

致理科技大學

休閒遊憩管理系

畢業專題

你今天Airbnb了沒！

專題 學生：詹淳聿、蔡欣樺、陳靖淇、

江俊源、翁子欣 撰

學 號：10223102、10223121、10223122

10223131、10223137

指導 教授：呂宜蓉 博士

中華民國106年5月

摘要

Airbnb 是以住宿訂房為仲介媒合，在 2013 年 8 月崛起，共享經濟可說是 Airbnb 所帶動的，Airbnb 目前已經成為矽谷估值最高的獨角獸之一，隨著 Airbnb 的主營業務在本地漸趨成熟，它的計劃無疑已經跟初期的創業公司不一樣，向海外擴張主營業務勢在必行；從短租這個切入口成功進入旅遊行業後，將業務向上下游擴展也已成了豐富營收來源的戰略。

Airbnb 在全球已經累積有 2500 萬名房客，是目前正在逐漸興盛的新興產業之一，但針對 Airbnb 本身所做的研究討論卻沒有相對的提高，因此本研究想透過消費者的使用動機、知覺價值及使用意願去了解消費者對於 Airbnb 的主觀感受為何，讓 Airbnb 藉由此討論可以再針對重點去做出改善與提升。本文研究透過問卷研究 Airbnb 住宿訂房仲介媒合經營方式的知覺性、接受度與普及性，探討共享經濟模式在觀光旅遊或其他休閒遊憩產業服務之電子商務的適用性，了解不同旅客們的需求及感受，並推廣台灣風景區及產品，增加在台購物慾望，打破傳統民宿出租方式，讓旅客更加親近了解當地風情。

目錄

第一章、緒論	1
第一節、研究背景	1
第二節、研究動機	1
第三節、研究目的	1
第四節、研究流程	2
第二章、文獻探討	3
第一節、知覺價值	3
一、知覺價值的定義	3
二、知覺品質的定義	4
第二節、使用行為	5
一、使用動機	5
二、使用意願	7
三、使用滿意度	7
第三章、研究方法	9
第一節、研究架構	9
第二節、研究假設	9
第三節、研究方法	10
第四節、研究限制	10
第五節、統計方法	11
第四章、問卷分析	12
第一節、受訪者的基本資料	12
第二節、受訪者的使用習慣	14
第三節、受訪者族群使用習慣男女大不同	18
第四節、使用動機(同意度題型)	20
第五節、知覺價值(同意度類型)	24
第六節、使用意願(同意度類型)	28
第五章、研究結果與討論	32
第六章、結論與建議	33
第一節、研究結論	33
第二節、預測推論	33
一、共享經濟	33
二、推論適用產業	33
第三節、研究建議	34
參考文獻	35
一、期刊論文	35
二、網路資料	35

三、英文文獻	35
--------	----

附錄一問卷	39
-------	----

附錄二、使用滿意度問卷	39
附錄三、研究架構圖	40
附錄四、Airbnb 問卷內容表	41
附錄五、Airbnb 問卷內容表	42
附錄六、Airbnb 問卷內容表	43
附錄七、Airbnb 問卷內容表	44
附錄八、Airbnb 問卷內容表	45
附錄九、Airbnb 問卷內容表	46
附錄十、Airbnb 問卷內容表	47
附錄十一、Airbnb 問卷內容表	48
附錄十二、Airbnb 問卷內容表	49
附錄十三、Airbnb 問卷內容表	50
附錄十四、Airbnb 問卷內容表	51
附錄十五、Airbnb 問卷內容表	52
附錄十六、Airbnb 問卷內容表	53
附錄十七、Airbnb 問卷內容表	54
附錄十八、Airbnb 問卷內容表	55
附錄十九、Airbnb 問卷內容表	56
附錄二十、Airbnb 問卷內容表	57
附錄二十一、Airbnb 問卷內容表	58
附錄二十二、Airbnb 問卷內容表	59
附錄二十三、Airbnb 問卷內容表	60
附錄二十四、Airbnb 問卷內容表	61
附錄二十五、Airbnb 問卷內容表	62
附錄二十六、Airbnb 問卷內容表	63
附錄二十七、Airbnb 問卷內容表	64
附錄二十八、Airbnb 問卷內容表	65
附錄二十九、Airbnb 問卷內容表	66
附錄三十、Airbnb 問卷內容表	67
附錄三十一、Airbnb 問卷內容表	68
附錄三十二、Airbnb 問卷內容表	69
附錄三十三、Airbnb 問卷內容表	70
附錄三十四、Airbnb 問卷內容表	71
附錄三十五、Airbnb 問卷內容表	72
附錄三十六、Airbnb 問卷內容表	73
附錄三十七、Airbnb 問卷內容表	74
附錄三十八、Airbnb 問卷內容表	75
附錄三十九、Airbnb 問卷內容表	76
附錄四十、Airbnb 問卷內容表	77
附錄四十一、Airbnb 問卷內容表	78
附錄四十二、Airbnb 問卷內容表	79
附錄四十三、Airbnb 問卷內容表	80
附錄四十四、Airbnb 問卷內容表	81
附錄四十五、Airbnb 問卷內容表	82
附錄四十六、Airbnb 問卷內容表	83
附錄四十七、Airbnb 問卷內容表	84
附錄四十八、Airbnb 問卷內容表	85
附錄四十九、Airbnb 問卷內容表	86
附錄五十、Airbnb 問卷內容表	87
附錄五十一、Airbnb 問卷內容表	88
附錄五十二、Airbnb 問卷內容表	89
附錄五十三、Airbnb 問卷內容表	90
附錄五十四、Airbnb 問卷內容表	91
附錄五十五、Airbnb 問卷內容表	92
附錄五十六、Airbnb 問卷內容表	93
附錄五十七、Airbnb 問卷內容表	94
附錄五十八、Airbnb 問卷內容表	95
附錄五十九、Airbnb 問卷內容表	96
附錄六十、Airbnb 問卷內容表	97
附錄六十一、Airbnb 問卷內容表	98
附錄六十二、Airbnb 問卷內容表	99
附錄六十三、Airbnb 問卷內容表	100

圖目錄

圖 1-1、研究流程圖	2
圖 2-1、使用滿意度示意圖	7
圖 3-1、研究架構圖	9
圖 4-1、Aribnb 問卷受訪者之性別比例分析	12
圖 4-2、Aribnb 問卷受訪者之年齡分布分析	12
圖 4-3、Aribnb 問卷受訪者之學歷概況	13
圖 4-4、Aribnb 問卷受訪者之職業分布	13
圖 4-5、Aribnb 問卷受訪者之薪資分布	14
圖 4-6、受訪者使用電子平台的資訊來源	14
圖 4-7、受訪者使用電子平台的住宿目的	15
圖 4-8、受訪者使用電子平台的選擇考量	15
圖 4-9、受訪者使用電子平台的消費金額	16
圖 4-10、受訪者使用電子平台的消費次數	16
圖 4-11、受訪者使用電子平台的消費頻率	17
圖 4-12、受訪者的年齡百分比柱狀圖	18
圖 4-13、受訪者的性別與學歷柱狀圖	18
圖 4-14、受訪者的性別與薪資柱狀圖	19
圖 4-15、受訪者的性別與資訊來源柱狀圖	19
圖 4-16、受訪者對於價格優惠為使用誘因同意度之圓餅圖	20
圖 4-17、受訪者對於促銷優惠為使用誘因同意度之圓餅圖	20
圖 4-18、受訪者對於服務完整度為使用誘因同意度之圓餅圖	21
圖 4-19、受訪者對於網路功能性為使用誘因同意度之圓餅圖	21
圖 4-20、受訪者對於使用便利性為使用誘因同意度之圓餅圖	22
圖 4-21、受訪者對於網服務內容為使用誘因同意度之圓餅圖	22
圖 4-22、受訪者使用電子平台之動機橫條圖	23
圖 4-23、受訪者對於 Airbnb 的網站品質優質可靠認知同意度之圓餅圖	24
圖 4-24、受訪者對於 Airbnb 的網站評價商譽可受信賴認知同意度之圓餅圖	24
圖 4-25、受訪者對於 Airbnb 的服務品質符合期望認知同意度之圓餅圖	25
圖 4-26、受訪者對於 Airbnb 的售後服務讓人安心認知同意度之圓餅圖	25

圖 4-27、受訪者對於 Airbnb 的其商品價格較為便宜認知同意度之圓餅圖	26
圖 4-28、受訪者對於 Airbnb 的其商品服務可受信賴認知同意度之圓餅圖	26
圖 4-29、受訪者對於 Airbnb 的知覺價值之橫條圖	27
圖 4-30、受訪者對於是否會推薦他人使用此平台同意度之圓餅圖	28
圖 4-31、受訪者對於是否會繼續使用此平台同意度之圓餅圖	28
圖 4-32、受訪者對於是否會繼續且持續使用此平台同意度之圓餅圖	29
圖 4-33、受訪者對於網路評價為影響其使用平台同意度之圓餅圖	29
圖 4-34、受訪者對於使用經驗為影響其使用平台同意度之圓餅圖	30
圖 4-35、受訪者對於資料外洩為影響其使用平台同意度之圓餅圖	30
圖 4-36、受訪者對於電子平台之使用意願之橫條圖	31

表目錄

表 2-1、知覺價值的類型	4
表 2-2、知覺品質與知覺價值的差異	4