見就是FACEBOOK就按讚、分享抽住宿券這種。對阿、嗯。其實我們很少在...就是做優惠這種。

6. 經營民宿之經營理念為何？

答：經營的理念就是想要打造一個家的感覺，跟小孩子喜歡的那種成長環境，安全、舒適這樣。我們會問他們阿就是他們喜歡什麼東西阿，對阿，就如果是你的話你希望有什麼東西啊。就是他們喜歡阿，對阿，嗯。

7. 經營之民宿與同業者何不同特色地方呢？

答：你說不同的特色嗎？相較於其他的民宿嗎？就是...房間的規畫就是我們都是走每一個不一樣的主題耶，就是每個小孩都有他喜歡的那一種風格，跟家長喜歡的風格，對阿。

8. 您認為民眾選擇本間民宿消費的重要原因？

答：跟我們一樣阿，就是為了小孩子。剛開始都很開心，但是久了以後他們還是會喜歡去外面啦，還是會喜歡去住飯店。你...就算是，比如說

就像是外面的東西搬回家，他剛開始拿到會很開心會很興奮，然後但是後來就慢慢地就猛藥下多了，對，就每次都不一樣。對阿，他們現在也還是會喜歡住飯店阿。

9. 經營民宿您個人有何經營行銷策略？

答：行銷策略嗎？其實我覺得就是，最簡單就是以孩子為中心點去那個阿...對阿，像我們不管是什麼都是以小朋友為主。然後如果陸客就是自由行的話，就是自由行那種，他們會自己訂房。其實如果說比如說你做的比較有特色一點，其實有很多其他的網路會來連的，就是去做連結。

10. 建造這間民宿大約花了多少經費？

答：花了滿多錢的喔，嗯...花了兩三千萬。

附錄三、訪談紀錄（二）

時間：2016年3月11日

訪談對象：童年往事民宿老闆

1. 為何您選擇此地建立民宿？

答：在此喔，就看到這個地呀，就買下來啊，其實自己也有點想過半退休的生活拉，所以才會在這裡做，對。

2. 經營這家民宿的動機是什麼！如何規劃？

答：喔！當然你規劃這種地，當然就是看你的地是長的怎麼樣，那才取，其實他整個設計圖是我自己畫的，平面、立面，那你要怎麼去規畫房間大小，那我以我的收藏，腳色現有的收藏，去想說規畫我每間要做什麼主題，比如說像:HELLO KITTY 阿、什麼無敵鐵金剛阿等等。那...小時候的回憶其實我比較喜歡座城堡欸，可是沒那麼多錢，你要衡量自己有多少錢，那個才是最重要的，其實我最想的並不是做這樣，當然蓋城堡，像迪士尼那樣，近來還有護城河，那你車子要進來還要喬鐵橋這樣放下來，那才是我想做的，對，但是不太可能拉，因為你不可以有那麼多錢，還有地那麼大，不然有護城河，警察要來臨檢，喬不放下來你也進不來對不對，那個多好呀！痾那當然不可能，那我小時候都住在三合院，那鹿港很多巴洛克式建築，那自己也喜歡，那融合像三合院這種東西，那就把它建成這樣，對呀。

3. 請問您民宿房間的規模的理念想法？

答：哦..其實房間並沒有很大，如果說要以房間舒適度來講，當然就還好，但是每一間都是像小小的博物館，就是一個主題。

4. 經營到現在是否有遇到挫折？如何克服？

答：挫折當然會阿，因為喜歡你的就喜歡你，然後不喜歡你的也是會有，因為這個就跟做人一樣，但是喜歡我們的比較多，就很開心。那遇到的問題大部分就是說客人，可能會額外的要求，那如果你做不到他就覺得你不好，嗯，這個都會啦，比說他就想跟你多要個什麼東西，那你說這個我們可能需要再另外額外付費，那客人就會覺得你不親切、不好，對，一定會這樣。其實很多東西都有規定，那客人當然不一定都是很誠實的啦，比如說我們兩人房好了，那客人就訂兩人房，可是來了五個欸，那你來了五個，那他又跟你講說：「老闆可不可以跟你要棉被跟多枕頭」，那當然不行啊，當然要加錢啊，可是客人就覺得...不合理，對阿，就兩人房我們要自己擠不行喔？當然不行啊！對阿，可是客人就會覺得很不爽，對，一定會！

5. 住房率何時段較佳？當淡季的時段如何推銷促銷活動方案？

答：住宿率什麼時候最好？你是說一年當中嗎？一年當中當然是暑假最好阿。對阿，因為暑假不管學生阿、老師啊很多人都休息，都陪小孩子出

來，那其實現在...其實我們做的是比較親子的，所以我們以四人房為主，對，因為情侶什麼的有，可是四人房會...帶小孩子出來的會比較多，對，所以我們以比較親子為主的。淡季就是沒辦法就讓自己休息阿，因為你做促銷其實客人也不會多到哪裡去，你沒有規劃要出來玩，就算你促銷了，效益不大啦！效益不大，因為像我們今年邁向第五年嘛，那...我覺得促銷的效果沒有差很多，但是你在網路上比如說像賣那個團購券會有差，可是客人還是想假日來，所以根本效果沒有差很多，對。

6. 經營民宿之經營理念為何？

答：第一，當然是自己退休的生活，然後自己有很多台灣文物的蒐藏，然後剛好不用放在箱子裡面，你可以把它呈現出來，那不管在每個房間裡面也好，還是其他公共的區域也好，其實都可以讓來的客人感受到懷舊的氛圍，那喜歡這種蒐藏的客人也會像同好一樣，會特別喜歡。

7. 經營民宿您個人有何經營行銷策略？

答：其實我是覺得這種東西齁，當然網路的行銷是很重要的，當然在地我幾乎是不行銷的，因為沒有意義阿，因為不太可能鹿港人...不會來住，對，我講的是實際的，就像說我們之前開懷舊餐廳一樣，嗯，我們開了二十幾年了，但是很多鹿港人還是，欸？我怎麼沒聽過你們這間？可是我們做的還滿有名的，對阿而且做了二十幾年，可是很多客人還是...因為他就是不會跑這種店的人，那...其實就也沒有關係，剛開始你聽到，做二十幾年、採訪那麼多都沒聽過，那還是會覺得自己有點失敗、有點傷心，可是想想是好事阿，你沒聽過反而才有機會再來嘛，對阿，逆向思考一下。

8. 經營之民宿與同業者何不同特色地方呢？

答：其實每一家每一家他們會有自己的特色，那就看你要的走向是什麼，那像我們走的就是比較親子的，那會比較注重一些比如說，有的大概跟我們同年紀三、四十歲的，他可能會帶爸爸媽媽來，那有的也會帶小朋友來看看以前，爸爸媽媽以前小時候的一些回憶、跟童年，對阿。

9. 您認為民眾選擇本間民宿消費的重要原因？

答：消費喔，當然其實喔，你會注意看，你在這種生存下來你會覺得說，主要是台灣的經濟不景氣啦，其實大家周休二日都習慣已經出來玩了，但是你會看到大家的荷包越來越緊了，真的，那你可能沒辦法做到價錢太好，可能就是變成說比較平價一點，但是像我們就沒有做到很便宜啦，就是大概在中價位或是中低價位，也不敢做太高，做太高也沒生意，對，你可能要取一個平衡點，但是做便宜的大有人在，其實做便宜才會生意好，我覺得啦，因為你看所有的客人來，會來享受這個的有，那大部分會想說又便宜又可以享受這個，對那如果說你們去經營，或者是你要去怎麼想這個問題，你要想說但是我們的想法就是我總是要能夠生活下去吧，對阿，就像

說 FB 有發一個那個，他就覺得一個企業齣，那我可能養的活員工卻養不活自己，真的是這樣。

10.經營這間民宿大概多久？

答：四年多，我想想看，2011 到現在 2016，快五年囉，對阿，到八月就五年。

11.那可以請問你們這樣這間下來大概花多少錢？

答：四千多萬阿，對阿，開民宿其實如果要以賺錢來講不要開民宿啦，不會賺錢啦，你像這種錢你來開汽車旅館回收比較快，你看我們的房間有的才一千兩百八、一千五百八，你去汽車旅館休息一下可能就一千塊左右了，那他只要三小時一天可以輪很多次，那我們這個一天就是可以從下午三點住到隔天的十一點，其實如果要以賺錢來講民宿是不划算的，而且政府的規定他就是只能五間，那像我們超過每一年被罰十六萬，其實又罰的很痛，可是你做下去了又不能收，對，沒辦法，其實最大的刁難者是政府，他一邊說鼓勵你們民宿阿什麼什麼的，可是一方面又很機車，什麼啦衛生局什麼都來盯，就會覺得他們來檢查民宿齣，好像在找犯人、在找通緝犯一樣，進來就警車啊什麼就很多嘛，縣政府阿、公所阿什麼的一次來都大概快二十個，很可怕，好像在找強匪還是什麼那種感覺。