

致理科技大學
休閒遊憩管理系
畢業專題

與你共享的利益，勝過獨自擁有？
民眾對於海外旅遊中
使用 Airbnb 的風險考量

專 題 學 生：林郁珊 楊雅惠 溫于萱 莊鎮豪

陳逸承 徐少鋒 朱豐誼 周崇展 撰

學 號：10423154 10423103 10423125 10423147
10423127 10423138 10423105 10423102

指 導 教 授：詹悉珍 博士

蔡進祥 博士

中 華 民 國 一 〇 八 年 四 月

目錄

第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究問題.....	4
第三節 研究目的.....	5
第二章 文獻探討.....	6
第一節 共享經濟.....	6
第二節 消費者行為理論.....	8
第三節 旅遊行為.....	9
第四節 旅遊風險.....	10
第五節 Airbnb 的發展.....	11
第六節 Airbnb 各國法律、風險性與爭議，發生過的問題.....	13
第七節 研究價值.....	15
第三章 研究方法與設計.....	18
第一節 研究方法.....	18
第二節 研究設計.....	18
第三節 二手資料的收集及歸納.....	21
第四節 自由列舉法.....	21
第五節 問卷設計.....	21
第六節 資料分析方法.....	22
第四章 研究結果.....	23
第一節 基本資料.....	23
第二節 性別與對於 Airbnb 的理解程度和相關風險案例瞭解程度之差異.....	26
第三節 入住前排序分析.....	28
第四節 入住中風險排序分析.....	33
第五節 入住後風險排序分析.....	38
第六節 全體與性別之入住前風險排序比較表.....	41
第七節 全體與性別之入住中風險排序比較表.....	42
第八節 全體與性別之入住後風險排序比較表.....	43
第五章 結論與建議.....	44
第一節 研究結論.....	44
第二節 針對 Airbnb 之改善建議.....	46
第三節 研究限制.....	47
第四節 未來研究建議.....	47

第六章 參考文獻.....	49
附錄一 問卷 民眾對於海外旅遊中使用 Airbnb 的風險考量	53

表次

表 2-1	台灣有關於共享經濟的線上平台	8
表 2-2	台灣人民常入境的國家與入境人次及該國 Airbnb 相關法律制定有無	13
表 2-3	台灣碩博士論文知識加值系統中以 Airbnb 作為研究對象之統計表	15
表 3-1	研究流程圖	20
表 4-1	對於 Airbnb 的理解程度之獨立樣本 t 檢定	26
表 4-2	對於 Airbnb 的相關風險案例瞭解程度之獨立樣本 t 檢定	27
表 4-3	入住前 FRIEDMAN 檢定	28
表 4-4	入住前事後多重比較 Bonferroni 法	29
表 4-5	入住前風險排序分析	31
表 4-6	入住中 FRIEDMAN 檢定	33
表 4-7	入住中事後多重比較 Bonferroni 法	34
表 4-8	入住中風險排序分析	36
表 4-9	入住後 FRIEDMAN 檢定	38
表 4-10	入住後事後多重比較 Bonferroni 法	39
表 4-11	入住中風險排序分析	39
表 4-12	全體與性別之入住前風險排序比較	41
表 4-13	全體與性別之入住中風險排序比較	42
表 4-14	全體與性別之入住後風險排序比較	43

圖次

圖 1-1	2007 年至 2018 年出國旅客人次統計圖	單位：人次	1
圖 1-2	VISA 旅遊意象調查願意增加的花費	單位：%	3
圖 1-3	VISA 旅遊意象調查願意減少的花費	單位：%	3
圖 1-4	Airbnb 在台灣的搜尋熱度趨勢變化	單位：次	5
圖 4-1	問卷填答-基本資料-性別	單位：%	23
圖 4-2	問卷填答-基本資料-年齡	單位：%	24
圖 4-3	問卷填答-基本資料-教育程度	單位：%	24
圖 4-4	問卷填答-基本資料-職業	單位：%	25

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

根據交通部觀光局觀光統計年報中「歷年國人出國按性別分析」顯示，2007年的出國旅客旅客人次為 896 萬 3712，直至 2018 年，出國旅客人次為 1664 萬 4,684，在十年之中，足足成長了 768 萬人次。值得一提的是，在 2009 年至 2018 年的區間中，出國旅客人次呈現逐年穩定成長，在在顯示，國人對於出國旅遊有相當程度的需求與渴望。

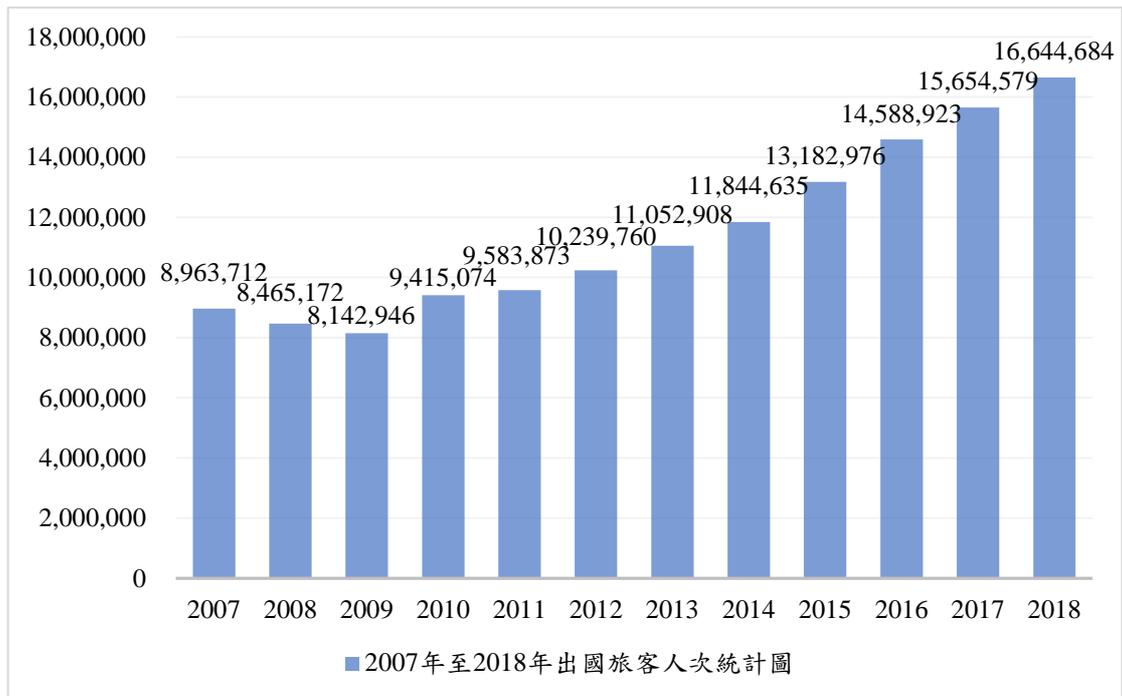


圖 1-1 2007 年至 2018 年出國旅客人次統計圖 單位：人次

資料來源：根據交通部觀光局觀光統計年報中「歷年國人出國按性別分析」數據製圖

隨著產業更迭以及官方對於假期及觀光政策的影響，國人對於觀光休閒相關活動愈來愈加。1998 年 1 月 1 日，政府施行隔週休兩日政策，2001 年 1 月 1 日起，則進一步的實施週休二日，近年來，則有國定假日與放假標準的修改。在這些政策之下，民眾擁有更多個人時間，大幅增加了民眾觀光旅遊的意願，

成功帶動國內旅遊產業，國民對於休閒活動的參與度有所提升，旅遊也逐漸成為一種生活品質提升的象徵性活動。

1978年11月2日，行政院初次開放觀光護照的申請，並自1979年元月起開放國人出國觀光，翻開國人出國旅遊的第一頁，也代表著旅行相關業務從以往的單向，邁入雙向的里程（黃如萍，2015）。1987年7月，政府宣布解嚴，同年11月2日，政府基於實務與人道考量，開放國人赴大陸探親，我國出國人口急速成長。1992年，政府首度開放國人赴大陸旅行、探親、考察、訪問、參展等。

政府開放國人出國觀光初期，出國國人年齡分布以中老年人者為主，出國型態以參加團體套裝旅遊為主，旅遊天數相當長，一次走遍多國（黃如萍，2015）。當時的團體旅遊行程非「馬星菲泰港12日遊」，即「歐洲32日遊」，以多國多天為其主要特色，每天都在趕路、拿行李、check-in，扣掉搭乘飛機時間，平均下來，一個城市僅停留不到兩天；旅客心態則是認為一生就只來這麼一次，一定要走遍所有精華之處，方稱得上是不虛此行。多國多天的旅遊型態在隨著時代變遷之下，逐漸提升品質，轉為定點式的多天一國，甚至是多天一區域，像是「泰國六日遊」、「北海道五日遊」等，開始深入各國城鎮觀光，慢慢體會與沈浸在旅遊的美好中，走馬看花的多天多國型態漸漸被取代。時至今日，隨著資訊化時代的來臨、廉價航空的興起、免簽國家的增加、語言能力的提升、多樣化的旅遊住宿平台及旅遊網站興起，提供旅人無限的便捷，也讓國人對於旅遊擁有更高的自主性，今日的自由行旅遊型態相較於五零年代而言，可說是輕而易舉。不可否認的是，自由行近年來已晉升為國際旅遊趨勢，逐漸取代過去的團體旅遊，二、三天或五天內的短期旅遊蔚為風潮（黃如萍，2015）。

在自由行這樣的旅遊型態崛起過程中，業者相中自由行旅遊的藍海市場，相關的旅遊平台如雨後春筍般成立，提供旅人多元選擇。主打旅遊體驗的平台KKDAY，是目前全亞洲最大的旅遊體驗平台，提供全世界在地體驗行程，瞄準行動旅遊商機，把行程拆成零件，讓使用者透過網站預定，量身打造自己的旅行體驗，成軍不到三年，產品線擴及53國、174座城市，總計超過6千項體驗行程，其中台灣有四百項行程，年營收已達上億元；目前，市場的客源有超過一半來自國外消費者（林淑惠，2017）。旅遊比價平台，Skyscanner，提供機票、飯店與租車的搜索比價服務，特別的是，該網站並不直接進行銷售，而是讓用戶尋找到最便宜的交易後，引導用戶到航空公司、租車公司、飯店、或是旅行社的網站中完成訂購程序，自2001年發展至今，目前每個月有5000萬以上的造訪人次（BBC，2016）。傳統旅行社，也在時代演進下電子化，銷售通路從實體店舖晉升到虛擬網路，積極經營自家網路平台，設立自由行旅客的

專區，搶攻自由行消費者市場，將藍海轉為紅海。各種多元旅遊平台已然成為自由行旅客行前必備的工具。

根據 VISA 支付科技公司 2017 年公布的「2017 Visa 旅遊意向調查」，台灣民眾在海外旅遊時，有 45.3% 的人偏好自助旅行的形式，與近三年數據相較之下，偏好自助旅行的比例首度超越跟團旅行的 28.1%；顯示海外自助旅行的風氣日盛，已成為多數民眾首選。在花費的部分，台灣海外自助旅客相當重視「吃」，受訪的自助旅客有四成（40.8%）願意在餐飲方面增加花費，其次是購物（23.0%）。值得一提的是，減少花費的項目，受訪的海外自助客最願意減少的是住宿花費（37.9%），其次是交通（21.7%），由此可見，台灣民眾對於住宿方面的花費多寡相當在意。

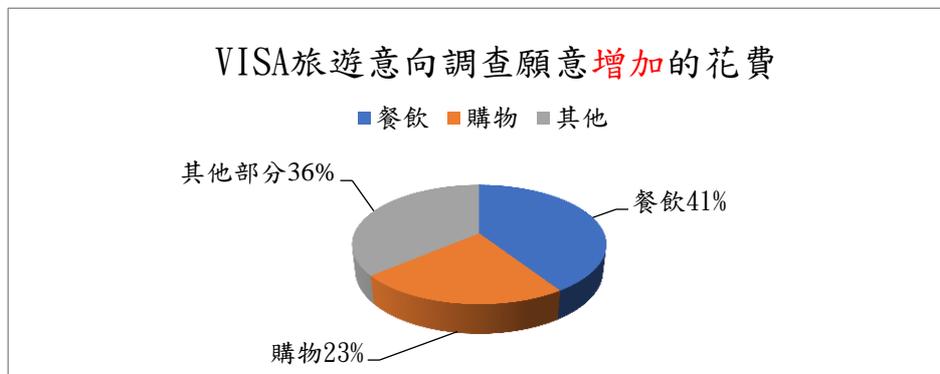


圖 1-2 VISA 旅遊意象調查願意增加的花費 單位：%

資料來源：2017 Visa 旅遊意向調查

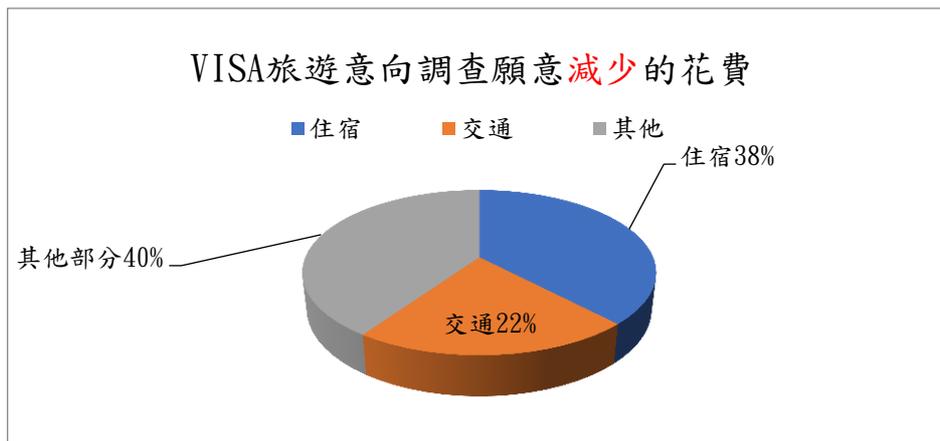


圖 1-3 VISA 旅遊意象調查願意減少的花費 單位：%

資料來源：2017 Visa 旅遊意向調查

眾多訂房網站常讓人覺得眼花撩亂，在不同的訂房網站中實際輸入相同的需求條件，同樣的飯店卻會有相差甚遠的價錢，最終消費者可能以優惠程度作為主要考量，訂房網站的房源多來自於當地飯店，較無法最直接的透過住宿體驗到當地特色。在這一片紅海當中，Airbnb——一個美國崛起的居家租賃平台，帶著共享經濟這個新穎概念襲捲全世界，成立於 2008 年 8 月，至今為止仍震撼整個觀光產業，Airbnb 重新定義了住宿產業的邊界，成為目前全球最大的共享住宿網路平台 Airbnb，一年為全球觀光旅遊業帶來超過 8,000 萬旅客人次（蕭文康，2017）。Airbnb 提供了民眾一個能夠分享資源的平台，能夠運用自己所擁有的閒置房屋，讓來自世界各地的旅客租賃，這種創新的互惠模式，成為了新的趨勢，能夠享受到優渥的價錢、融入當地居民的生活文化以及和房東互動且住宿選擇多元，讓 Airbnb 大受年輕族群以及背包客的喜愛與歡迎，愈來愈多的自由行旅客利用 Airbnb 尋找住房。

第二節 研究問題

Google 搜尋趨勢，舊稱 Google 搜尋解析，是 Google 開發的一款服務，用於分析用戶在 Google 中搜尋過的條目。透過 Google 搜尋趨勢統計工具實際操作，以 Airbnb 為關鍵字搜尋，並觀察台灣地區自 2008 年至 2018 年的 Airbnb 搜尋趨勢熱度。在趨勢統計工具內，100 分代表該字詞的熱門程度在該時間點達到最高峰，0 分則表示該字詞熱門程度的資料不足。而我們將 Airbnb 的搜尋熱度資料以年份為區間加總呈現，Airbnb 從成立初期 2008 年的 0 分開始，低迷了許久，一直到 2011 年，搜尋熱度才略有起色，整年累加下來，搜尋熱度 10 分；接下來的每一年，搜尋熱度呈現穩定且有幅度的成長，甚至在 2017 年高達 1011 分熱度。在在顯示，Airbnb 逐漸被台灣民眾關注。

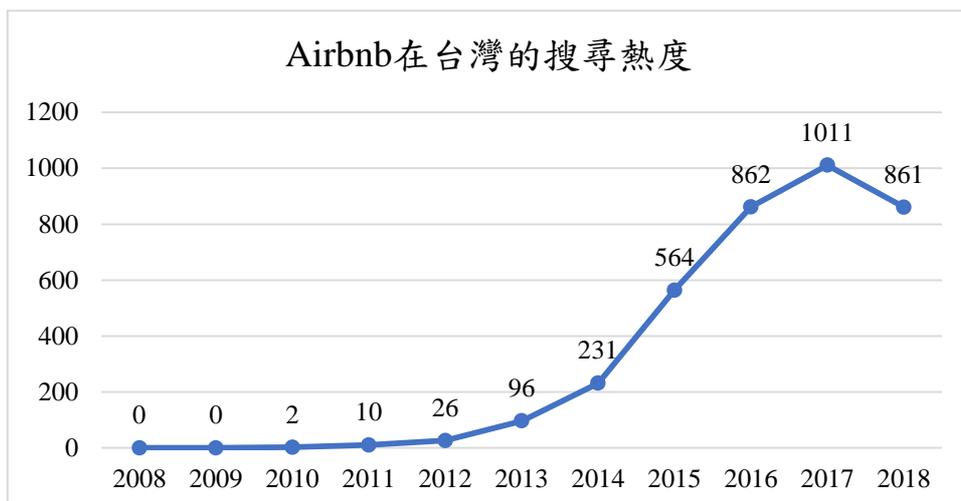


圖 1-4 Airbnb 在台灣的搜尋熱度趨勢變化 單位：次

資料來源：實際操作 Google 搜尋趨勢工具

Airbnb 的發源地為美國，在西方社會中，已是被高度討論與廣泛使用；而 Airbnb 在台灣的知名度，卻是近幾年才有所成長的，在台灣社會中掀起不小的討論聲浪，其備受矚目的焦點，在於與交通部發展觀光條例抵觸，讓 Airbnb 形成一種遊走法律邊緣的狀態。不單是法律抵觸的問題，就文化層面來看，對台灣民眾而言，入住他人私領域，多少還是有些顧忌；也常常因為房東與租屋者雙方之間資訊的不對稱，致使消費者產生了不愉快的住宿體驗，旅遊期間發生的種種案例，讓 Airbnb 不間斷地備受爭議，例如：屋主於室內加裝針孔攝影機侵犯旅客的個人隱私，亦是房屋、房間內有安全性的遺漏，致使旅客可能有性命上的威脅，諸多因素，也引起了廣大民眾的不安（黃美菁，2015）。

與 Airbnb 相關的負面使用狀況頻頻傳出——一項新穎的產物，需要時間與社會磨合，Airbnb 在共享經濟這份新穎概念的圍繞下，成為了一個較高風險的旅遊住宿選擇。本研究將透過二手資料的蒐集，將使用 Airbnb 中可能會面臨到的風險列出，再以問卷讓民眾以排序方式呈現對於風險在意程度高低，爾後針對調查結果數據進行問卷分析及相關探討。

第三節 研究目的

本專題的研究目的為，了解民眾對於在海外使用 Airbnb 的風險考量之排序，希望透過此份調查研究分析，提供給 Airbnb 的經營者，甚至是房東，帶來參考價值，作為了解台灣民眾對於 Airbnb 的風險考量，進而能夠針對台灣民眾最在意的風險，多加著墨改善。

第二章 文獻探討

第一節 共享經濟

1.1 共享經濟的定義

共享經濟為閒置資源再分配，讓需要的人得以較便宜的代價借用資源，持有資源者也能或多或少獲得回饋，是一種共用人力與資源的社會運作方式，包括不同的人與組織對商品和服務的創造、生產、分配、交易和消費的共享，人們可將所擁有的資源租借給他人，使未被充分利用的資源獲得更有效的利用，從而使資源的整體利用效率變得更高在網路社群與行動裝置的助力下，加速共享經濟的發展，比如私人汽車透過平台實現共乘作用、人們的空房也能租借給旅客，有房有車者也能得到報酬。但以利益為出發點的經濟形式，能否仍可稱為原初具有社會主義精神的「共享」，且經常與現行法令衝突、或雙方交易行為難以現行法律界定責任歸屬，也引起諸多爭議。

Nesta 英國創新獨立基金會（2014）對於共享經濟的定義為，凡是利用網路科技連結分散的群體，促使貨品、技能及其他有用的事物，能更有效的利用，均屬共享經濟的範疇，而英國政府則於「解放共享經濟」提到，共享經濟是藉由網路平台分享自有資產、資源、時間及技能，並透過資源分享獲得收入。

Hsinlan Chen（2016）認為共享經濟（Sharing Economy），旨在網路時代裡，所有的科技產品、服務都能被眾人使用、分享甚至出租。因此，藉由網路作為信息傳輸平台，個人或企業行號能透過出租或共同使用的方式用合理的價格與他人共享資源。換言之，就是使用者用「租賃」取代「購買」，和社會上的其他人共用資源。共享經濟的核心理念，是「閒置資源」的再使用。擁有閒置資源的個人或企業，透過有償租賃的方式，讓無法負擔此一費用的對象以相對便宜的價格獲得使用權。過去，出租必須透過文書或口頭承諾才有效力，但由於網路、物聯網、行動支付方式的發展，終端使用者能夠以「個人」對「個人」的方式共同使用資源、減少閒置產能的浪費。雲端運算（Cloud Computing）是共享經濟體制內不可或缺的一環。在雲端平台上，擁有者能夠分享資訊給特定的消費者，並收付款項。網路環境的改善與智慧型手機的快速崛起，有效地提供產權擁有者和需求者直接連結的平台，扣除掉中介商的仲介費用，供需雙方都能有效節省成本。共享經濟已經不再侷限於實體的分享和租借，而延伸到知識、智慧產權的分享與交換。

1.2 共享經濟的發展

共享經濟這個概念早已有之在以前的傳統社會裡，朋友之間借書或共享一條信息、包括鄰居之間互相借東西，都是一種形式的共享。但這種共享受制於空間和關係兩大要素，一方面，信息或實物的共享要受制於空間的限制，只能僅限於個人所能觸達的空間之，另一方面，共享需要有雙方的信任關係才能達成。2000 年之後，隨著網際網路時代的興起，用戶在網路空間開始向陌生人表達觀點，但以往主要侷限在表達的內容，並沒有任何實物上的交割，也不帶來任何金錢上的報酬。到了 2010 年前後，出現了像是 Airbnb 這類的共享平台，人們從原有的無償分享和信息分享走向了以獲得報酬為主要目的（中國網中國國情，2017）。

從 2010 年以來，全球網際網路市場興起一股新的商業模式「共享經濟」（Sharing Economy）。以 Airbnb、Uber、Lyft 等新創企業為首，這群新創公司通常以線上中介平台自居，打破過往私人企業經營的概念，將每個產值或商業單位縮小到個人。任何人都可以藉由線上平台提供或「分享」各種商品或服務。這種商業模式更像是打工族，因為人人都可以在自己閒暇之餘，將自己的汽車或房間出租，加入共享體制的一環（曾筱媛，2015）。

表 2-1 台灣有關於共享經濟的線上平台

汽車		Uber	房屋		Airbnb
		Zipcar			共生公寓
		LINE 私人 叫車	空間		PickOne
機車		WeMo			WeWork
單車		oBike	廚房		DearChef
車位		USPACE			食酷
物流		GoGoVan	蛋		台灣好蛋 大平台
		Lalamove	家事		潔客幫

資料來源：鉅亨網股份有限公司陳怡婷

第二節 消費者行為理論

近年來，針對消費者行為的研究日盛，原因在於企業已經瞭解，如果要獲利，應該先滿足消費者的需求與慾望，為了貫徹這個理念，企業必須先了解消費者，以提供消費者想要購買，並且樂於使用的產品與服務（吳青松，1998）。

有關消費者行為的相關理論甚多，以 E.K.B.模式為例。E.K.B.模式是由 Engel,Kollat 與 Blackwell (1984) 所提出的消費者行為的觀念性架構，認為消費者為滿足某些需求所採取的一連串步驟來解決他們所面臨的需求問題，包含需求確認、資訊蒐集、方案評估、購買決策與購後行為五個階段。E.K.B.模式將消費者行為分述如下：

一、需求確認

消費者行為主要起因於需求問題的產生，需求可能從內在動機或外在刺激的影響，進而引發消費者的各項行為。所以需求確認是任何消費者行為的最出階段。

二、資訊蒐集

消費者需求確認後，即開始收尋各項相關資訊。有關消費者資訊的來源除內部搜尋，即消費者的經驗或知識等，還包括外部搜尋，即消費者從外部資訊中收集有關訊息，以便利購買決策之完成及進行。

三、方案評估

消費者在蒐集其所需資訊後，即會對可選擇的方案加以評估，同時消費者會受到個人差異、需求、生活型態及環境等的影響做出決定。最後，消費者將產品中所能帶來的利益或滿足其需要的能力視為一種屬性的組合，依照此屬性的組合選擇所需要的產品。

四、購買決策

消費者從各種產品中經過審慎的評估後，如能滿足其需求並能得到最大的利益或價值，便會做出購買決策。

五、購後行為

消費者於購買或使用產品及服務後，會依據預期的期望或價值來評斷滿意度。滿意或不滿意則將影響到消費者下次是否願意再次購買。

第三節 旅遊行為

旅遊行為是一種體驗所構成，旅遊體驗指的是消費者購買旅遊產品前後其所認為重要的特性（黃志文，1993）。因此旅遊行為可視為旅客購買旅遊產品時所認為的重要特性，在體驗後是影響遊客旅遊後行為的重要因素（侯錦雄、林宗賢，1996）。

遊客從旅遊需求到行動再轉為體驗的過程中，遊客旅遊需求與動機會受到個人特性與過去經驗等影響，且個人對從事旅遊有不同期望，近而引發旅遊行為（余幸娟，2000）。若將旅遊視為一種行為，其意義可解釋為當遊客選擇旅

遊時的決策即是一種消費，而旅遊所提供的設施、體驗或是服務就是產品，意即旅客在旅遊活動所購買的是一種非實質性的產品，為一種旅遊體驗或是服務（陳光華、容繼業、陳怡如，2004）。

旅遊行為除包括旅遊前購買決策過程及外顯的旅遊活動外，還包括引起遊客從事旅遊後的一種內在體驗歷程，個人的需求受到外在與內在的刺激所引起，並進一步引發消費者動機，而在消費者的決策過程中則會受到外在因素、資源因素、社會因素與個人因素等而影響其資訊收集、評估與參與等行為；因此旅遊行為的研究包括旅遊動機及其活動與影響旅遊活動因素之研究（李銘輝，1998）。

第四節 旅遊風險

旅遊風險是指在進行旅遊活動中可能發生的危險因素，而旅遊活動所伴隨的風險是不以人的意志為轉移的客觀事實。消費者必須一開始先承擔高風險知覺，而於真正消費後才得以正確評估其品質是否抵銷風險，甚至感受到高度滿意。

Anshul Garg（2015）認為人們出於安全考慮，有些遊客會去熟悉或附近的地方旅遊，避免犯罪率高和政治不穩定的國家或地區，廣泛的認知決定了目的地對潛在旅客的可取性和吸引力。調查旅遊風險認識的重要性已經在心理學，社會學，犯罪學和市場營銷等多個不同學科中得到了認可。人們通常認為，對安全的看法可能會影響個人的目的地選擇。消費者利用各種渠道收集的信息，如口碑，不同形式的媒體，指南，與親友交談，形成對特定目的地的感知。

Leggat, P. A.（2006）指出旅遊風險必須將目的地、旅遊形式、旅遊者的過去病史，及外力介入等因素列入評估。整體來說，可泛指旅遊過程中，可能遭遇任何可預測或不可預測之風險。

王國欽（1995）認為旅遊風險是指旅遊者在旅遊過程或行程中可能感受的風險，此風險的產生主要來自於行程中及目的地所提供的旅遊服務條件。包含身體風險與設備風險兩大類，身體風險是指旅遊行程中因治安、氣候或衛生等條件，使身體置身危險、受傷或生病之可能性；而設備風險是指旅遊行程中因設備不足或故障所產生的風險，如通訊設施不足、交通不便、車輛故障損害等。

江佩洵（2006）認為旅遊風險包含六大構面，分別是：交通與通訊、治安、住宿、衛生、醫療救援及旅遊景點風險。Moutinho（1987）風險歸納為功能性、身體、財務、社會及心理風險。就消費者的立場而言，交付款項予旅行社排定行程之後，就產生了風險。如：天候不佳、旅行社倒閉、人數不足成團等原因，皆會造成消費者付款後無法順利前往旅遊。

趙偉琛（2008）在其研究中指出，一般人在做旅遊決策的時候，會經由接受到的外在資訊，來評估知覺到的風險，當知覺到的風險相當大，就會改變原來的決策。廖有吟（2003）認為旅遊風險是指旅遊者在未體驗旅遊產品前，心裡會產生不安全感與不確定感，在旅遊過程中，則會從行程及目的地所提供的旅遊服務條件感受到風險。陳思倫（2001）研究指出，旅行業必須認知到 12 類之大陸團體套裝旅遊風險，包括：簽證風險、交通風險、通訊風險、住宿風險、餐飲風險、旅遊景點風險、購物風險、服務風險、醫療風險、社會治安風險、旅行業者操作風險，及其他風險等。呂新發（2006）將旅行業國民旅遊之風險分為餐飲衛生、醫療救援、住宿、交通、操作及接待、旅遊景點。

Bentley（2001）將旅遊活動發生意外的嚴重性和意外發生機率分為四類：一、從低到高的遊客傷害意外；二、關於活動所察覺的風險等級；三、涉入活動的身體等級；四、可能意外的嚴重性和風險經驗不需要視為相同。

第五節 Airbnb 的發展

Airbnb 成立的契機，源自於 2007 年 10 月，兩位舊金山剛畢業的設計師 Brian Chesky 與 Joe Gebbia，正因為付不出房租而困擾，於是萌生了新的想法，他們決定在自家閣樓擺上 3 張床墊，並設立一個簡單的網站，以每天 80 美金的方式出租給旅客，恰逢那時舊金山正好在舉辦一個設計展，但周邊的旅館都被訂滿了，他們很快發現到，自己的機會來了，於是展開了「家庭旅店」的生意，網站上放了三張氣墊床的照片便開始招租，很快他們得到了三個旅客。一個禮拜後，他們開始持續收到世界各地人們的電子郵件。

他們也把這樣的作法複製到其他大型集會上，如 SWSX（美國音樂節），並開放使用信用卡在線支付，2008 年 2 月美國總統大選，造勢晚會當晚，有 10 萬人湧入科羅多州的丹佛，但當地旅館只能容納得下 3 萬多名旅客，於是 Airbnb 趁勢補足了住宿短缺，最後成功在選舉大會上高度曝光，一舉成名。

時間到了 2012 年，Airbnb 的訂房數已經超過希爾頓（Hilton Hotels）的總和，達到一千萬的驚人數量，在 2012 年 8 月 4 號當天更是創下了，一晚 6 萬次訂房的新紀錄，其中竟然高達 75% 是新用戶。比起前一年（2011）成長了五倍之多，向全球證明這個商業模式的影響力（劉恭甫，2013）。

2014 年，這一年當中，Airbnb 的網站，行動應用更新了，甚至公司的 logo 也接繼更換，並在網站上設立一個自訂的圖示產生器，鼓勵人們發揮創意，幫 Airbnb 創造一個新的 logo。同時 Airbnb 已經有高達 1000 萬的住房人數和全球 55 萬個房間數目，TechCrunch 預估 Airbnb 估值達到了驚人的 200 億美元（Anna Escher & Jordan Crook，2015）。

2015 年 Airbnb 已經在全球超過了 34000 個城市落地展開服務，在全球備有 110 萬間房子供給使用者，發布的房屋租賃資訊多達 5 萬條。這番成績，Airbnb 只用了 7 年，被（時代雜誌）喻為「住房中的 ebay」（馬化騰、張孝榮、孫怡與蔡雄山，2017）。

2016 年底，Airbnb 在全球的 191 個國家、34000 多個城市的房間可供消費者預訂，而使用過 Airbnb 的房客總數更多達 6000 多萬人，因此也有人預測本身不擁有任何一家飯店甚至是任何一個房間的 Airbnb，未來將篡奪洲際酒店集團和各地的希爾頓酒店，成為世界上最大的連鎖飯店品牌（DoMarketing, 2014）。Airbnb 預估市值已高達 300 億美金，在新創公司當中，僅次於 UBER 和小米，雖然不是一路順遂，但不可否認的是，Airbnb 正以高速在成長。

Airbnb 所鞏固的並非「現有市場」或是那些「尚未被滿足」的顧客，他不去改善原有的訂房網站模式，而是開啟了一套新的運作模式—負責媒合供給與需求雙方，但不需要購買供給方所提供的資源（如房、車），也不需雇用供給方人員可節省大筆的資本支出，以及規避勞動法令所產生的人事成本這種破壞有規則的新模式成功吸引到很多消費者，但共享經濟的創新商業模式勢必衝擊既有的法律管制規範。Airbnb 運用網路平台，將成本有效的降低也增加了收益，同時也顛覆原有的市場競爭秩序，造成從業人員與消費者權益保護不周的疑慮同時在許多國家遭到相似性質的業者抵抗，因其不僅會對既有受到管制的行業（如飯店旅館業、民宿業）產生市場競爭的衝擊，也會有對平台供需雙方的從業者與消費者之權益保障是否充足的問題（陳佑寰，2016）。

第六節 Airbnb 各國法律、風險性與爭議，發生過的問題

6.1 各國有關 Airbnb 相關法律

Airbnb 的違法問題及安全疑慮隨著越來越火紅，而漸漸被大家注意，因而引起政府介入管制。

根據中華民國交通部觀光局的觀光統計年報，整理下列台灣人民常入境的國家，抑整理有關 Airbnb 相關法律做成以下表格：

表 2-2 台灣人民常入境的國家與入境人次及該國 Airbnb 相關法律制定有無

地區	合法程度	有無訂定相關法律	稅制問題
亞洲			
日本 Japan(4,295,240)	有限度的合法	✓《住宅住宿事業法》	✓
大陸 MainlandChina (3,685,477)	需獲得各行政部門的批准及房屋建築內其他樓層住戶的同意	✓《旅館業治安管理办法》	✓
香港 HongKong (1,902,647)	證實民宿無照經營，房東和租客都需要負刑事責任	✓《旅館業條例》	✓
韓國 Korea, Republic of (808,420)	採取諸多管制措施	✓	✓
泰國 Thailand (532,787)	Airbnb 的商業模式在舊有的泰國法律框架下被視為非法	×	×
新加坡 Singapore (319,915)	禁止房屋擁有者提供低於六個月的短租行為	✓	✓
菲律賓 Philippines (231,801)	合法	✓	△要求在 Airbnb 的機構上繳納相同的酒店稅
印尼 Indonesia (175,738)	無立法	×	×
大洋洲			
澳大利亞 Australia (139,501)	在不同省份有不同的處理方法	✓	✓
紐西蘭 New Zealand (2,804)	目前各市議會之間對 Airbnb 非法的界定各有不同的規則	✓	✓
美洲			
加拿大 Canada (93,405)	需要購買年度營業執照	✓	✓
美國 United States of America (527,099)	30 天以下短租為違法行為	✓	✓
歐洲			
德國 Germany(66,454)	禁止短租整棟公寓，違者將處 10 萬歐元罰鍰	✓《防止房屋濫用法》	✓

表 2-2 台灣人民常入境的國家與入境人次及該國 Airbnb 相關法律制定有無（續）

法國 France (46,461)	當地議會有權決定民宅短期出租的天數最低數，超過此數則必須登記註冊	✓	✓
荷蘭 Netherlands (32,851)	一年只能出租 60 天，一次最多只能租給 4 個人	✓	✓
英國 United Kingdom (16,321)	准許倫敦的 Airbnb 屋主每年放租 90 日	✓	✓
義大利 Italy (13,054)	嚴查那些偷稅漏稅的房東	✓	✓
瑞士 Switzerland (5,529)	還在討論是否限制 Airbnb 的發展，還沒有確切的結論。	×	×

資料來源：根據中華民國交通部觀光局的觀光統計年報與查詢資料整理

6.2 風險性與爭議

根據以上整理，可以發現 Airbnb 在諸多國家中，完整的法律規範還未正式上路，也並非在每個國家都合法，所以在部分國家中 Airbnb 依然游走在法律的灰色地帶。而在政府立的法案中，公家機關在乎的大多是 Airbnb 在稅金部分的問題，對於民眾使用的安全性及權益並無太多著墨。

雖然 Airbnb 有提供評分的機制—由房客在旅程結束後撰寫評價，該評價會同時顯示於房源頁面及房源管理人的個人資料頁面。Airbnb 上的所有評價均來自 Airbnb 社區中的房東和旅客，因此看到的評價都是來自房客實際在房東房源內住宿後的心得（Airbnb，2018）。因為如此評價成為其他房客是否選擇此房源極重要的指標之一，若房東有不好的行為或不實的資訊提供，可能會因為前房客的負面評價，而面臨被 Airbnb 除名或沒有其他人願意入住的原因，而在研究上也顯示：比起行銷手法，人們會更願意相信那些真實體驗過，然後來留下評論的這些人，也就是為什麼部落客的食記或是旅遊札記往往會成為大家重要的參考指標。所以你可以在網頁上看到這些評分星等與留言，然後也就真正的相信了。然而真的是這樣嗎？其實不是的，往往房客有可能因為房東非常熱情的招待或有禮，而不好意思給予低價的評分（彭仁柏，2015）。但卻十分有可能在其他地方有缺點，也許是房子沒有很乾淨，或是其他不利於房客居住的環境。且 Airbnb 所帶來營業模式，讓所有人都可以自由的在這個平台上當起小房東，然而可能就連 Airbnb 都無法非常有效和強制的去掌握這些房東，這時跟傳統的飯店比起來，並沒有明文的法律去約束這些意圖犯法的人，想要投訴也無完備管道，Airbnb 能做的除了將這些人永遠禁止使用這個平台或是罰款，除此之外並沒有辦法更強制的去約束他們，所以使用 Airbnb 服務時需要更小心謹慎，對於自己的財務、安全，更應該特別留意（彭仁柏，2017）。潛在的危險

也是使用 Airbnb 租屋的問題之一，房子本身的建造是否符合安全標準，消防的安全性也不需要出現在網路頁面，鄰居或周遭的治安環境也不必公布於網頁，也有房客在租住過程中受到暴力犯罪而導致人身損害的可能。些潛在的危險都會影響到住戶的安全（彭仁柏，2015）。

第七節 研究價值

在台灣碩博士論文知識加值系統中，以 Airbnb 作為關鍵字進行搜尋（2019），並將搜尋到的全數五十筆資料，按照碩博士論文原先投稿的類別分類，整理成下列表格透過分類後，可以清楚的了解到，當今對於 Airbnb 相關的論文研究，多著眼於企業管理學以及法律學這兩大類別，分類中的論文數量分別為 21 篇與 4 篇，多著重其成功創新因素、行銷手法、法律問題等進行探討。其餘類別的論文數量只有一至兩篇。觀光休閒學類對於 Airbnb 的討論僅有兩篇，主要探討消費者對於 Airbnb 的滿意度、忠誠度、與網路口碑之關係。然而，Airbnb 已為觀光休閒產業帶來相當程度的影響，不僅重新定義了旅途中的住宿意義，也重新定義房主與房客的關係，震撼了整個觀光產業，部分旅館民宿甚至是被迫回頭省思該企業的自我定位。近年，共享經濟的風潮席捲全球，Airbnb 作為一個成功案例，也不斷的被社群媒體提出來探討與放大檢視，報導多數針對 Airbnb 對於台灣旅宿業現況影響及在地合法性進行探討。

表 2-3 台灣碩博士論文知識加值系統中以 Airbnb 作為研究對象之統計表

類別	篇數	題目
企業管理學類	1	Airbnb 顧客的知覺風險、知覺價值對信任的影響：以情緒作為干擾變項
	2	The Reservation Intention and Behavior on Airbnb：Language Expectancy Theory and Communication Accommodation Theory Perspective
	3	Understanding of Willingness to Disclosure and Intention to Register of Sharing Economy through Airbnb
	4	Airbnb 之個案研究
	5	共享經濟模式的消費滿意度及再購行為之研究-以台灣地區的 Airbnb 為例
	6	人格特質、知覺風險與知覺價值對使用意願之影響—以 Airbnb 為例
	7	以共享經濟觀點探討臺灣 Airbnb 經營之關鍵成功因素

表 23 台灣碩博士論文知識加值系統中以 Airbnb 作為研究對象之統計表 (續)

企業管理學類	8	關係行銷的使用之比較與對比 -以 Airbnb 及 TripAdvisor 為例
	9	住宿業訂房平台線上評論之比較性分析 -以 Agoda 與 Airbnb 為例
	10	網站品質與服務品質對消費者行為意圖之影響-以 Airbnb 平台為例
	11	共享服務再使用意願之研究-以 Airbnb 與 Uber 為例
	12	共享經濟平台消費者行為模式之探討-以台灣使用 Airbnb 平台消費者為例
	13	信任傾向與參與 Airbnb 意圖：探討對平台之信任、對房東之信任及知覺風險之中介
	14	以信任基礎探討我國旅客選擇 Airbnb 因素分析
	15	共享經濟之社會影響-以 Airbnb 為例
	16	Applying Theory of Planned Behavior to Explore the Antecedents of Behavior Intentions toward Collaborative Consumption : Case of Airbnb
	17	以 Airbnb 顧客評論分析服務品質與顧客滿意度
	18	探討網路口碑、品牌信任、品牌權益與創新抵制對抵制程度的影響研究-以 Uber 和 Airbnb 為例
	19	以 PEECOC 架構分析 Airbnb 平台生態之交互作用
	20	探討共享經濟潛在顧客交易前之信任基礎-以 Airbnb 為例
21	Electronic Word of Mouth in the Choice of Accommodation in Taiwan : A study of Airbnb	
法律學類	1	數位經濟跨境法律問題研究-以 Uber 及 Airbnb 為中心
	2	共享經濟商業模式之法律問題探討-以 Airbnb 為例
	3	論現行法規與共享經濟之調適-以 Airbnb 為例
	4	共享經濟社群平台下的消費者保護-以 Airbnb 於日本與我國之運作及規範為例
電算機一般學類	1	探討消費者對共享經濟模式下網路訂房意向之研究-以 Airbnb 為例
	2	在共享經濟平台中資源提供者的視覺線索對租用者的信任與行為意圖之影響-以 Airbnb 為例
	3	以期望確認理論探討 Airbnb 房東持續使用意圖之原因
	4	應用共享平台 Airbnb 的使用者偏好於個人化之推薦系統
	5	共享經濟商業模式與消費者行為之研究以 Airbnb、Uber 與 Ubike 為例
財務金融學類	1	出國旅客住宿動機、滿意度與忠誠度之研究-以 Airbnb 為例
	2	共享經濟面臨的挑戰及風險探討 -以 Uber 和 Airbnb 為例

表 23 台灣碩博士論文知識加值系統中以 Airbnb 作為研究對象之統計表 (續)

財務金融學類	3	以轉換成本觀點探討共享經濟的使用意圖-以 Airbnb 為例
	4	共享經濟價格空間分析- 以 Airbnb 為研究對象
	5	共享經濟下使用者對於 Airbnb 使用行為之探討
經濟學類	1	共享經濟平台下的信任機制之個案分析-以 Airbnb 為例
都市規劃學類	1	民眾對 Airbnb 外部性 認知之研究
其他商業及管理學類	1	以 Airbnb 為主題之創新服務設計
	2	共享經濟的困境與限制-以 Airbnb 為例
	3	Airbnb 共享經濟平台的經營策略之研究
餐旅服務學類	1	探討自助旅行旅客選擇住宿 Airbnb 行為意圖
	2	尋路策略與系統效能對於旅客推薦 Apps 意願之研究-以 Airbnb 為例
觀光休閒學類	1	網站品質、價格、滿意度與忠誠度之相關研究—以訂房網站「Airbnb」之消費者為例
	2	民宿顧客住宿動機、住宿體驗與網路口碑之關係-以 Airbnb 為例
行銷與流通學類	1	共享經濟營運模式之研究-以 Airbnb 為例
運動休閒及休閒管理學類	1	影響臺灣 Airbnb 線上住宿價格因素之研究
公共行政學類	1	Airbnb 與周邊住宅價格及觀光型旅館收益關係之探討
運輸管理學類	1	探討共享服務之使用動機、顧客價值及再使用意願之研究：以 Airbnb 為例

資料來源：台灣碩博士論文知識加值系統

以上述內容做為參考，能夠發現，目前的研究，缺乏在觀光休閒產業對於 Airbnb 的關懷與討論，更加印證本論文研究主題，對於觀光休閒產業研究而言，有高度的必要性與意義性。

透過二手資料蒐集與問卷，了解台灣民眾在進行海外旅遊中使用 Airbnb 的風險因素考量排序，進而透過民眾背景進行問卷分析及其關聯性探討。期望此專題的研究成果最終能夠提供給 Airbnb 作為參考，發揮其最大的研究價值，在了解民眾的考量及需求後，針對提出之建議進行改善，讓 Airbnb 更能掌握台灣民眾對於海外旅遊的需求，提升台灣民眾在海外 Airbnb 的使用率。

第三章 研究方法與設計

第一節 研究方法

本次研究將採取量化研究典範進行，將透過有系統、客觀及可驗證的流程，來探究台灣人民對於使用 Airbnb 的潛在風險考量。主要的研究方法為問卷調查法，抽樣方法為便利抽樣，以隨意性原則去選擇樣本。本研究主要以線上問卷調查系統「survey cake」來進行問卷調查，較不受時間、財力及人力成本的限制影響，且因網路問卷的地理回彈性較大且最為便利，具時效性、可達到良好的匿名性，可降低資料輸入的誤差、需要的費用也最為低廉，故將利用各大網路社群（Dcard、Facebook、Mobile 論壇）進行線上問卷的發放，問卷之發放將於 2018 年 03 月 01 日至 2018 年 12 月 31 日期間進行，預計發放 300 份問卷，回收率需達到 9 成。本研究擬選擇北部地區臺灣人民為主要調查對象，並蒐集部分中部、南部地區及離島地區含澎湖、金門、馬祖居民為次要調查對象。

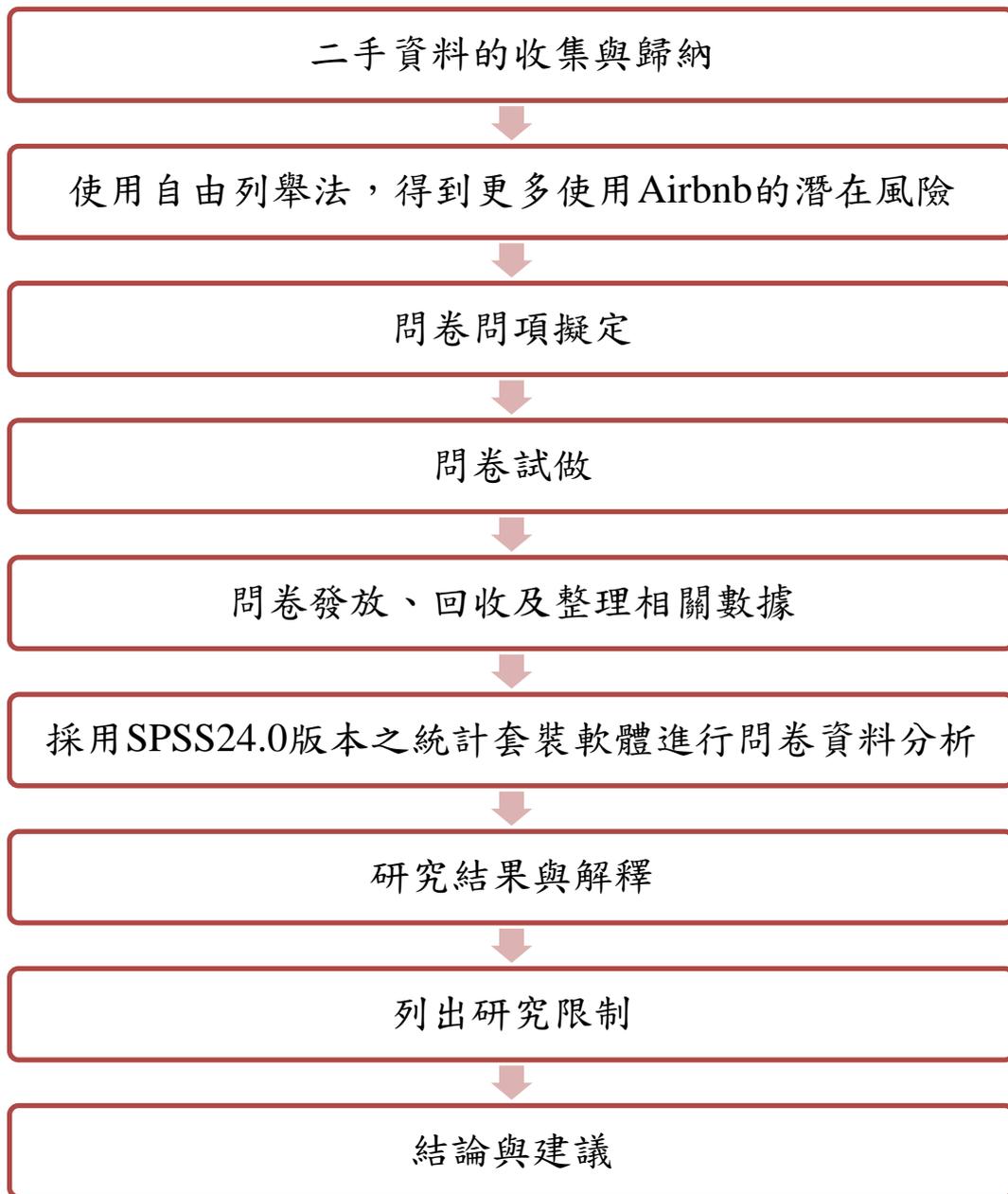
Airbnb 做為一個大眾文化的產物，在網路及共享經濟的發展下形成的流行，人們可以透過網路輕鬆操作該網頁，預訂住宿，因此使用網路問卷的方式來瞭解民眾對於 Airbnb 的各種意見是合理且適當的。透過網路問卷所得到的結果，整理並編碼後，再採用 SPSS24.0 版本之統計套裝軟體做為資料分析工具進行分析，藉由所得之相關數據加以分析後，幫助 Airbnb 更瞭解消費者的疑慮及對該品牌的印象進而達到改善及加強的目的。

第二節 研究設計

本研究欲探討國人在旅遊過程中對風險的考量，將採取以下步驟，先於大型討論社群網站中（PTT,Dcard）收集大家對使用 Airbnb 所發生的風險進行記錄與分類，再採取人類學民俗誌領域在文化一致性與休閒文化一致性理論基礎研究所常用的自由列舉法以補足二手資料收集的不足，Gatewood（1983）認為話家常可以對生活中許多文化範疇列出項目來，特別像休閒活動此類具象名詞，Bertrand（2006）也認為自由列舉是用來蒐集某特定範疇（domain）或主題資料的一種非常簡單有效的方法，透過請受訪者列舉出他們對特定範疇或主題，所能想到的所有相關項目，便能夠迅速且有效地取得研究所需來自受訪者的一手資料。透過自由列舉，可取得受訪者在特定範疇內所知道項目種類的明

細。故本研究將透過有使用過 Airbnb 之民眾或對此新形態住宿模式有使用經驗的人進行簡單訪談，了解除了在第一手資料收集到的風險外，還有哪些風險是使用 Airbnb 可能發生的。接著將上述所得到的風險按照住宿前、中、後進行分類，變成量化研究的問卷中的排序問項，使民眾在問卷中對前中後三大項風險依照自我感官對風險的嚴重性及擔心程度進行排列，也透過調查民眾的背景資料得知特定族群是否有不一樣的認知，預計在網路社群上（Dcard,Facebook,Mobile01 論壇）發放問卷 300 份，回收率需達 9 成，再透過系統檢定分析，再解釋與分析結果進而提供研究給 Airbnb 做為參考，幫助 Airbnb 作為改進的參考，也可使民眾對於此種訂房網站有更清楚的理解，有更多元的選擇。以下為本研究的研究流程圖。

表 3-1 研究流程圖



資料來源：專題組員共同規劃

第三節 二手資料的收集及歸納

於 2018 年，利用社群網站 Dcard 與 PPT，以關鍵字黑特 (hate)、Airbnb 等字樣搜尋，得到關於訂房被取消的類似案件各有 7 筆資料，房源與照片不符合各有 5 筆和 1 筆，價錢標示不一，各有 1 筆資料，疑似詐騙在 Dcard 上有 2 筆資料，在 PTT 上與騷擾相關有 1 筆資料，客服難連絡上有 3 筆資料，房東態度不佳的類似反映的有 5 筆資料，為彌補此階段的風險收集不足，將對於有 Airbnb 相關使用經驗的民眾進行其他風險的收集。

第四節 自由列舉法

訪問曾經使用 Airbnb，並且有相關使用經驗的民眾，得知 Airbnb 可能發生的風險如下：

無預警被取消訂房、房間確定價格需等待房東回覆訊息，不像其他訂房網站可以快速決定、沒有客服電話可供緊急連絡處理問題（客服難連絡上）、無法順利找到入住房間的地點（找不到路、房東提供的地址不明、查無地點）、了解房源時與房東語言有隔閡（聽不懂、不會說）、他人阻止或嫌棄使用 Airbnb，或對使用者的態度不以為然、在 Airbnb 找房子，卻沒有十分滿意的、花了大量時間在 Airbnb 找房源、訂房資訊不透明，造成認知上的落差、房東提供資訊不實、性騷擾、性侵害、受到房東暴力威脅、房間設施有問題（東西壞掉，房子漏水）、房間設施有安全疑慮（天花板坍塌、電線配置外露）、房子設備有問題，造成住客受到傷害，求償無門、價格標示變動無依據，完全照房東心情、房東素質良莠不齊（人品不佳、人格惡質、侵犯住客隱私）、訂的房屋觸犯當地法律，容易被取締，可能須負連帶責任、房東多為素人房東，服務品質和整潔環境比較沒有旅館那麼好、金錢或其他東西被偷、沒有像飯店一樣的接待處，會造成離開或入住的不便性、得到房東極差的網路評價、疑似詐騙。

第五節 問卷設計

本問卷第一個部分為對受訪者的相關背景調查，欲了解不同背景下對 Airbnb 使用風險的排序有無差異。

在第二部分的個別問項中，皆使用李克特五等量表 (Likert scale) 此量表為一種心理反應量表，是目前調查研究中使用最廣泛的量表，可得知當受測者

回答此類問卷的項目時，他們具體的指出自己對該項陳述的認同程度，使用五個回應等級。

第三部分為民眾對於入住 Airbnb 前中後風險大小程度的排序，分別依照對於風險的在意程度進行排序，先選擇的選項，代表受試者認為面臨的風險愈高（數字 1 風險最大，以此類推）。問卷請參閱附錄。

第六節 資料分析方法

本研究採用 SPSS24.0 版本之統計軟體做為資料分析工具，就本研究採用之方式為敘述統計量、獨立樣本 T 檢定、無母數分析法 Friedman 檢定、事後多重比較：Bonferroni 法 / Post hoc：Bonferroni correction。

問卷第三部分為民眾對於入住 Airbnb 前中後風險大小程度的排序，先選擇的選項，代表受試者認為面臨的風險愈高（數字 1 風險最大，以此類推）。為了更好理解此概念，本研究在進行研究分析前，已將數據加權轉換，將排序 1 者，因視為最重要，給予 10 分；排序 2 者，因視為次之，給予 9 分。

一、敘述統計量

本研究將利用百分比分析樣本之性別、年齡、教育程度及職業等基本資料，以便了解受試者之分布狀況，進而篩選出較主要的族群，以利其他的分析。

二、獨立樣本 T 檢定

使用獨立樣本 t 檢定 (Independent Sample t test)，欲瞭解性別與對於 Airbnb 的理解程度及對於 Airbnb 相關風險案例瞭解程度之顯著性。分組變數為性別，檢定變數為對於 Airbnb 的理解程度及對於 Airbnb 的相關風險案例瞭解程度。

三、無母數分析法 Friedman 檢定

本研究之問卷第三部分為對於風險的大小程度進行排列。為間斷變項次序量尺，Friedman Test 可用在類似於相依樣本單因子變異數分析情況，用來檢視本研究各風險的加權平均等級和者為高。

四、事後多重比較：Bonferroni 法

完成 Friedman Test 後，通常會需要進行事後比較。

SPSS 建議採用 Bonferroni adjustment 的校正，利用此分析方法，才能檢定變項之間有明顯的差異

第四章 研究結果

本研究問卷採取便利抽樣作為樣本對象，於網路進行問卷發放，最後回收 309 份問卷，實得 309 份有效問卷，回收率為 100%。本研究採用 SPSS24.0 版本之統計套裝軟體做為資料分析工具。

第一節 基本資料

基本資料，研究有效樣本 309 份之中，在性別的填答人數上，男性共有 155 人，佔整體性別比例的 50.16%，女性共有 154 人，佔整體性別比例的 49.84%。

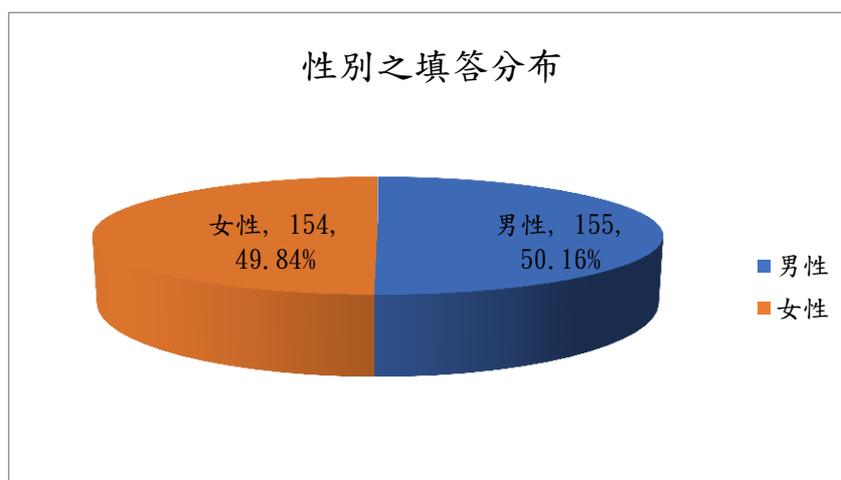


圖 4-1 問卷填答-基本資料-性別 單位：%

資料來源：問卷統整內容

年齡以 21-30 歲為大宗，共有 202 人，佔 65.37%；其次為 11-20 歲居之，共有 44 人，佔 14.24%；31-40 歲的受測者，共有 39 人，佔 12.62%。41-80 歲區間因填答次數低於 10，故合併計算，41 歲以上共有 24 人，佔 7.77%。

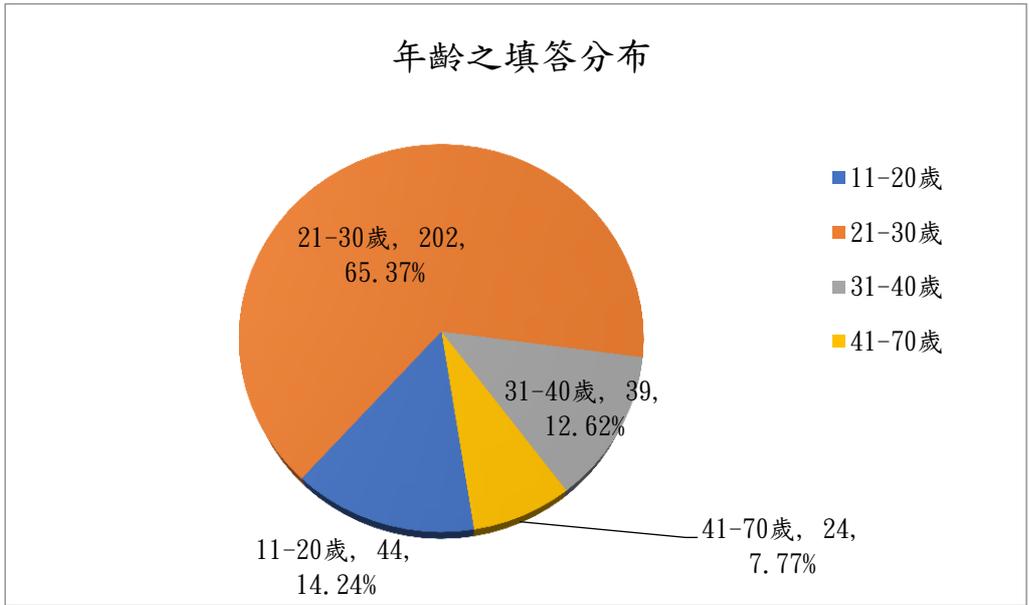


圖 4-2 問卷填答-基本資料-年齡 單位：%

資料來源：問卷統整內容

教育程度中，以大專院校為最高學歷的最多填答次數最多，249 人，佔 80.58%；研究所（含）以上共 20 人，佔 6.4%；專科共有 18 人，佔 5.8%；國中與國小次數低於 10，故與高中職合併計算，視為高中職（含）以下共 22 人，佔 7.12%。

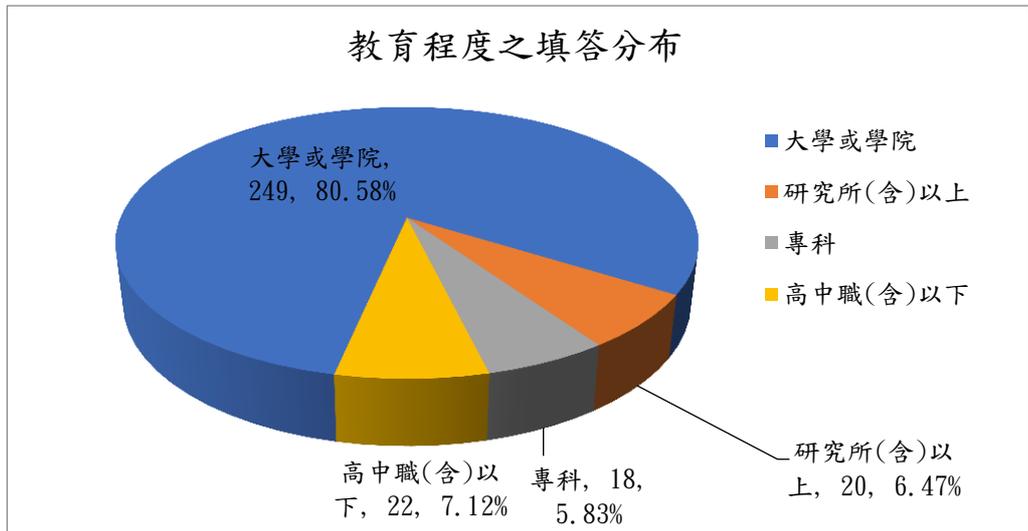


圖 4-3 問卷填答-基本資料-教育程度 單位：%

資料來源：問卷統整內容

職業中，受測者樣本數一共有 309 位，職業主要以學生為大宗，共有 180 位，佔 58.25%；其次為服務業，共 64 人，佔 20.71%；其他行業為 12 人，佔 3.88%；再以軍公教、金融業、資訊業和製造業同等各為 8 人，共佔 10.35%；自由業 6 人，佔 1.94%；設計業 5 人，佔 1.61%；科技業和醫療業各為 3 人，佔 1.94%；退休者 2 人，佔 0.64%，傳播媒體業和家管各為 1 人，佔 0.64%。由此結果可得知，我們的受測者主要以學生的族群居多。因職業類別較為多元分散，難以直接歸類為同一業種，故在此不將填答次數低於 10 之行業合併做計算。

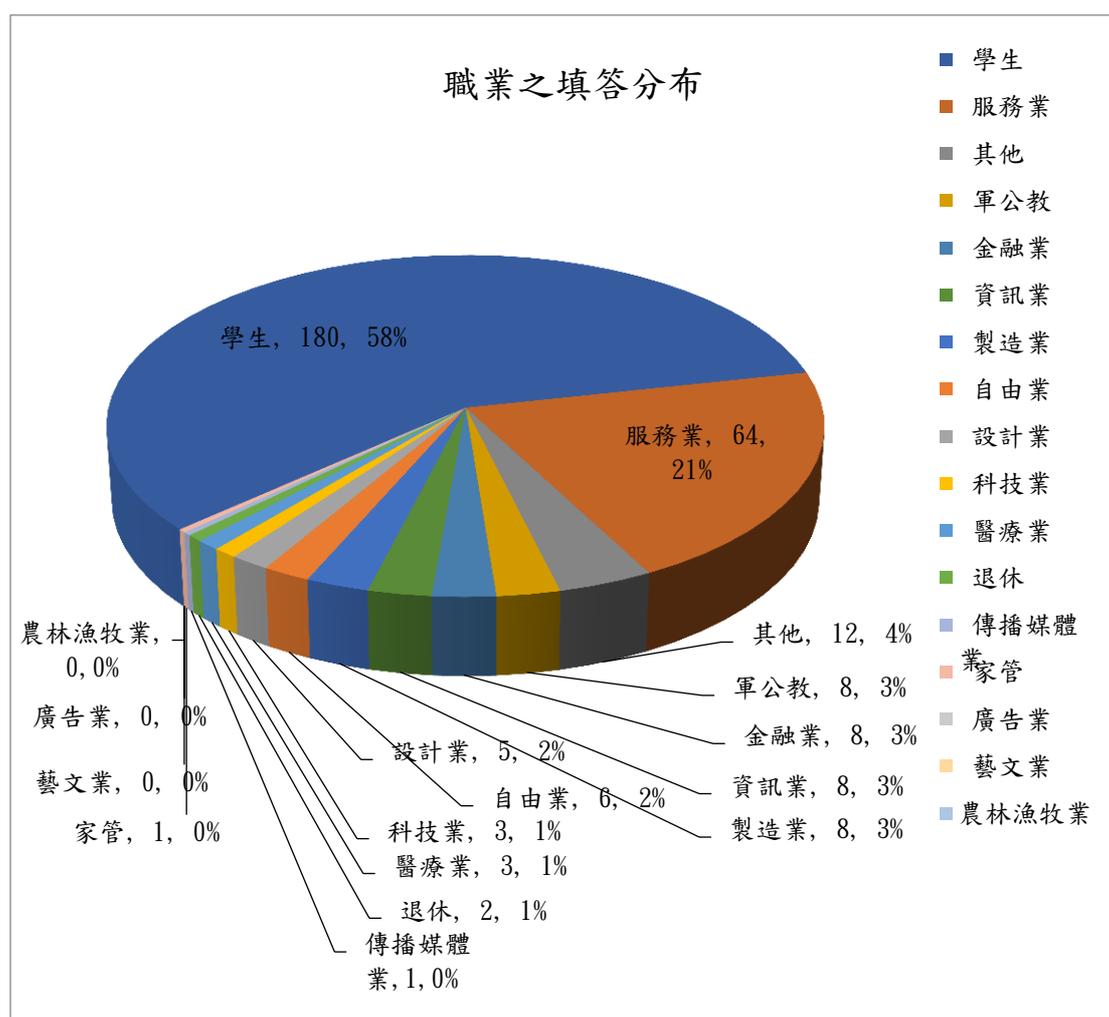


圖 4-4 問卷填答-基本資料-職業 單位：%

資料來源：問卷統整內容

第二節 性別與對於 Airbnb 的理解程度和相關風險案例瞭解程度之差異

2.1 性別對於 Airbnb 的理解程度之差異

使用獨立樣本 t 檢定 (Independent Sample t test)，分組變數為性別，檢定變數為對於 Airbnb 的理解程度後進行分析。分析後可以得知，F 值的顯著性為 .030，小於 0.05，接著再觀察不採用相等變異數，其顯著性為 0.12，小於 0.05，代表有顯著差異。

從群組統計量可以看到，男性對於 Airbnb 的理解程度平均值為 3.52，女性為 3.21。從 T 檢定的結果，我們可以看出男生對於 Airbnb 的理解程度顯著高於女生 ($t=2.528, p=.012$)。

表 4-1 對於 Airbnb 的理解程度之獨立樣本 t 檢定

		獨立樣本檢定								
		變異數等式的 Levene 檢定		平均值等式的 t 檢定						
		F	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均值差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
									下限	上限
對於 Airbnb 的理解程度	採用相等變異數	4.770	.030	2.527	307	.012	.315	.125	.070	.560
	不採用相等變異數			2.528	305.007	.012	.315	.125	.070	.560

表 4-1 對於 Airbnb 的理解程度之獨立樣本 t 檢定 (續)

群組統計量					
	性別	N	平均值	標準差	標準誤平均值
對於 Airbnb 的理解程度	男生	155	3.52	1.142	.092
	女生	154	3.21	1.046	.084

資料來源：問卷統整內容

2.2 性別對於 Airbnb 的相關風險案例瞭解程度之差異

使用獨立樣本 t 檢定 (Independent Sample t test)，分組變數為性別，檢定變數為對於 Airbnb 的相關風險案例瞭解程度後進行分析。分析後可以得知，F 值的顯著性為 .056，大於 0.05，代表無顯著差異。

從 T 檢定的結果，我們可以看出性別對於 Airbnb 的相關風險案例瞭解程度沒有顯著差異。

表 4-2 對於 Airbnb 的相關風險案例瞭解程度之獨立樣本 t 檢定

獨立樣本檢定										
		變異數等式的 Levene 檢定		平均值等式的 t 檢定						
		F	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均值差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
									下限	上限
對於 Airbnb 的相關風險案例瞭解程度	採用相等變異數	3.672	.056	.861	307	.390	.099	.115	-.128	.327
	不採用相等變異數			.861	298.028	.390	.099	.115	-.128	.327

資料來源：問卷統整內容

第三節 入住前排序分析

3.1 透過無母數分析 Friedman 檢定，得到結果，卡方檢定統計量為 402.474，漸進顯著性為 0.000，低於顯著水準 0.05，表示排序有很大的差異。

表 4-3 入住前 FRIEDMAN 檢定

等級	
	平均等級
①無預警被取消訂房	7.96
②客服難聯繫，無法即時處理問題	6.37
③無法順利找到入住地點	5.46
④與房東在語言上有隔閡，溝通困難	4.87
⑤他人阻止或嫌棄使用，對使用者態度不以為然	4.33
⑥耗費多時尋找房源，未能找到滿意房源	4.28
⑦價格標示浮動無依據，定價由房東自訂，預訂後價格與原先看到價格不一致	6.02
⑧房間是否完成預定，需要透過房東核准，無法即時性的確認訂房是否成立	5.72
⑨下訂前無法確切知道實際地址，僅能根據所提供資訊瞭解大概區域	5.72
⑩若取消預約，Airbnb收取的6~12%服務費不會退還	4.27

檢定統計量 ^a	
N	309
卡方檢定	402.474
自由度	9
漸近顯著性	.000
a. Friedman 檢定	

資料來源：問卷統整內容

3.2 雖然從敘述統計中就能夠可以直接看到”無預警被取消訂房”這項風險的加權平均等級最高，但我們仍須經過事後多重比較 BONFERRONI 法，才能檢定變項之間是否有明顯的差異。

表 4-4 入住前事後多重比較 Bonferroni 法

多重比較						
依變數： 入住前排序加權						
Bonferroni 法						
(I) 前變項分類	(J) 前變項分類	平均值差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
					下限	上限
1.00	2.00	1.5793*	.21419	.000	.8802	2.2784
	3.00	2.5016*	.21419	.000	1.8025	3.2007
	4.00	3.0809*	.21419	.000	2.3818	3.7800
	5.00	3.6149*	.21419	.000	2.9158	4.3140
	6.00	3.6731*	.21419	.000	2.9741	4.3722
	7.00	1.9256*	.21419	.000	1.2265	2.6246
	8.00	2.2233*	.21419	.000	1.5242	2.9224
	9.00	2.2298*	.21419	.000	1.5307	2.9289
2.00	10.00	3.6764*	.21419	.000	2.9773	4.3755
	1.00	-1.5793*	.21419	.000	-2.2784	-.8802
	3.00	.9223*	.21419	.001	.2232	1.6214
	4.00	1.5016*	.21419	.000	.8025	2.2007
	5.00	2.0356*	.21419	.000	1.3365	2.7347
	6.00	2.0939*	.21419	.000	1.3948	2.7929
	7.00	.3463	.21419	1.000	-.3528	1.0454
	8.00	.6440	.21419	.120	-.0551	1.3431
3.00	9.00	.6505	.21419	.108	-.0486	1.3496
	10.00	2.0971*	.21419	.000	1.3980	2.7962
	1.00	-2.5016*	.21419	.000	-3.2007	-1.8025
	2.00	-.9223*	.21419	.001	-1.6214	-.2232
	4.00	.5793	.21419	.309	-.1198	1.2784
	5.00	1.1133*	.21419	.000	.4142	1.8124
	6.00	1.1715*	.21419	.000	.4724	1.8706
	7.00	-.5761	.21419	.324	-1.2751	.1230
4.00	8.00	-.2783	.21419	1.000	-.9774	.4208
	9.00	-.2718	.21419	1.000	-.9709	.4272
	10.00	1.1748*	.21419	.000	.4757	1.8738
	1.00	-3.0809*	.21419	.000	-3.7800	-2.3818
	2.00	-1.5016*	.21419	.000	-2.2007	-.8025
	3.00	-.5793	.21419	.309	-1.2784	.1198
	5.00	.5340	.21419	.572	-.1651	1.2331
	6.00	.5922	.21419	.258	-.1068	1.2913

表 4-4 入住前事後多重比較 Bonferroni 法 (續)

	7.00	-1.1553*	.21419	.000	-1.8544	-.4563
	8.00	-.8576*	.21419	.003	-1.5567	-.1585
	9.00	-.8511*	.21419	.003	-1.5502	-.1521
	10.00	.5955	.21419	.246	-.1036	1.2946
5.00	1.00	-3.6149*	.21419	.000	-4.3140	-2.9158
	2.00	-2.0356*	.21419	.000	-2.7347	-1.3365
	3.00	-1.1133*	.21419	.000	-1.8124	-.4142
	4.00	-.5340	.21419	.572	-1.2331	.1651
	6.00	.0583	.21419	1.000	-.6408	.7573
	7.00	-1.6893*	.21419	.000	-2.3884	-.9902
	8.00	-1.3916*	.21419	.000	-2.0907	-.6925
	9.00	-1.3851*	.21419	.000	-2.0842	-.6860
	10.00	.0615	.21419	1.000	-.6376	.7606
6.00	1.00	-3.6731*	.21419	.000	-4.3722	-2.9741
	2.00	-2.0939*	.21419	.000	-2.7929	-1.3948
	3.00	-1.1715*	.21419	.000	-1.8706	-.4724
	4.00	-.5922	.21419	.258	-1.2913	.1068
	5.00	-.0583	.21419	1.000	-.7573	.6408
	7.00	-1.7476*	.21419	.000	-2.4467	-1.0485
	8.00	-1.4498*	.21419	.000	-2.1489	-.7508
	9.00	-1.4434*	.21419	.000	-2.1424	-.7443
	10.00	.0032	.21419	1.000	-.6958	.7023
7.00	1.00	-1.9256*	.21419	.000	-2.6246	-1.2265
	2.00	-.3463	.21419	1.000	-1.0454	.3528
	3.00	.5761	.21419	.324	-.1230	1.2751
	4.00	1.1553*	.21419	.000	.4563	1.8544
	5.00	1.6893*	.21419	.000	.9902	2.3884
	6.00	1.7476*	.21419	.000	1.0485	2.4467
	8.00	.2977	.21419	1.000	-.4013	.9968
	9.00	.3042	.21419	1.000	-.3949	1.0033
	10.00	1.7508*	.21419	.000	1.0517	2.4499
8.00	1.00	-2.2233*	.21419	.000	-2.9224	-1.5242
	2.00	-.6440	.21419	.120	-1.3431	.0551
	3.00	.2783	.21419	1.000	-.4208	.9774
	4.00	.8576*	.21419	.003	.1585	1.5567
	5.00	1.3916*	.21419	.000	.6925	2.0907
	6.00	1.4498*	.21419	.000	.7508	2.1489
	7.00	-.2977	.21419	1.000	-.9968	.4013
	9.00	.0065	.21419	1.000	-.6926	.7056
	10.00	1.4531*	.21419	.000	.7540	2.1522

表 4-4 入住前事後多重比較 Bonferroni 法 (續)

9.00	1.00	-2.2298*	.21419	.000	-2.9289	-1.5307
	2.00	-.6505	.21419	.108	-1.3496	.0486
	3.00	.2718	.21419	1.000	-.4272	.9709
	4.00	.8511*	.21419	.003	.1521	1.5502
	5.00	1.3851*	.21419	.000	.6860	2.0842
	6.00	1.4434*	.21419	.000	.7443	2.1424
	7.00	-.3042	.21419	1.000	-1.0033	.3949
	8.00	-.0065	.21419	1.000	-.7056	.6926
	10.00	1.4466*	.21419	.000	.7475	2.1457
10.00	1.00	-3.6764*	.21419	.000	-4.3755	-2.9773
	2.00	-2.0971*	.21419	.000	-2.7962	-1.3980
	3.00	-1.1748*	.21419	.000	-1.8738	-.4757
	4.00	-.5955	.21419	.246	-1.2946	.1036
	5.00	-.0615	.21419	1.000	-.7606	.6376
	6.00	-.0032	.21419	1.000	-.7023	.6958
	7.00	-1.7508*	.21419	.000	-2.4499	-1.0517
	8.00	-1.4531*	.21419	.000	-2.1522	-.7540
	9.00	-1.4466*	.21419	.000	-2.1457	-.7475
根據觀察到的平均值。						
誤差項是 Mean Square (Error) = 7.088。						
*. 平均值差異在 .05 水準顯著。						

資料來源：問卷統整內容

3.3 入住前風險排序分析之結論

表 4-5 入住前風險排序分析

① > ②、③、④、⑤、⑥、⑦、⑧、⑨、⑩
② > ③、④、⑤、⑥、⑩
③ > ⑤、⑥、⑩
⑦、⑧、⑨ > ④、⑤、⑥、⑩
附註：代號說明 > 表示顯著高於 ①無預警被取消訂房 ②客服難聯繫，無法即時處理問題 ③無法順利找到入住地點 ④與房東在語言上有隔閡，溝通困難 ⑤他人阻止或嫌棄使用，對使用者態度不以為然 ⑥耗費多時尋找房源，未能找到滿意房源 ⑦價格標示浮動無依據，定價由房東自訂，預訂後價格與原先看到價格不一致 ⑧房間是否完成預定，需要透過房東核准，無法即時性的確認訂房是否成立 ⑨下訂前無法確切知道實際地址，僅能根據所提供資訊瞭解大概區域 ⑩若取消預約，Airbnb 收取的 6~12% 服務費不會退還

資料來源：問卷統整內容

3.3.1 「①無預警被取消訂房」，顯著高於入住前所有其他風險問項。

3.3.2 「②客服難聯繫，無法即時處理問題」這項風險，顯著高於「③無法順利找到入住地點」以及「④與房東在語言上有隔閡，溝通困難，還有「⑤他人阻止或嫌棄使用，對使用者態度不以為然」，還有「⑥耗費多時尋找房源，未能找到滿意房源」，還有「⑩若取消預約，Airbnb 收取的 6~12%服務費不會退還」，這五項風險。

3.3.3 「③無法順利找到入住地點」，這項風險是顯著高於「⑤他人阻止或嫌棄使用，對使用者態度不以為然」，以及「⑥耗費多時尋找房源，未能找到滿意房源」，還有「⑩若取消預約，Airbnb 收取的 6~12%服務費不會退還」，這三項風險。

3.3.4 「⑦價格標示浮動無依據，定價由房東自訂，預訂後價格與原先看到價格不一致」，以及「⑧房間是否完成預定，需要透過房東核准，無法即時性的確認訂房是否成立」，還有「⑨下訂前無法確切知道實際地址，僅能根據所提供資訊瞭解大概區域」，這三項風險，是顯著高於「④與房東在語言上有隔閡，溝通困難」、「⑤他人阻止或嫌棄使用，對使用者態度不以為然」、「⑥耗費多時尋找房源，未能找到滿意房源」、「⑩若取消預約，Airbnb 收取的 6~12%服務費不會退還」，這四項風險。

第四節 入住中風險排序分析

4.1 透過無母數分析 Friedman 檢定，得到結果，卡方檢定統計量為 366.982，漸進顯著性為 0.000，低於顯著水準 0.05，表示排序有很大的差異。

表 4-6 入住中 FRIEDMAN 檢定

等級	
	平均等級
①訂房資訊不透明，造成認知上的落差	5.97
②房東提供資訊不實	6.08
③性騷擾、性侵害、感到騷擾對待	7.18
④客服難聯繫，無法即時處理問題	4.90
⑤房東素質不佳	5.37
⑥訂到的房屋觸犯當地法律，可能須負連帶責任	6.76
⑦服務品質與環境整潔不如飯店	3.78
⑧因設備操作不當而受傷，卻求償無門	4.89
⑨房內安全有疑慮	5.99
⑩房內設施無預警故障	4.09

檢定統計量 ^a	
N	309
卡方檢定	366.982
自由度	9
漸近顯著性	.000
a. Friedman 檢定	

資料來源：問卷統整內容

4.2 雖然從敘述統計中就能夠可以直接看到”性騷擾、性侵害、感到騷擾對待”這項風險的加權平均等級最高，但我們仍須經過事後多重比較BONFERRONI法，才能檢定變項之間有明顯的差異。

表 4-7 入住中事後多重比較 Bonferroni 法

多重比較						
依變數： 入住中排序加權						
Bonferroni 法						
(I) 中變項分類	(J) 中變項分類	平均值差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
					下限	上限
1.00	2.00	-.1036	.21580	1.000	-.8079	.6008
	3.00	-1.1974*	.21580	.000	-1.9017	-.4931
	4.00	1.0809*	.21580	.000	.3766	1.7852
	5.00	.6181	.21580	.189	-.0862	1.3225
	6.00	-.7799*	.21580	.014	-1.4843	-.0756
	7.00	2.2006*	.21580	.000	1.4963	2.9050
	8.00	1.0906*	.21580	.000	.3863	1.7950
	9.00	-.0097	.21580	1.000	-.7140	.6946
	10.00	1.8803*	.21580	.000	1.1759	2.5846
2.00	1.00	.1036	.21580	1.000	-.6008	.8079
	3.00	-1.0939*	.21580	.000	-1.7982	-.3895
	4.00	1.1845*	.21580	.000	.4801	1.8888
	5.00	.7217*	.21580	.038	.0173	1.4260
	6.00	-.6764	.21580	.078	-1.3807	.0280
	7.00	2.3042*	.21580	.000	1.5999	3.0085
	8.00	1.1942*	.21580	.000	.4898	1.8985
	9.00	.0939	.21580	1.000	-.6105	.7982
	10.00	1.9838*	.21580	.000	1.2795	2.6882
3.00	1.00	1.1974*	.21580	.000	.4931	1.9017
	2.00	1.0939*	.21580	.000	.3895	1.7982
	4.00	2.2783*	.21580	.000	1.5740	2.9827
	5.00	1.8155*	.21580	.000	1.1112	2.5199
	6.00	.4175	.21580	1.000	-.2869	1.1218
	7.00	3.3981*	.21580	.000	2.6937	4.1024
	8.00	2.2880*	.21580	.000	1.5837	2.9924
	9.00	1.1877*	.21580	.000	.4834	1.8920
	10.00	3.0777*	.21580	.000	2.3733	3.7820
4.00	1.00	-1.0809*	.21580	.000	-1.7852	-.3766
	2.00	-1.1845*	.21580	.000	-1.8888	-.4801
	3.00	-2.2783*	.21580	.000	-2.9827	-1.5740
	5.00	-.4628	.21580	1.000	-1.1671	.2416
	6.00	-1.8608*	.21580	.000	-2.5652	-1.1565

表 4-7 入住中事後多重比較 Bonferroni 法 (續)

	7.00	1.1197*	.21580	.000	.4154	1.8241
	8.00	.0097	.21580	1.000	-.6946	.7140
	9.00	-1.0906*	.21580	.000	-1.7950	-.3863
	10.00	.7994*	.21580	.010	.0950	1.5037
5.00	1.00	-.6181	.21580	.189	-1.3225	.0862
	2.00	-.7217*	.21580	.038	-1.4260	-.0173
	3.00	-1.8155*	.21580	.000	-2.5199	-1.1112
	4.00	.4628	.21580	1.000	-.2416	1.1671
	6.00	-1.3981*	.21580	.000	-2.1024	-.6937
	7.00	1.5825*	.21580	.000	.8782	2.2869
	8.00	.4725	.21580	1.000	-.2318	1.1768
	9.00	-.6278	.21580	.164	-1.3322	.0765
	10.00	1.2621*	.21580	.000	.5578	1.9665
	6.00	1.00	.7799*	.21580	.014	.0756
2.00		.6764	.21580	.078	-.0280	1.3807
3.00		-.4175	.21580	1.000	-1.1218	.2869
4.00		1.8608*	.21580	.000	1.1565	2.5652
5.00		1.3981*	.21580	.000	.6937	2.1024
7.00		2.9806*	.21580	.000	2.2762	3.6849
8.00		1.8706*	.21580	.000	1.1662	2.5749
9.00		.7702*	.21580	.016	.0659	1.4746
10.00		2.6602*	.21580	.000	1.9559	3.3645
7.00		1.00	-2.2006*	.21580	.000	-2.9050
	2.00	-2.3042*	.21580	.000	-3.0085	-1.5999
	3.00	-3.3981*	.21580	.000	-4.1024	-2.6937
	4.00	-1.1197*	.21580	.000	-1.8241	-.4154
	5.00	-1.5825*	.21580	.000	-2.2869	-.8782
	6.00	-2.9806*	.21580	.000	-3.6849	-2.2762
	8.00	-1.1100*	.21580	.000	-1.8144	-.4057
	9.00	-2.2104*	.21580	.000	-2.9147	-1.5060
	10.00	-.3204	.21580	1.000	-1.0247	.3839
	8.00	1.00	-1.0906*	.21580	.000	-1.7950
2.00		-1.1942*	.21580	.000	-1.8985	-.4898
3.00		-2.2880*	.21580	.000	-2.9924	-1.5837
4.00		-.0097	.21580	1.000	-.7140	.6946
5.00		-.4725	.21580	1.000	-1.1768	.2318
6.00		-1.8706*	.21580	.000	-2.5749	-1.1662
7.00		1.1100*	.21580	.000	.4057	1.8144
9.00		-1.1003*	.21580	.000	-1.8047	-.3960
10.00		.7896*	.21580	.012	.0853	1.4940

表 4-7 入住中事後多重比較 Bonferroni 法 (續)

9.00	1.00	.0097	.21580	1.000	-.6946	.7140
	2.00	-.0939	.21580	1.000	-.7982	.6105
	3.00	-1.1877*	.21580	.000	-1.8920	-.4834
	4.00	1.0906*	.21580	.000	.3863	1.7950
	5.00	.6278	.21580	.164	-.0765	1.3322
	6.00	-.7702*	.21580	.016	-1.4746	-.0659
	7.00	2.2104*	.21580	.000	1.5060	2.9147
	8.00	1.1003*	.21580	.000	.3960	1.8047
	10.00	1.8900*	.21580	.000	1.1856	2.5943
10.00	1.00	-1.8803*	.21580	.000	-2.5846	-1.1759
	2.00	-1.9838*	.21580	.000	-2.6882	-1.2795
	3.00	-3.0777*	.21580	.000	-3.7820	-2.3733
	4.00	-.7994*	.21580	.010	-1.5037	-.0950
	5.00	-1.2621*	.21580	.000	-1.9665	-.5578
	6.00	-2.6602*	.21580	.000	-3.3645	-1.9559
	7.00	.3204	.21580	1.000	-.3839	1.0247
	8.00	-.7896*	.21580	.012	-1.4940	-.0853
	9.00	-1.8900*	.21580	.000	-2.5943	-1.1856
根據觀察到的平均值。						
誤差項是 Mean Square (Error) = 7.195。						
*. 平均值差異在 .05 水準顯著。						

資料來源：問卷統整內容

4.3 入住中風險排序分析之結論

表 4-8 入住中風險排序分析

①、⑨〉④、⑦、⑧、⑩
②〉④、⑤、⑦、⑧、⑩
③〉①、②、④、⑤、⑦、⑧、⑨、⑩
④、⑤、⑧〉⑦、⑩
⑥〉①、④、⑤、⑦、⑧、⑨、⑩
附註：代號說明 〉表示顯著高於 ①訂房資訊不透明，造成認知上的落差 ②房東提供資訊不實 ③性騷擾、性侵害、感到騷擾對待 ④客服難聯繫，無法即時處理問題 ⑤房東素質不佳 ⑥訂到的房屋觸犯當地法律，可能須負連帶責任 ⑦服務品質與環境整潔不如飯店 ⑧因設備操作不當而受傷，卻求償無門 ⑨房內安全有疑慮 ⑩房內設施無預警故障

資料來源：問卷統整內容

4.3.1 「①訂房資訊不透明，造成認知上的落差」、「⑨房內安全有疑慮」，這兩個風險問項顯著高於「⑦服務品質與環境整潔不如飯店」、「⑧因設備操作不當而受傷，卻求償無門」、「⑩房內設施無預警故障」。

4.3.2 「②房東提供資訊不實」，顯著高於「④客服難聯繫，無法即時處理問題」、「⑤房東素質不佳」、「⑦服務品質與環境整潔不如飯店」、「⑧因設備操作不當而受傷，卻求償無門」、「⑩房內設施無預警故障」。

4.3.3 「③性騷擾、性侵害、感到騷擾對待」，顯著高於除了「⑥訂到的房屋觸犯當地法律，可能須負連帶責任」以外的所有風險問項。

4.3.4 「④客服難聯繫，無法即時處理問題」、「⑤房東素質不佳」、「⑧因設備操作不當而受傷，卻求償無門」，這三個問項顯著高於「⑦服務品質與環境整潔不如飯店」、「⑩房內設施無預警故障這兩個問項」。

4.3.5 「⑥訂到的房屋觸犯當地法律，可能須負連帶責任」，顯著高於「①訂房資訊不透明，造成認知上的落差」、「④客服難聯繫，無法即時處理問題」、「⑤房東素質不佳」、「⑦服務品質與環境整潔不如飯店」、「⑧因設備操作不當而受傷，卻求償無門」、「⑨房內安全有疑慮」、「⑩房內設施無預警故障」，這7個風險問項。

第五節 入住後風險排序分析

5.1 透過無母數分析 Friedman 檢定，得到結果，卡方檢定統計量為 329.349，漸進顯著性為 0.000，低於顯著水準 0.05，表示排序有很大的差異。

表 4-9 入住後 FRIEDMAN 檢定

等級	
	平均等級
1.沒有像飯店一樣的接待處，造成離開或入住的不便性	2.30
2.得到房東極差的網路評價	2.33
3.發現金錢或其他東西遭竊	4.30
4.客服難聯繫，無法即時處理問題	2.93
5.遺忘東西卻難以聯繫房主取回	3.14

檢定統計量 ^a	
N	309
卡方檢定	329.349
自由度	4
漸近顯著性	.000
a. Friedman 檢定	

資料來源：問卷統整內容

5.2 雖然從敘述統計中就能夠可以直接看到”發現金錢或其他東西遭竊”這項風險的加權平均等級最高，但我們仍須經過事後多重比較BONFERRONI法，才能檢定變項之間有明顯的差異。

表 4-10 入住後事後多重比較 Bonferroni 法

多重比較						
依變數：入住後排序加權						
Bonferroni 法						
(I) 後變項分類	(J) 後變項分類	平均值差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
					下限	上限
1.00	2.00	-.0194	.09788	1.000	-.2946	.2557
	3.00	-1.9968*	.09788	.000	-2.2719	-1.7216
	4.00	-.6214*	.09788	.000	-.8965	-.3462
	5.00	-.8317*	.09788	.000	-1.1069	-.5566
2.00	1.00	.0194	.09788	1.000	-.2557	.2946
	3.00	-1.9773*	.09788	.000	-2.2525	-1.7022
	4.00	-.6019*	.09788	.000	-.8771	-.3268
	5.00	-.8123*	.09788	.000	-1.0874	-.5371
3.00	1.00	1.9968*	.09788	.000	1.7216	2.2719
	2.00	1.9773*	.09788	.000	1.7022	2.2525
	4.00	1.3754*	.09788	.000	1.1003	1.6506
	5.00	1.1650*	.09788	.000	.8899	1.4402
4.00	1.00	.6214*	.09788	.000	.3462	.8965
	2.00	.6019*	.09788	.000	.3268	.8771
	3.00	-1.3754*	.09788	.000	-1.6506	-1.1003
	5.00	-.2104	.09788	.318	-.4855	.0648
5.00	1.00	.8317*	.09788	.000	.5566	1.1069
	2.00	.8123*	.09788	.000	.5371	1.0874
	3.00	-1.1650*	.09788	.000	-1.4402	-.8899
	4.00	.2104	.09788	.318	-.0648	.4855
根據觀察到的平均值。						
誤差項是 Mean Square (Error) = 1.480。						
*. 平均值差異在 .05 水準顯著。						

資料來源：問卷統整內容

5.3 入住後風險排序分析之結論

表 4-11 入住中風險排序分析

③ > ①、②、④、⑤
④、⑤ > ①、②
<p>附註：代號說明</p> <p>> 表示顯著高於</p> <p>① 沒有像飯店一樣的接待處，造成離開或入住的不便性</p> <p>② 得到房東極差的網路評價</p> <p>③ 發現金錢或其他東西遭竊</p> <p>④ 客服難聯繫，無法即時處理問題</p> <p>⑤ 遺忘東西卻難以聯繫房主取回</p>

資料來源：問卷統整內容

5.3.1 「③發現金錢或其他東西遭竊」，此問項顯著高於其他所有入住後風險問項。

5.3.2 「④客服難聯繫，無法即時處理問題」、「⑤遺忘東西卻難以聯繫房主取回」，這兩個問項顯著高於「①沒有像飯店一樣的接待處，造成離開或入住的不便性」、「②得到房東極差的網路評價」。

第六節 全體與性別之入住前風險排序比較表

以全體數據、男性數據、女性數據，分別進行 FRIEDMAN 檢定等級分析後，再以分析後之平均等級數據直接由高至低進行排序，呈現如下表。

表 4-12 全體與性別之入住前風險排序比較

排序	平均等級	全體	排序	平均等級	男性	排序	平均等級	女性
1	7.96	①無預警被取消訂房	1	7.64	①無預警被取消訂房	1	8.28	①無預警被取消訂房
2	6.37	②客服難聯繫，無法即時處理問題	2	6.05	②客服難聯繫，無法即時處理問題	2	6.73	②客服難聯繫，無法即時處理問題
3	6.02	⑦價格標示浮動無依據，定價由房東自訂，預訂後價格與原先看到價格不一致	3	5.95	⑦價格標示浮動無依據，定價由房東自訂，預訂後價格與原先看到價格不一致	3	6.07	⑦價格標示浮動無依據，定價由房東自訂，預訂後價格與原先看到價格不一致
4	5.72	⑧房間是否完成預定，需要透過房東核准，無法即時性的確認訂房是否成立	4	5.63	⑧房間是否完成預定，需要透過房東核准，無法即時性的確認訂房是否成立	4	5.90	⑨下訂前無法確切知道實際地址，僅能根據所提供資訊瞭解大概區域
	5.72	⑨下訂前無法確切知道實際地址，僅能根據所提供資訊瞭解大概區域		5.55	③無法順利找到入住地點		5.79	⑧房間是否完成預定，需要透過房東核准，無法即時性的確認訂房是否成立
6	5.46	③無法順利找到入住地點	6	5.49	⑨下訂前無法確切知道實際地址，僅能根據所提供資訊瞭解大概區域	6	5.40	③無法順利找到入住地點
7	4.87	④與房東在語言上有隔閡，溝通困難	7	5.23	④與房東在語言上有隔閡，溝通困難	7	4.69	⑩若取消預約，Airbnb收取的6~12%服務費不會退還
8	4.33	⑤他人阻止或嫌棄使用，對使用者態度不以為然	8	4.85	⑥耗費多時尋找房源，未能找到滿意房源	8	4.54	④與房東在語言上有隔閡，溝通困難
9	4.28	⑥耗費多時尋找房源，未能找到滿意房源	9	4.77	⑤他人阻止或嫌棄使用，對使用者態度不以為然	9	3.93	⑤他人阻止或嫌棄使用，對使用者態度不以為然
10	4.27	⑩若取消預約，Airbnb收取的6~12%服務費不會退還	10	3.84	⑩若取消預約，Airbnb收取的6~12%服務費不會退還	10	3.68	⑥耗費多時尋找房源，未能找到滿意房源

資料來源：問卷統整內容

第七節 全體與性別之入住中風險排序比較表

以全體數據、男性數據、女性數據，分別進行 FRIEDMAN 檢定等級分析後，再以分析後之平均等級數據直接由高至低進行排序，呈現如下表。

表 4-13 全體與性別之入住中風險排序比較

排序	平均等級	全體	排序	平均等級	男性	排序	平均等級	女性
1	7.18	③性騷擾、性侵害、感到騷擾對待	1	6.61	⑥訂到的房屋觸犯當地法律，可能須負連帶責任	1	7.77	③性騷擾、性侵害、感到騷擾對待
2	6.76	⑥訂到的房屋觸犯當地法律，可能須負連帶責任	2	6.59	③性騷擾、性侵害、感到騷擾對待	2	6.92	⑥訂到的房屋觸犯當地法律，可能須負連帶責任
3	6.08	②房東提供資訊不實	3	6.43	②房東提供資訊不實	3	6.30	⑨房內安全有疑慮
4	5.99	⑨房內安全有疑慮	4	6.26	①訂房資訊不透明，造成認知上的落差	4	5.71	②房東提供資訊不實
5	5.97	①訂房資訊不透明，造成認知上的落差	5	5.65	⑨房內安全有疑慮	5	5.69	①訂房資訊不透明，造成認知上的落差
6	5.37	⑤房東素質不佳	6	5.37	⑤房東素質不佳	6	5.38	⑤房東素質不佳
7	4.90	④客服難聯繫，無法即時處理問題	7	5.07	④客服難聯繫，無法即時處理問題	7	5.00	⑧因設備操作不當而受傷，卻求償無門
8	4.89	⑧因設備操作不當而受傷，卻求償無門	8	4.77	⑧因設備操作不當而受傷，卻求償無門	8	4.76	④客服難聯繫，無法即時處理問題
9	4.09	⑩房內設施無預警故障	9	4.27	⑦服務品質與環境整潔不如飯店	9	4.17	⑩房內設施無預警故障
10	3.78	⑦服務品質與環境整潔不如飯店	10	3.98	⑩房內設施無預警故障	10	3.31	⑦服務品質與環境整潔不如飯店

資料來源：問卷統整內容

第八節 全體與性別之入住後風險排序比較表

以全體數據、男性數據、女性數據，分別進行 FRIEDMAN 檢定等級分析後，再以分析後之平均等級數據直接由高至低進行排序，呈現如下表。

表 4-14 全體與性別之入住後風險排序比較

排序	平均等級	全體	排序	平均等級	男性	排序	平均等級	女性
1	4.30	③發現金錢或其他東西遭竊	1	4.16	③發現金錢或其他東西遭竊	1	4.45	③發現金錢或其他東西遭竊
2	3.14	⑤遺忘東西卻難以聯繫房主取回	2	3.21	⑤遺忘東西卻難以聯繫房主取回	2	3.07	⑤遺忘東西卻難以聯繫房主取回
3	2.93	④客服難聯繫，無法即時處理問題	3	2.81	④客服難聯繫，無法即時處理問題	3	3.03	④客服難聯繫，無法即時處理問題
4	2.33	②得到房東極差的網路評價	4	2.56	①沒有像飯店一樣的接待處，造成離開或入住的不便性	4	2.41	②得到房東極差的網路評價
5	2.30	①沒有像飯店一樣的接待處，造成離開或入住的不便性	5	2.26	②得到房東極差的網路評價	5	2.04	①沒有像飯店一樣的接待處，造成離開或入住的不便性

資料來源：問卷統整內容

第五章 結論與建議

第一節 研究結論

1.1 性別與對於 Airbnb 的理解程度和相關風險案例瞭解程度差異之結論

性別對於 Airbnb 的理解程度，在本次的問卷分析中，是有顯著差異的，男性對於 Airbnb 的理解程度，高於女性。

性別對於 Airbnb 相關風險案例瞭解程度，在本次的問卷分析中，並無顯著差異。

1.2 全體與性別之入住前、中、後風險排序比較概論

由第四章的第六、七、八節中，全體與性別之風險排序比較表中，我們能夠得知，男性與女性在風險排序上是有所不同的，不過若以區間來觀察，能夠看出風險分布的區間是相近的，意指男性與女性在進行 Airbnb 的風險排序時，都抱持相近的看法與觀感。

而排序相同的部分，也能夠從 Friedman 平均等級的數據呈現，男性與女性對於相同風險的重視程度是能夠透過數字呈現其有些微不同的。

1.2.1 在入住前的風險中，男女普遍在意的風險皆為房源無預警被取消，需重新尋找住宿地點卻沒有足夠的時間蒐集資料，只能夠接受現有選擇，無論之後是否能夠順利找到住宿處，對於旅客的行程安排勢必造成一定程度的影響。無預警被取消訂房也可能造成旅客額外的支出，衍生出相當多後續問題，影響旅程。

1.2.2 在入住中的風險中，女性排名「性騷擾、性侵害、感到騷擾對待」為最擔心的風險；而男性排名「訂到的房屋觸犯當地法律，可能須負連帶責任」為最擔心的風險。

關於性騷擾及性侵害等問題都是與人身安全有相關的議題，雖然男性在此項風險的平均等級非為第一名，不過可以從全體與性別之入住後風險排序比較表看出其排名為第二，得知男性對此風險也是頗為在意。

在馬斯洛的需求層次理論中安全需求（safety needs），同樣在金字塔中屬於較低層的需求，其中包括對自己的財產等與自身安全感有關的事，女性在生理上沒有男生強壯，是處於較弱勢的狀態，成為性暴力的事件的被害人機率是多於男性的。若不幸發生此種事件不只會造成生理上的影響，更會造成心理難以平復的傷痕，而因悲劇及社會報導頻傳，女性通常都會較重視類似問題，也會將此視為最擔心的風險。

而男性在選填「訂到的房屋觸犯當地法律，可能須負連帶責任」時，加權分數為第一，與女性的級別相近，可以得知男生、女生在會觸犯到法律的風險上，都相當重視，可能的原因為法律具有有強制性，說明無論男女對與法律的想像都是需遵守、具有約束力的，這也是法律制度須具備的因素，若不遵守或不小心違背，可能面臨財務或人生自由的限制，故男女都將此問項排名在較前面的位置。加上以實例來看，Airbnb 在許多國家，房源、房東與相關策略，皆未臻完整，遊走在法律邊緣，讓人不禁對於使用者多一份疑慮與擔憂。

1.2.3 在入住後的風險中，男女排序較為一致，都是將「發現金錢或其他東西遭竊」「遺忘東西卻難以聯繫房主取回」的擔心程度排名在 1.2 名。

前面兩者為不同型態財損問題，平均等級都相當高，也都會有東西可能無法找回的心理。金錢或其他東西遭到偷竊的感受較差，且被偷走的東西往往價值較高或意義非凡，且是被他人偷取，也更有可能造成後續不可預料的危險，（身分被假冒，遺失重要資料等等）。

而遺忘東西卻難以聯繫房主取回，在平均等級來看就跟第一名有差距，可能的原因為，竊取和遺失會有不同的主觀感受，且遺忘東西還是有找回來的可能性，只是向房主溝通取回的過程，可能冗長費時，卻不一定拿得回來，或是需要付出金錢代價（運費）才能夠取回。

第二節 針對 Airbnb 之改善建議

透過本研究與分析，得以瞭解到一般民眾對於使用 Airbnb 的風險考量與看法，透過分析後的數字呈現權重；像是入住前的「①無預警被取消訂房」、入住中的「③性騷擾、性侵害、感到騷擾對待」、入住後的「③發現金錢或其他東西遭竊」等風險問項，皆在入住的前中後成為最被重視的風險。

2.1 入住前的風險問項「①無預警被取消訂房」，房東可以取消顧客預訂，也是讓用戶覺得沒有安全感的原因之一（吳羚，2017），這是許多人都相當在意且重視的風險，卻也是 Airbnb 賦予房東的權利。那麼 Airbnb 在賦予房東這份權利之時，是否也該將顧客的感受考慮進去，將「房東取消顧客預訂」這樣的權限加以嚴格規範，需要提出具體理由，甚至是填寫申請書由 Airbnb 核可，規範相關取消賠償，而非這樣隨心所欲地讓房東取消旅客的預訂；而旅客只能摸摸鼻子申請退款、重新預訂其他房源。如果今天是一位旅人到了人生地不熟的國家，被房東無預警取消訂房，所花費的不只是房源預訂的費用，還會衍生相當多的問題，心理層面也會認為即使透過 Airbnb 能夠住到許多特別的房源，但不再是一個安全的平台了，沒有辦法接受被無預警取消，進而對 Airbnb 有不好的既定印象，甚至是不再願意使用 Airbnb，喪失一位顧客，也讓這樣的案例與負面感受繼續以訛傳訛，更多人恐懼使用 Airbnb。Airbnb 網站上的旅行協助問答：「如果房東取消了我的預訂會發生什麼事？如果房東取消您的預訂，我們會自動退還全額款項。您可以前往交易紀錄，查看退款狀態。」Airbnb 不該僅是提供房源的平台，也應當是房源與房客的守護者，若做好把關就更能加強使用對 Airbnb 的信任，而非負面案例的頻傳。

2.2 「③性騷擾、性侵害、感到騷擾對待」是旅客入住中相當重視的風險，有效的預防方法便是對房東及房源進行強力的規範，在房源上架前，派人員檢查、評估，與房東約談簽約，甚至是上架後不定期地抽查房源，與房東有密切聯繫，針對違反約定之房東，嚴格下架處理。事前預防和客服人員的事後應對處理以及誠意，都相當重要，需要擬定完善的標準作業流程。

2.3 從道義上來看，Airbnb 的屋主，對於房客的人身安全以及財產安全負有一定的義務與責任，儘管旅客有義務對於個人的財產和物品進行妥善存放；但天有不測風雲，人有旦夕禍福，總是會有預料之外的事情可能發生，入住後若「③發現金錢或其他東西遭竊」，那麼房東是否有義務和責任提供賠償或是協助處理？甚至是後續的賠償作業該如何進行？除了事前的防範（針對房屋安全有一定程度的要求），事後的處理也是重要的一環，應當制定完善賠償措施與條款。Airbnb 針對房東房源（住家、出租單位、房間、財物）損壞，有一套完善的房

東保障金計劃，為房東提供保障，但第三方就人身傷害和財產損失提出索賠並不在索賠範疇內，是否能夠將房客的損失納入保障，也是值得考慮的。

若 Airbnb 針對研究之中提及重視的風險，加以深入瞭解實際情況後，妥善針對房源控管、房東品質、事前勘察防範、事後調查處理、條款與合約等，進行更深層的管理與強制規範，正視經營其風險管理，實際改善與進步，發展出更完善配套措施，降低消費者與 Airbnb 之間的距離與鴻溝，讓負面訊息不再成為 Airbnb 頭頂上的烏雲，或主觀認為使用 Airbnb 就是住宿高風險的代名詞，寧可選用其他網站，讓共享經濟不只是一時的噱頭與理想狀態，讓完善的共享平台找回人與人之間的信任，想必能夠讓更多潛在消費者看見 Airbnb 的透明化與優點。

第三節 研究限制

1. 本研究之研究之樣本，在年齡部分（以 21-30 歲為大宗，共有 202 人，佔 65.37%）以及教育程度部分（以大專院校為最高學歷為大宗，共有 249 人，佔 80.58%），以 21-30 歲之青壯年以及高學歷者居多，為本研究之研究限制。
2. 第三部分之問卷為風險排序，採用排序作答，當題項較多時，受試者可能不勤於排序，清單中愈早出現的提項，越有可能被排序在前，即使將清單隨機表示也一樣。
3. 忽略受試者可能覺得題項的重要度沒有差別，或是一樣重要，強迫受試者一定要表現出差異。
4. 因為網路發放，民眾在作答時，對問題可能有不同詮釋，而缺乏釐清問題的機會，其結果將影響其所提供資訊的品質（楊政學，2015）。
5. 因為需要比較多個題項，帶給受試者的精神負擔較大，作答所需時間較長，當題項變多的時候，作答的困難度會大增。根據 Munson and McIntyre, 1979 的研究，排序問卷可能會比評分問卷花上多達三倍的時間。
6. 採用量化典範進行研究，可能面臨受訪者不願意回答或有意識的避開某特定問題，使得在資料的蒐集上，呈現欠缺完整性。

第四節 未來研究建議

本研究之研究樣本，以 21-30 歲之青壯年以及高學歷者居多，為本研究之限制，因次，爾後若有要意繼續從事本議題之相關研究與調查者，建議可以將

樣本之年齡與學歷擴大範圍調查，甚至是加入其他變數，讓整份研究更宏觀、更全面性。在世代洪流快速變遷之下，也有越來越多主打共享經濟的住宿平台出現，不妨加入這些平台一併作為研究對象。本次研究是以入住不同階段：入住前、中、後，作為不同題項，往後的研究者也可以以不同分類方法，像是不同分類屬性的風險等。

第五節 結語

在共享經濟（Sharing Economy）與資訊爆炸的時代，也愈來愈多以共享為宗旨的共享平台如雨後春筍興起。隨著 Uber、Airbnb 等一系列實物共享平台的出現，共享開始從原有純粹的無償分享、資訊流通，走向以獲得一定報酬與利益為主要目的，以閒置資源使用權的暫時性轉移為本質。

在這些閒置資源的共享過程中，能否仍可稱為原初具有社會主義精神的「共享」？經常與現行法令衝突、或雙方交易行為難以現行法律界定責任歸屬，也引起諸多爭議（MBA 智庫、數位時代，2017）。

在休閒事業觀光中，Airbnb 可以說是旅宿界的新興產物，且被廣為討論，但深入研究 Airbnb 這項新興產物的相關論文與研究，多為企業管理學類與法律學類，多著墨於其成功要件與。在觀光學休閒學類，則是以忠誠度、滿意度、口碑等進行研究，尚未有前輩對於其相關風險進行研究。

在共享經濟的一片紅海之中，伴隨而來的，除了利益以外，還有數不清的風險，在在提醒著 Airbnb，需要更加重視其風險管理與消費者回饋和感受，對於房東和房源的控管，需更加完備，否則將輕易流失其客群走下坡。

與你共享的利益，勝過獨自擁有？透過此份調查研究分析，呈現了消費著對於入住前中後所重視的風險高低，希望能夠帶給 Airbnb 參考價值，對於房東、房源等控管擬定完善審核方案與機制，且更加重視民眾對於海外旅遊中使用 Airbnb 的風險考量，進而改善。

第六章 參考文獻

一、中文文獻

1. Airbnb, <https://www.airbnb.com.tw/>。2018/01/07。
2. DoMarketing, 2015, 「7 張圖告訴你, Airbnb 如何從賣麥片, 變成全球最大飯店」 dcplus:<https://goo.gl/nZwjyi>。2017/10/25。
3. Google Trends (Google 搜尋趨勢), <https://trends.google.com.tw/trends/?geo=TW>
4. Hsinlan Chen, 2016, 「什麼是共享經濟 (The Sharing Economy) ?」, 硬塞科技字典:<https://goo.gl/4WxbdX>。2017/10/18。
5. IBM SPSS Statistics 24.0 授權軟體, 2019/02/05。
6. MBA 智庫, 2015, 「什麼是 EBK 模式?」MBA 智庫:<https://goo.gl/0Xxiw2>。2017/10/18。
7. Nesta 創新獨立基金會, 2014, 「台灣經濟研究院區域發展研究中心-共享經濟崛起對台灣中小企業之機會與挑戰」:
<https://www.cnra.org.tw/edm/20150424.pdf>。2017/12/25。
8. Survey cake 網路問卷, <https://www.surveycake.com/>。2017/05/17。
9. VISA, 2017, 「Visa 旅遊調查: 4 成 5 台灣民眾海外遊偏好自助旅行 首度超越跟團旅遊」, VISA 官方網站:<https://goo.gl/D5ccM9>。2017/11/05。
10. 中國網中國國情, 2017, 「共享經濟的背景與起源 你知道嗎?」壹讀:
<https://read01.com/zh-tw/3e72xg.html#.XLFPwZgzbiU>。2018/01/05。
11. 王國欽, 1995, 「旅行社組織氣候、工作壓力對員工離職傾向之影響研究」華藝線上圖書館:<https://goo.gl/g3kyu1>。2017/10/25。

12. 台灣碩博士論文知識加值系統，
<https://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gswweb.cgi/login?o=dwebmge>。
2019/02/04。
13. 布丁布丁吃什麼，2017，「如何分析偏好排序問卷？ / How to Analyze Ranking Scale Results?」網站：<https://reurl.cc/OmYl3>。2018/12/01。
14. 交通部觀光局，2016，觀光統計年報，「2018 年歷年國人出國按性別統計(1984~2018)」，交通部觀光局行政資訊系統：<https://goo.gl/kiuZ1h>。
2018/10/20。
15. 江佩洵，2006，來華國際青年旅遊者之生活型態、旅遊類型以及旅遊風險認知對其旅遊滿意度影響之研究。未出版碩士論文，銘傳大學觀光研究所。
16. 余幸娟，2000，「宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究」中國文化大學觀光事業學系碩士論文。
17. 吳元熙，2017，「募資 1 億元，台灣民宿訂房平台 AsiaYO 要當亞洲第一、挑戰巨人 Airbnb！」，數位時代：<https://reurl.cc/GNnWW>。2019/03/05。
18. 吳青松（1998）。現代行銷學。臺北市：智勝文化事業股份有限公司。
19. 吳羚，2017，「全球最大的「民宿」短租巨頭 Airbnb，為什麼在中國水土不服至今？」。微信上的中國：<https://chinaqna.com/a/16028>。2019/03/05。
20. 呂新發，2006，「旅行業旅遊安全管理系統建構與決策之探討-以國民旅遊為例」，國立台北護理學院呂健康研究所碩士論文。
21. 李銘輝，1995，「遊憩據點條件對遊憩需求之影響研究」華藝線上圖書館：<https://goo.gl/bdQ3eV>。2017/11/30。
22. 林淑惠，2017，「亞洲最大旅遊體驗平台 3 年就打進 10 國！」，商業週刊：<https://goo.gl/UK6yAn>。2017/10/30

23. 侯錦雄，林宗賢，1996，「日月潭風景區目標市場定位策略中之旅遊意象度量探討」國家圖書館期刊文獻:<https://goo.gl/n7EFcC>。
24. 馬化騰，張孝榮，孫怡，蔡雄山，2017，「共享經濟：改變全世界的新經濟方案」哈佛商業評論:<https://goo.gl/ZKX7VN>。2017/10/25。
25. 陳光華，容繼業，陳怡如，2004，「大陸地區來臺觀光團體旅客旅遊消費行為與重遊意願之研究」月旦知識庫文獻:<https://goo.gl/BH8BaM>。2017/10/25。
26. 陳佑寰，2016，「商業創新 VS.法律約束 共享經濟的管制難題」udn:<https://goo.gl/bRozup>。2017/10/25。
27. 陳思倫，2001，「旅遊安全概論」，網路:
www.wun-ching.com.tw/img/Books_files/HT37-9789864301676-trial.pdf。
2018/01/07。
28. 彭仁柏，2015，「Airbnb 美麗背後，你也該注意的細節」服務創新電子報:<https://goo.gl/QJqf6V>。2017/10/25。
29. 曾筱媛，2015，「共享經濟的下一步：取得政府和大眾的信賴」，數位時代:<https://goo.gl/lkzx7z>。2017/10/11。
30. 黃如萍，2015，「莫忘來時路／11月2日—出國觀光史 翻開第一頁」，中時電子報:<https://goo.gl/kDxgRj>。2017/10/25。
31. 黃志文，1993，行銷管理，台北：華泰書局。
32. 黃美菁，2015，「Airbnb 房客意外身亡，安全問題是共享經濟的天身缺陷嗎？」，數位時代：<https://reurl.cc/oY8qj>
33. 楊政學，2015，實務專題製作-企業研究方法的實踐（台北：新文京開發出版）。

34. 廖友吟，2003，「泰國全備旅遊產品使用者之旅遊風險、觀光目的地形象認知與旅遊型態、購後行為關係之研究」，世新大學觀光學系碩士論文。
35. 趙偉琛，2008，「聽障者國外旅遊體驗與風險之探索性研究」，靜宜大學觀光事業學系碩士論文。
36. 劉恭甫，2013，「Airbnb 開創旅遊住宿新模式」動腦：<https://goo.gl/ATw9Ge>。2017/10/25。
37. 蕭文康，2017，「年帶百萬觀光客來台 Airbnb 盼與台灣政府合作爭取合法」，蘋果日報：<https://goo.gl/16MiyE>。2017/11/07。

二、英文文獻

1. Anshul Garg, 2015. "Travel Risks vs Tourist Decision Making :A Tourist Perspective," *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, vol.8
2. Bertrand, H. R. (2006). *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches* (4th ed.). Walnut Creek, CA: Alta Mira Press.
3. BBC, 2016. "Travel firm Skyscanner secures major investment," BBC NEWS: <https://goo.gl/9RMecB>/(accessed: November 01, 2017).
4. Bentley T1, Page S, Meyer D, Chalmers D&Laird I, 2001. "How safe is adventure tourism in New Zealand? An exploratory analysis," *Appl Ergon*, vol.32,no.4,p.327-338.
5. Gatewood, J. B. (1983). Loose talk: Linguistic competence and recognition ability. *American Anthropologist*, 85(2), 378-387.
6. Leggat, P.A., 2006. "Risk assessment in travel medicine," *Travel Medicine and Infectious Disease*, vol.3No. 4, p. 127-134.
7. Moutinho, L. (1987). Consumer behavior in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 5-44

附錄一 問卷 民眾對於海外旅遊中使用 Airbnb 的風險考量

這是一份學術論文問卷，目的是瞭解民眾在海外旅遊中，對於使用 Airbnb 的風險考量。請依照您實際情況回答即可。您所填答的資料完全僅供學術研究之用，內容絕對保密，請安心填寫。

致理科技大學休閒遊憩管理系 專題小組

聯絡人：林小姐 mina8617lin86@gmail.com

【基本資料】

1.性別

男性 女性

2.年齡

11-20 21-30 31-40 41-50 51-60 61-70 71-80

3.教育程度

國小 國中 高中職 專科 大學或學院 研究所以上)

4.職業

學生 軍公教 服務業 金融業 資訊 科技 傳播 廣告設計

藝文 自由業 醫療 製造業 農林漁牧 家管

退休 其他

【對於 Airbnb 的認識】

1.對於 Airbnb 的瞭解程度

非常瞭解 相當瞭解 還算瞭解 不太瞭解 完全不瞭解

2.對於 Airbnb 的相關風險案例瞭解程度

非常瞭解 相當瞭解 還算瞭解 不太瞭解 完全不瞭解

【關於 Airbnb-

Airbnb 是一家聯繫旅遊人士和家有空房出租的房主的服務型網站，提供短期出租房屋或房間的服務，讓旅行者可以通過網站或手機、發掘和預訂世界各地的各種獨特房源，為近年來共享經濟發展的代表之一。網站的使用者必須註冊並建立網際網路帳號。每一個住宿物件皆與一位房東連結，房東的個人檔案包括其他使用者的推薦、住宿過的顧客評價，以及回覆評等和私人訊息系統。】

【對於入住「前」風險的大小程度進行排列

先選擇的選項，代表風險愈高（數字 1 風險最大，以此類推），需排序 10 個選項】

- 無預警被取消訂房
- 客服難聯繫，無法即時處理問題
- 無法順利找到入住地點
- 與房東在語言上有隔閡，溝通困難
- 他人阻止或嫌棄使用，對使用者態度不以為然
- 耗費多時尋找房源，未能找到滿意房源
- 價格標示浮動無依據，定價由房東自訂，預訂後價格與原先看到價格不一致
- 房間是否完成預定，需要透過房東核准，無法即時性的確認訂房是否成立
- 下訂前無法確切知道實際地址，僅能根據所提供資訊瞭解大概區域
- 若取消預約，Airbnb 收取的 6~12% 服務費不會退還

【對於入住「中」風險的大小程度進行排列

先選擇的選項，代表風險愈高（數字 1 風險最大，以此類推），需排序 10 個選項】

- 訂房資訊不透明，造成認知上的落差
- 房東提供資訊不實
- 性騷擾、性侵害、感到騷擾對待
- 客服難聯繫，無法即時處理問題
- 房東素質不佳
- 訂到的房屋觸犯當地法律，可能須負連帶責任

- 服務品質與環境整潔不如飯店
- 因設備操作不當而受傷，卻求償無門
- 房內安全有疑慮
- 房內設施無預警故障

【對於入住「後」風險的大小程度進行排列

先選擇的選項，代表風險愈高（數字 1 風險最大，以此類推），需排序 5 個選項】

- 沒有像飯店一樣的接待處，會造成離開或入住的不便性
- 得到房東極差的網路評價
- 發現金錢或其他東西被偷
- 客服難聯繫，無法即時處理問題
- 遺忘東西卻難以聯繫房主取回

【您寶貴的意見，將有助於本研究順利完成，誠摯的感謝您！

敬祝 身體健康 萬事如意】