

投稿類別:商業類

篇名:

住進我家，踏入你心-以花蓮「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿為例

作者:

潘奕璁。國立花蓮高級商業職業學校。商經科三年乙班

林艾潔。國立花蓮高級商業職業學校。商經科三年乙班

蔡婷婷。國立花蓮高級商業職業學校。商經科三年乙班

指導老師：

李其峰 老師

壹●前言

一、研究動機

由於近年來許多觀光客喜歡藉由旅遊來紓壓心情，也可透過旅遊來增進家人朋友間的感情，還可透過民宿業者介紹來了解當地鄉土文化，因此許多業者為了讓更多來自不同國家的觀光客有回到家的感覺而選擇開設民宿。

因本組同學家裡本身為民宿業，因此本組組員想更深入了解民宿是如何經營才能讓旅客想一來再來，民宿經營者又該以何種行銷方式將自家民宿推廣出去，讓來自外地的旅客了解花蓮、愛上花蓮，並根據本組探討之研究結果做為民宿業者經營模式參考。

二、研究目的

- (一)探討藍天民宿和藍天普悠瑪民宿的經營模式之差異。
- (二)了解旅客對藍天民宿和藍天普悠瑪民宿之滿意度。
- (三)根據本小組建議作為民宿業者未來經營模式之參考。

三、研究方法

- (一)透過文獻探討法蒐集網路資料。
- (二)透過SWOT分析及行銷組合策略(4P)進行研究。
- (三)透過問卷調查法對曾住過民宿的旅客進行調查。

四、研究範圍與限制

因人力經濟及時間限制下，本研究擬利用在校時間進行文獻探討，課餘時間針對曾住過此民宿的旅客進行問卷調查。

五、研究架構

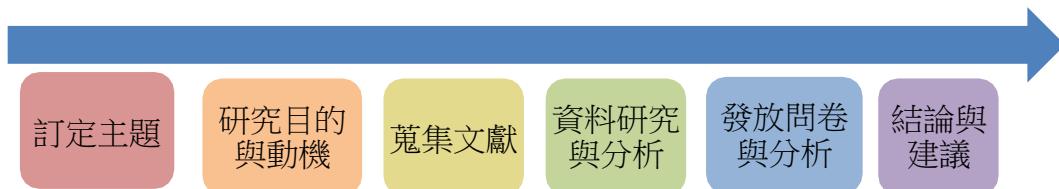


圖1、研究架構流程圖

貳●正文

一、何謂民宿

民宿一詞來自於日本的 Minshuku(簡稱 B&B)，「**民宿是指利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、生態等活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住所。**」(觀光局行政資訊系統，2017)

民宿與飯店之差別在於民宿沒有制式化的規定及較高級的設施，民宿會以較熱情的方式來招待客人，最重要的是讓來自外地的旅客也能有回到家的感覺，溫暖卻又不失人情味才是民宿業者的待客之道。

二、民宿簡介

(一)「藍天」民宿介紹

「藍天」民宿位於花蓮火車站附近，鄰近慈濟醫院、慈濟中小學及慈濟大學等學區，交通地理環境十分便利，周邊有各式各樣花蓮當地美食小吃，生活機能絕佳，雖坐落於花蓮市區，但仍保有寧靜的居家住宿環境。

「藍天」雖然沒有華麗的裝潢擺設，卻有明亮乾淨的室內空間，且民宿主人滿滿的熱情讓曾住宿過的旅客感到非常溫馨，每年來花蓮玩都會選擇「藍天」，業者也提供了海洋公園等門票代售服務以及代辦賞鯨等套裝行程服務，業者除了提供葷食早餐外也很貼心的提供素食早餐，甚至提供網路線上訂房系統，即早訂房避免國定假日人潮過多之滿房情形。

民宿主人希望每個來到花蓮的旅客都能有回到家的感覺，真心提供一處能釋放旅客壓力的好住處，花較便宜的價錢卻能享受最好的服務品質，是「藍天」民宿堅持的待客之道。



圖2、招牌



圖3、大廳



圖4、餐廳

(二) 「藍天普悠瑪」民宿介紹

來自台東卑南族的民宿主人，「普悠瑪」族語意指卑南族，因此延續藍天一館元素，將藍天二館命名為「藍天普悠瑪」民宿，有承先啟後、開枝散葉之意。

民宿主人為了不讓原住民文化消失，「藍天普悠瑪」以卑南族文化圖騰與裝置藝術打造獨一無二的民宿，民宿內部採用大量原木自己製作家具，也邀請東華大學學生為民宿彩繪壁畫，讓旅客感受東台灣原住民特有的文化與魅力，也提供了中式、西式及原住民三種特色創意早餐及無菜單料理；民宿外部則設置無障礙空間、用心打造景觀綠地、生態水池及果園，民宿四周種植多種蔬菜水果，將有機蔬果融入特色料理內，並設置烤肉區供客人使用。

民宿業者將二館等級提升，跳脫一般的平價民宿，二館房間價格屬中高價位，用心打造精緻有特色的原住民民宿，雖離花蓮市區較遠，卻保有寧靜愜意的休息空間，並提供優質服務讓旅客感受回到家的溫暖，業者秉持著顧客至上的原則，與旅客建立良好的互動關係及服務，是民宿主人堅持的待客之道。



圖 5、招牌



圖 6、大廳



圖 7、餐廳

三、消費者滿意度

「由於消費者的喜好會不斷改變，因此業者必須瞭解消費者的喜好，藉由消費者的購買決策來幫助業者設計行銷組合。」(林建煌，2016)，購買產品後，這些產品對消費者所帶來的效果，則決定了消費者對該次購買的滿意程度。

四、「藍天民宿」及「藍天普悠瑪民宿」之 4P 行銷策略

對於一家民宿而言，網路行銷是必須具備的，現代的年輕人常透過網路尋找旅遊相關的資訊，許多背包客也會針對曾住宿過的民宿做評論。此外，在與旅客互動過程中建立良好的人脈關係，對業者來說也是相當重要的，「藍天民宿」及「藍天普悠瑪民宿」也透過國內外旅展將民宿推廣出去。

住進我家，踏入你心-以花蓮「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿為例

(一) 「藍天民宿」產品及價格

表 1：藍天民宿房型及價格介紹

房間照片	房型/加床	平日	假日	定價
 圖 8	201 蝴蝶 五人套房	\$2800	\$3350	\$5000
	加床	\$300/人	\$500/人	\$700/人
 圖 9	302 寶貝熊 二人套房	\$1500	\$1800	\$3000
	加床	\$300/人	\$500/人	\$700/人
 圖 10	301 向日葵 四人套房	\$2300	\$2600	\$4500
	加床	\$300/人	\$500/人	\$700/人
 圖 11	401 星空 五人套房	\$2800	\$3350	\$5000
	加床	\$300/人	\$500/人	\$700/人

資料來源: 藍天民宿網站

(二) 「藍天普悠瑪民宿」產品及價格

表 2：藍天普悠瑪民宿房型及價格介紹

房間照片	房型/加床	平日	假日	定價
 圖 12	101 六人套房	\$4200	\$4800	\$8000
	加床	\$700/人	\$800/人	\$1200/人
 圖 13	103 VIP 兩人套房	\$3200	\$3800	\$4500
	加床	\$700/人	\$800/人	\$1200/人
 圖 14	207 热氣球 二人套房	\$2300	\$2600	\$4000
	加床	\$700/人	\$800/人	\$1200/人
 圖 15	206 四人套房	\$3600	\$4000	\$6000
	加床	\$700/人	\$800/人	\$1200/人

資料來源: 藍天普悠瑪民宿網站

住進我家，踏入你心-以花蓮「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿為例

五、藍天民宿與藍天普悠瑪民宿之 SWOT 分析

「優勢、劣勢指企業本身內部環境與競爭者的比較；機會、威脅是外部環境對企業經營的影響。」(啟芳財經研究社，2015)

表 3:藍天民宿與藍天普悠瑪民宿之 SWOT 分析

S(Strength):優勢	W(Weaknesses):劣勢
<p>「藍天」民宿：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 鄰近市區，地理位址佳。2. 價格較平價。3. 提供早餐。4. 旅遊行程規劃。5. 離火車站約 10 分鐘路程。6. 代售海洋公園、兆豐農場及光隆博物館門票及代辦賞鯨、泛舟等套裝行程服務。7. 提供汽、機車租賃諮詢服務。 <p>「藍天普悠瑪」民宿：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 近郊區，擁有較安靜的休閒空間。2. 提供中、西式及原住民創意早餐及無菜單料理。3. 提供停車場及電梯。4. 提供早餐及旅遊行程規畫。5. 代售海洋公園、兆豐農場及光隆博物館門票及代辦賞鯨、泛舟等套裝行程服務。6. 提供汽、機車租賃諮詢服務。7. 用心打造景觀綠地、生態池、果園及烤肉區。	<p>「藍天民宿」：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 民宿位於馬路旁，常有較吵雜的車聲。2. 無提供停車場。3. 無電梯。 <p>「藍天普悠瑪民宿」：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 價位偏高。2. 附近較無商家、餐館。3. 民宿市場上也同樣存在許多特色民宿，因此花費較高的成本及心力。
O(Opportunity):機會	T(Threat):威脅
<p>「藍天民宿」：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 鄰近慈濟學區，假日常有學生家長為就近到校探視學生因而讓學生外宿並入住藍天民宿。2. 為平價民宿，適合較不注重奢華享受的旅客。3. 民宿周邊有 7-11、銀行、各式小吃及賣場。 <p>「藍天普悠瑪」民宿：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 為特色民宿，適合度假、休閒的旅客。2. 民宿市場上存在許多特色民宿，但在東部地區原住民特色屬觀光產業因此受到許多旅客青睞。	<p>「藍天民宿」：</p> <p>民宿市場上存在許多平價民宿，但無較明顯特色吸引旅客青睞，較無競爭力。</p> <p>「藍天普悠瑪」民宿：</p> <p>因內部成本較高，導致經濟效益回收時間拉長，也存在客源是否穩定充足之隱憂。</p>

資料來源:由本組彙整

六、問卷分析

為了瞭解旅客對「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿的顧客滿意度，本組組員設計了問卷發放並進行問卷調查。

發放時間：106 年 07 月 01 日至 09 月 22 日。

發放份數：共 60 份，經篩選後藍天民宿共有 20 份為有效問卷，藍天普悠瑪民宿共有 36 份為有效問卷，4 份為無效問卷。

發放地點：花蓮藍天民宿與藍天普悠瑪民宿。

(一)基本資料

表 4：基本資料

	年齡	居住地區
藍天民宿	未滿 18 歲(17%)、19 歲~22 歲(14%)、23 歲~30 歲(31%)、31 歲~40 歲(28%)、41 歲~65 歲(10%)。	北部地區(48%)、南部地區(7%)、中部地區(21%)、東部地區(24%)
藍天普悠瑪 民宿	未滿 18 歲(6%)、19 歲~22 歲(19%)、23 歲~30 歲(25%)、31 歲~40 歲(17%)、41 歲~65 歲(33%)。	北部地區(39%)、南部地區(16%)、中部地區(28%)、東部地區(17%)

資料來源：由本組彙整

(二)曾住宿過「藍天」與「藍天普悠瑪」民宿之消費者行為

在住宿者如何得知此二間民宿的訊息分析中，如圖 16 所示，不論是藍天或藍天普悠瑪，大多數的旅客都是透過親朋好友介紹而得知民宿的訊息，由下圖可知業者透過人脈向親朋好友推薦而將兩家民宿推廣出去，也藉由現代網路的普及化讓更多人知道「藍天」民宿及「藍天普悠瑪」民宿。

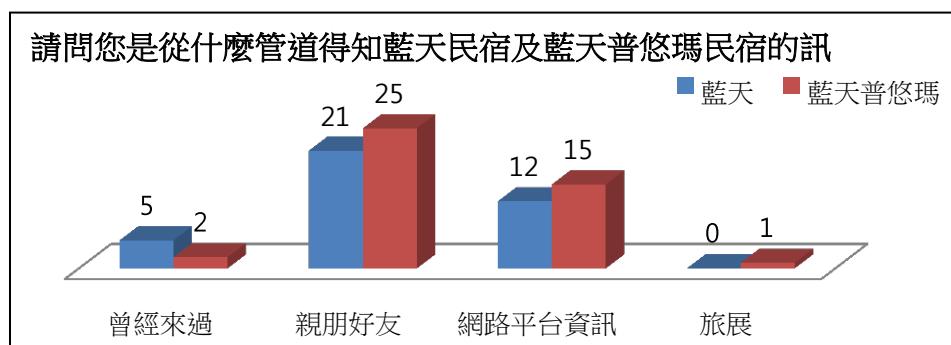


圖 16、從什麼管道得知民宿訊息

住進我家，踏入你心-以花蓮「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿為例

在住宿者願意花多少錢住宿的分析中，根據圖 17-1 所示，由於藍天民宿房間價位較低，因此調查願意花費多少價格的範圍較窄，由圖 17-1 可知，超過一半以上的旅客較能夠接受 3000 元以下住一晚民宿，其中約有 28% 的旅客願意花 1000 元~2000 元住一晚民宿；根據圖 17-2 所示，由於藍天普悠瑪民宿房間價格較屬中高價位，因此調查願意花費多少價格的範圍較廣，由圖 17-2 可知，超過一半以上的旅客較能接受 3000 元以下住一晚民宿，其中約有 22% 的旅客則能夠接受 3000 元以上的價格。

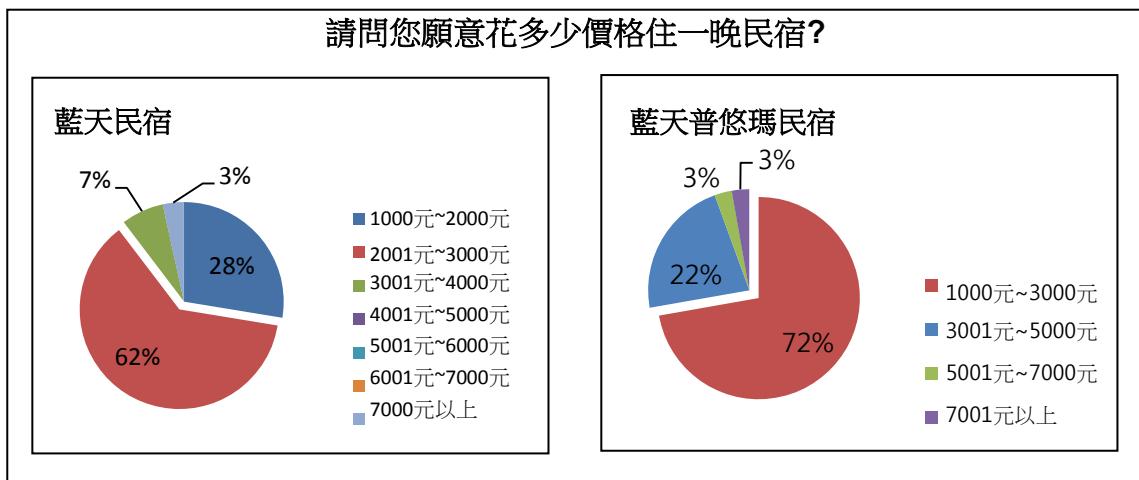


圖17-1

願意花多少價格住宿

圖17-2

願意花多少價格住宿

在住宿者認為二間民宿最吸引人的特色分析中，如圖 18 所示，藍天在服務及價格方面得到較高的票數，由此可知藍天的服務態度讓旅客印象深刻因而吸引回客再次入住，此外，在價格方面，大多數的旅客在旅費的限制下，皆會選擇價格較低的民宿；而藍天普悠瑪則在其他方面略勝藍天，由下圖可知多數旅客在選擇民宿時，會選擇裝潢風格比較特別的民宿。此外，在餐飲方面提供特色料理也是吸引多數旅客入住的原因之一。

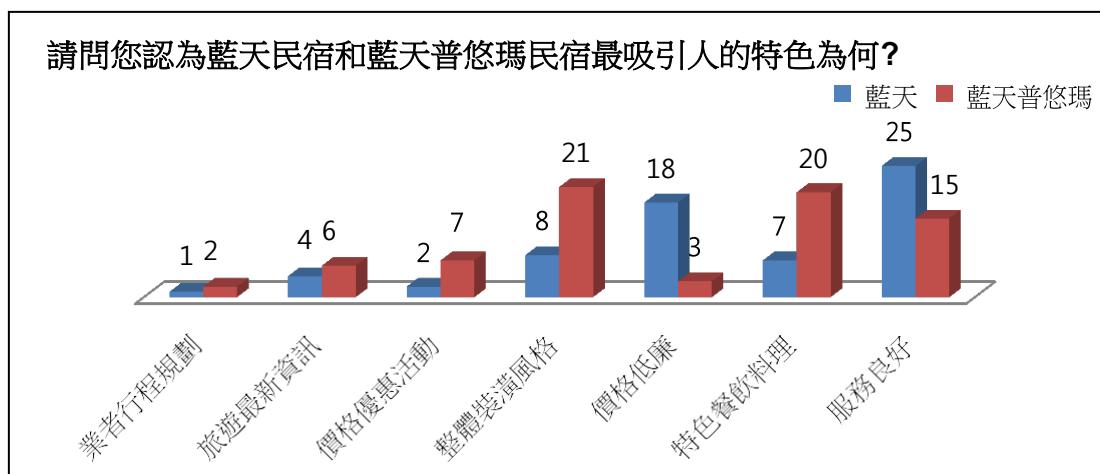


圖18、最吸引人的特色為何

住進我家，踏入你心-以花蓮「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿為例

在住宿者認為最重視二間民宿業者提供的服務項目分析中，如圖 19 所示，不論是藍天或藍天普悠瑪的旅客最重視民宿業者的服務是否親切良好，可見大多數的旅客入住民宿時都希望能享受到優質的服務；在停車空間方面也是多數旅客重視的，民宿是否提供停車場讓旅客的愛車都能停的安全也能住得安心。

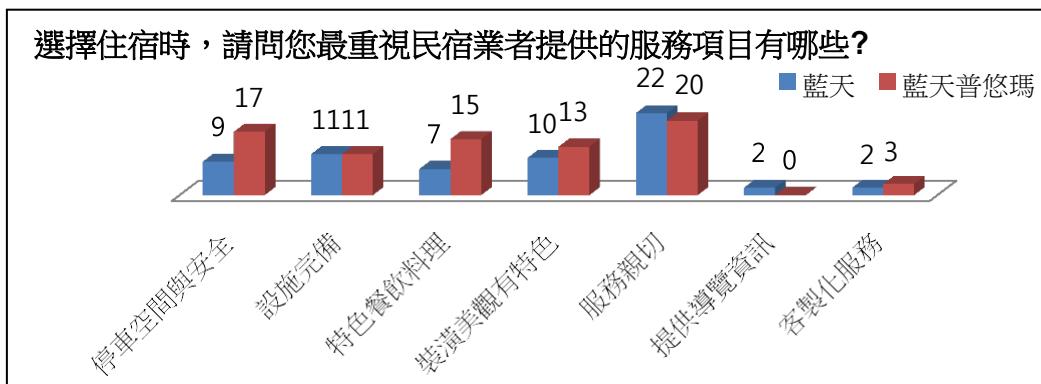


圖19、最重視的服務項目有哪些

在住宿者對二間民宿業者服務滿意程度分析中，如圖 20 所示，不論是藍天或藍天普悠瑪的旅客，都非常滿意業者的服務品質，因此回客下回再度來到花蓮旅遊時，因而再次選擇藍天與藍天普悠瑪民宿；此外，曾住宿過的旅客尚無對藍天與藍天普悠瑪的服務品質感到不滿意。

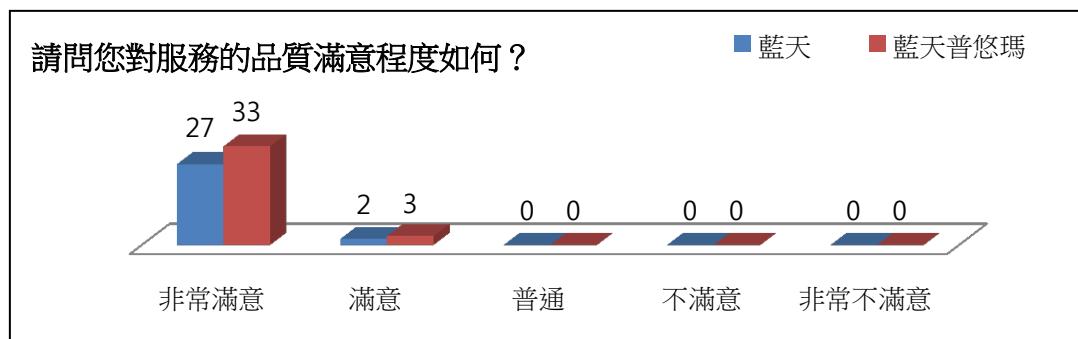


圖20、服務品質滿意度

在住宿者是否還會選擇二間民宿的分析中，如圖21所示，不論是藍天或藍天普悠瑪的旅客，下回再度來到花蓮旅遊時，都願意再次入住藍天或藍天普悠瑪民宿。

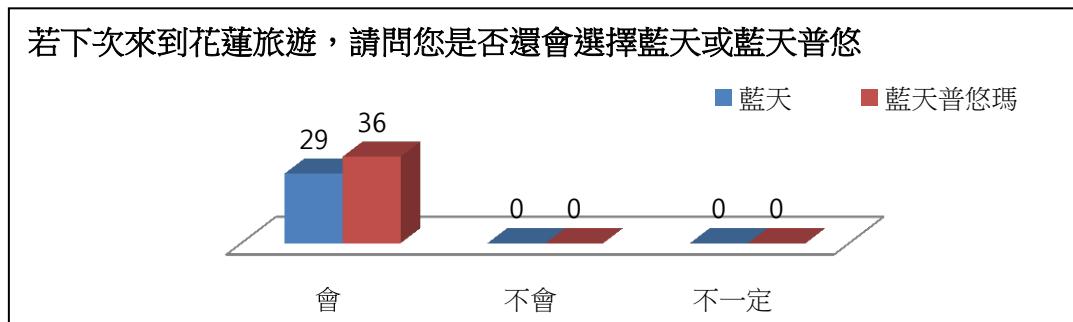


圖21、是否還會選擇二間民宿

參●結論與建議

本組針對「藍天」民宿及「藍天普悠瑪」民宿之經營模式及行銷策略進行分析及研究，以 SWOT 分析及行銷策略 4P 探討，再採用問卷調查法來探討曾住宿過的旅客對二間民宿的滿意度，並以問卷統計結果進行彙整，提出以下結論及建議，本研究分析如下：

一、結論

(一)SWOT 分析

- 1.內部優勢：藍天民宿雖在價格上佔有較大優勢，但依其他需求來看，藍天普悠瑪民宿較符合現代旅客出來旅遊的需要，也因二間民宿的業者皆為同一人，因此提供的服務並無太大的差異。
- 2.內部劣勢：藍天民宿在沒有電梯及停車場的住宿環境下相對於藍天普悠瑪民宿佔有較大的劣勢，而藍天普悠瑪民宿因屬特色民宿，因此提供的設備等級較高，導致房價偏中高價位。
- 3.外部機會：藍天民宿地理位置優越，生活機能較佳，房價也是一般旅客較能接受的價位，相對於藍天普悠瑪民宿佔有較大的機會，而藍天普悠瑪民宿的地理位置及生活機能也較欠缺，但擁有寧靜愜意的休息空間卻是藍天普悠瑪民宿的一大賣點。
- 4.外部威脅：藍天民宿雖屬平價民宿但卻無較明顯的特色能吸引旅客入住，相對於藍天普悠瑪民宿佔有較大的威脅，而藍天普悠瑪民宿屬特色民宿，但所花費成本較高，導致經濟效益回收時間拉長。

(二)顧客滿意度

在問卷調查分析中，大多數的旅客都是透過親朋好友介紹而得知二間民宿的訊息，由此可延伸得知民宿業者藉由現代網路的普及化將民宿行銷出去，在價格方面多數旅客則較能接受 1000 元~3000 元之間的價格，旅客對於業者的服務態度皆很滿意，由此可知民宿業者很用心對待每一個入住民宿的旅客，且不曾有旅客嫌棄過二間民宿，旅客的回饋是對業者最大的動力。

二、建議

根據本小組討論後得到以下建議以提供民宿業者經營模式之參考：

若民宿業者能善加利用網路平台推廣自家民宿，透過現代網路的力量讓更多人知道二間民宿，也可更積極參加國內外旅展讓全球各地的人都能透過業者的推廣進而更認識花蓮在地特色民宿，也愛上花蓮這片土地。針對藍天民宿較無明顯特色這點，業者可考慮重新裝潢民

住進我家，踏入你心-以花蓮「藍天」民宿與「藍天普悠瑪」民宿為例宿，讓民宿不但平價也能有特色，較能吸引更多旅客。

民宿業者須堅持自己的經營模式及方向才有可能創造出自己價值，好的服務態度能讓客人成為你的朋友，也因為有他們的支持才能讓民宿持續經營並越來越好，不斷的進步、修正經營模式才能真正讓一家民宿推廣出去，擴展人脈也是民宿經營者必須具備的條件。

肆●引註資料

一、書籍類

林建煌(2016)。企業概論。台北市：華泰文化。

啟芳財經研究社(2015)。行銷學 I。台北市：啟芳出版社有限公司。

二、電子網路資料

簡介台灣民宿。2017年5月19日，取自

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

藍天民宿網站。2017年6月22日，取自

<http://www.blueskybnb.com/>

藍天普悠瑪民宿網站。2017年6月22日，取自

<http://www.puyumabnb.com/>