

雪山隧道開通後對宜蘭旅館業的影響之研究

餐旅服務領域

*戴揚飛

*駱菁菁

**陳彥傑

***張翊峰

Tai Yang-Fei

Luo Ching-Ching

Chen Yen-Chieh

Chang Yih-Feng

*嘉南藥理科技大學觀光事業管理系助理教授

*嘉南藥理科技大學觀光事業管理系講師

**嘉南藥理科技大學觀光事業管理系助理教授

***嘉南藥理科技大學觀光事業管理系副教授

摘要

本研究主要探討雪山隧道開通後，影響當地旅館的各個層面為何，宜蘭旅館受此影響，如何採取因應對策以吸引更多的客源，並探討是否因雪山隧道的開通而吸收了國內其他觀光景點的旅客，且是否影響宜蘭觀光客之旅遊行程。本研究獲致以下結論：雪山隧道開通後將北部與東部的交通網做了一個完整的連結，也因此對於宜蘭整體的經濟層面而言有相當大的助益。然以觀光旅遊業為經濟主要來源之一的宜蘭而言，對於觀光產業的發展更是一大轉變。為了能夠善用此一優勢，各飯店及民宿業者除了所擁有之本身資源還要做一些轉型的變化，增加其休閒設施軟硬體設備，才能增強競爭優勢，唯有不斷創新、進步、才能利用其優勢來與其他業者競爭。

研究動機

由於交通對觀光休閒產業有著相當大的影響，所以本研究最主要欲探討，雪山隧道對於宜蘭旅館的影響層面。因為雪山隧道開通後，使北部往返台灣東部更加便捷，加強了國內各城市的連貫性。且雪山隧道從北部通往東部最主要的地區為宜蘭，對宜蘭當地各產業的型態必定帶來相當大的衝擊。本研究動機主要想要了解開通後是否對當地旅館造成影響？若有則影響層面為何？宜蘭旅館受此影響，如何採取因應對策？而其他景點的觀光客是否因雪山隧道開通後而改變其旅遊行程？是否改變原先欲前往宜蘭觀光的旅客之旅遊行程？本研究希望藉由研究旅館業者與觀光客，來了解雪山隧道開通後，對於宜蘭觀光旅館業經營發展的影響。

研究目的

交通建設往往會影響當地觀光休閒產業的發展。而雪山隧道開通，便是直接影響宜蘭觀光休閒產業。本研究試圖從觀光客與旅館業者之間的改變，來了解對旅館業的影響層面。

因此，本研究目的如下：

- 1、探討雪山隧道開通後，對宜蘭旅館、旅遊業是否有正面影響。
- 2、探討宜蘭旅館業者，對於雪山隧道開通後是否有所因應對策。
- 3、探討雪山隧道開通後，是否吸收其他觀光景點之旅客。
- 4、探討雪山隧道開通後，是否影響前往宜蘭觀光客旅遊型態。

文獻探討

交通運輸是觀光產業的基礎要素，旅遊的前提是交通運輸，它可以促進人與人之間的交流，以及提供旅客自出發〔如居住地〕往返目的之間的工具。在分析研究觀光時，經常會忽略交通運輸因素，而將其是為旅遊體驗中被動產生的因素，然而交通是觀光服務的基本元素，而在某些情形下它也能成為觀光旅遊體驗焦點〔例如郵輪與觀景火車之旅〕，各種交通形式與觀光旅遊發展關係密切，而交通科技屢的發展與個人可支配所得的成長，使國內與國際觀光活動蓬勃發展，

一、觀光與交通

在觀光系統中，乘客的運輸是非常重要的。它提供觀光據點及市場資源間的橋樑 在都市地區或觀光區域內，市鎮和觀光據點間的交通運輸要特別規劃考量。除非旅遊本身是一 觀光吸引力，通常交通本身不會有目的，但卻是旅遊必需 因此便必需考慮旅遊方式如何運送旅客到達目的地。

和一般人工作上只使用一種交通工具不同，現代旅客不同可能使用不同種類的交通工具，因此在規劃上就必須考量不同交通模式之應用。向空中巴士、汽車、計程車、纜車、馬車等。因為不同的交通是由不同體系所設計，建造及經營管理，所以會造成使用上的混亂及不確定性。因此而使在使用上感到不安。或許這也就是為何汽車旅行或郵輪之旅會激增，因為它們將所有的交通運輸的安排一次搞定 減低了混亂性的產生，另外我們最常忽略的就是遊客步行移動方式。交通運輸的管理是解決大眾運輸的問題，但相對的也剝奪遊客個人步行的權利。前往觀光據點及服務中心可用交通工具代步。但步行卻是最終也是最重要的交通模式。(Gunn 1994)

二、何謂交通運輸

交通運輸的主要功能是将旅客自其出發地運送至目的地，或是將遊憩區內的旅客自某一定點送至下一個遊憩點。交通運輸系統內可能包含多種交通運輸工具，比如飛機、公共汽車、遊覽車、腳踏車、私人機車等，亦須考量設置人行步道系統，畢竟，步行是最中也是最重要的交通模式。一個觀光目的地的內部和外部交通運輸系統的完善與否和服務品質的高低，確實影響旅客的觀光體驗滿意度或消費者選擇此進行觀光旅遊的意願。(陳思倫 2005)

三、觀光供給面的運作系統

觀光供給面的運作系統包含五個緊密且互相依靠的運作功能要素：觀光吸引物、觀光服務及設施、交通運輸、觀光資訊及推廣促銷，等觀光供給面的運作系統下列五點意函：(Gunn 1994)

1、**觀光吸引物**—觀光據點吸引力為整體的動力。觀光據點一欲開發的地區及軟體設備提供了觀光系統的動力來源。其兩種目的為吸引觀光客及設法滿足他們的需求。文化及自然資源在此其中也扮演重要角色。因此這兩種資源的分佈及品質決定未來觀光的發展。

2、**觀光服務及設施**—服務設施是主要輔助者。主要的服務設施，如餐飲、住宿及交通運輸必須觀光據點規劃相互結合。而這設施主要是依賴當地及旅遊的市場的供應。因此，地點的選定必須要能反應著兩者的需求。此外，服務設施及其他因素的相互合作及財務上的關係也需要建立起來。縱然服務業是經濟影響的要因，但其成敗也需其他因素及內部管理的配合。

3、**交通運輸**—所有因素均依賴交通運輸。不管是區域、觀光據點或基地尺度，觀光發展都必須有交通通路。但我們卻常忽略交通決策者及觀光發展者在規劃及管理上的互動關係。無論如何，旅館的經營、食物服務、娛樂、商店級觀光據點之成功與否端賴交通運輸的規劃是否良好。

4、**觀光資訊**—旅遊資訊的充分帶來更佳的旅遊經驗。旅客越來越希望多了解旅遊地的歷史及背景。在規劃

策略上就必須包括資訊中心、明顯的指標、及相關技術。這類的旅遊解說中心不只是供給資訊及指引，也提供娛樂及資源。旅遊前的資訊收集和旅途中及當地的旅遊資訊同等重要。

5、推廣促銷— 一切就緒之後的動作即促銷。在觀光據點，服務設施及交通運輸、資訊系統發展就緒之後，最後即促銷的動作。一般而言，太過於籠統、遲鈍或誤導的促銷手段會遺失今日成熟的遊客。促銷必須針對適當的時機，提出適當的內容，和使用於正確的旅遊市場裡。

四、規劃上的考量

觀光據點及服務設施的擁有者何管理者莫不對交通運輸計畫之政策抱以厚望。因為路線、票價、班次、方便性，以及不同交通模式應用上的改變 都會影響到觀光業。當我們在考慮地方居民及長程遊客的各種不同需求時，這些議題就會複雜化。 比如有些高速公路規劃者，只是單從商業運輸的角度來設計路線及交通容量，以下就是規劃在這方面的考量。(李英弘、李昌勳 1997)

1、交通運輸部份必須在觀光規劃考慮之內：

由於觀光業以成長為國際性的新興事業，交通運輸的角色必須加強。現代工程科技促使高速公路、橋樑、機場、鐵路、及港口的各項工程品質的改進。但是，在交通運輸的決策過程中仍需要觀光服務業及觀光據點的領導者的參與。如此，經由良好互動結合，雙方都可以獲得利益。

2、不同交通工具的使用需要有新的規劃組合：

通常觀光客的需求是不會向商業業者或政府所預期的只有一種運輸工具的，由於航空旅遊的可用性增加(如票價、時刻、及航空公司的選擇)提供旅客更多的據點選擇。但到達目的地之後，卻常需要其他交通工具的配合才行。逐漸受到青睞的套裝旅遊方式就促使旅遊方式加以組合。如是再整個過程中有任何一段服務不佳都會糟蹋旅遊品質。因此不只是當地居民或者是外來旅客市場，都需要不同交通運輸工具的良好規劃。

3、交通運輸不再只是工程上的規劃：

在交通運輸規劃中，對遊客人文層面的敏感性是必須要加以考慮的。由於高速公路通常會將遊客何他們的目的地加以隔離及擾亂方向，因此對遊客而言，知道他們目前在何處是越來越不容易。因此，良好的指示標誌及旅遊資訊是規劃上的一大挑戰。旅遊經驗，特別是在支線道路及鄉間小路上，均屬旅遊產品的一部份。尤其是景觀道路，更需要對沿道路兩邊的土地使用型能加以限制。

4、新高速公路幹線要充分考慮環境的敏感性：

儘管高速公路的規劃設計技術日新月異，對於自然及文化資源的保護仍需特別注意。雖然旅遊可及性是很重要，將主要高速公路建立在未開發的處女地上會對當地社會及實質環境產極大的干擾。例如國家公園的規劃者便曾經因高速公路路線位置不當而導致野生動物的滅亡。

在上述分析中了解交通為觀光系統中重要的一環，一個交通開發與發展往往左右當地觀光產業影響的觀光層面也非常廣泛。以本研究主題在國道北宜高速公路(雪山隧道)開通前後，針對觀光對當地的經濟、社會、環境等，多少會當地產生正、負面衝擊層面影響。在接下來的部分將以觀光衝擊理論來做探討分析。

觀光衝擊理論

觀光的產生帶來了觀光地的發展，而觀光發展所帶來的多元性，例如遊客到觀光地遊玩所需要的食衣住行，這些多元性間接的引起各種行業興起。因此觀光地的發展涉及的層面相當廣，不過也因為觀光的發展帶來了多方面的影響。而在學者 Mathiesin (1982) 的研究中，他認為觀光衝擊是受到遊客在整個旅遊過程中之許多變數所影響，動態要素的遊客與靜態要素的遊客特性、觀光地特性改變，即可能產生觀光衝擊。而就其類別來說大致可分為三個面向：經濟衝擊面向、社會文化衝擊面向、實體環境衝擊面向；而在其當中皆有

正、負面的影響。

然而在衝擊上的正面與負面是說：正面是觀光發展會使得人為或人文環境發展有增強效果；負面是指自然環境的各元素遭受到破壞。基於理論與實務的需要，許多研究觀光發展的學者們陸陸續續針對觀光發展的影響進行深入探討與研究。而以下便是許多學者所探討出來的理論：

一、經濟衝擊面向：

經濟衝擊對於觀光地的影響是很明顯的，因為觀光地的經濟衝擊會為地方帶來經濟利益，改善當地的收入狀況。不過經濟衝擊對於觀光地區亦有負面的影響。觀光活動所帶來的經濟利益包括：改善國際支出、增加國民收入增加工作機會、改善經濟結構、刺激企業投資、增加政府收入。而經濟成本包括：土地機會成本、通貨膨脹、對觀光過度依賴、增加財政支出〈陳思倫等，1995〉。此外由國內外學者努力研究後更發現許多的正、負面衝突，其如下表 2-1 經濟衝擊層面探討分類表：

項目	內容	國內外學者
正面 衝擊	收入及生活水準增加 促進投資發展改善 公共設施增加 改善交通設施 購物機會增加 改善當地整體稅收 公共服務改善 觀光整體利益超過負面衝擊	Harrill&Potts，2003 Snaith&Haley，1999 Ko&Stewart，2002 Martin&McCool，1994 吳宗瓊，2002 陳明川，2003 歐聖榮、嚴宏旭，1995 陳思倫、郭柏村，1995
負面 衝擊	物品與服務價值上升和短缺 土地和房價上漲 生活費、個人財產稅增加 不動產成本及房地產稅增加 增加生活成本	Harrill&Potts，2003 Snaith&Haley，1999 Ko&Stewart，2002 Martin&McCool，1994 郭建池，1999

資料來源：陳思倫〈1995〉

此外於國內論文中郭建池〈1999〉以針對阿里山地區七個村所做的衝擊認知研究發現，居民認為觀光發展帶來的整體利益多於負面，其中認為正面影響是「振興地方經濟」、「個人收入增加」、「就業增加」。

二、社會文化衝擊面向：

基本上社會文化衝擊往往沒有經濟衝擊或實體衝擊來的明顯，經濟上可以直接從收益上來查覺，環境上可能從環境被破壞或污染中看到。而社會文化衝擊往往需要的是時間，經過一段時間的演變，居民可能感受到遊客對於其生活的干擾或生活模式的改變。Ryan〈1991〉認為觀光所導致之社會改變，其造成之本質主要取決於遊客的特性、當地居民之文化信仰及該地區的設備、環境、社會心理承載量等。在此改變過程中包含了主客雙方再各自文化所定型之情況下與另一文化交流所產生一系列之認知忍受度以及期望〈歐聖榮、顏宏旭，1995〉。也因此社會文化衝擊可以從以下這兩個層面來探討：

1、對觀光客的影響：

對觀光客個人的影響來自於觀光旅遊的行前準備〈如資料收集、金錢、時間和體能之準備〉、出發旅行、

於觀光目的地之遊玩、回程旅遊及回憶，整體觀光活動體驗可能是觀光客本身最特殊的回憶，如果是觀光客全家旅行，那旅行前的準備、期待的興奮以及實際的旅行體驗是家庭生活中值得記憶的事件，而且它更可以對家庭的每個成員具有教育性〈McIntosh&Goeldner，1990〉。

2、對觀光地區及居民的影響：

Lanquar 總結大部分的社會文化衝擊研究報告得到下列三項主要結論：1、觀光業務所滋生的社會文化影響之多寡依來臨觀光客人數量、接觸的模式及接觸的時間長短而定。2、觀光業務所滋生的影響與當地接觸民眾的社會和文化的模式、價值觀有相當大的關係。因此西方先進行為模式之傳播在某農村社會或某工業社會裡，其所導致之後果完全不同。3、觀光業務所滋生的影響不但依該地民眾之受影響也依當地觀光活動之進展而異〈黃發典譯，1993〉。

Cohen〈1972〉曾再觀光開發之社會文化影響研究中歸納出十項為這方面領域研究的課題，依次為〈1〉人際關係〈2〉社會結構〈3〉生活節奏〈4〉遷移及就業〈5〉婦女就業〈6〉社會層化〈7〉權利的分配〈8〉脫序社會的增加〈9〉風俗習慣及藝術的影響〈10〉當地社區的福祉越依賴外來因素。

另，La flame〈1979〉自 1968 起在巴哈馬〈位於西印度群島的最北部的巴哈馬群島上。是加勒比海十分聞名的度假勝地〉的一個小地區進行多年的觀察及研究觀光發展對當地社區的社會影響。由研究結果得知的主要變化包括〈1〉物質生活條件的提升〈2〉改變當地市場交易的取向〈3〉導致當地食物生產減少〈4〉職業結構改變〈5〉婦女經濟角色的改變〈6〉改變勞動力市場型態〈7〉縮小種族間社經鴻溝〈8〉當地社區隱密性降低。

Lanquar 亦指出觀光發展所創造出來的就業機會將導致觀光地區社會結構上的變動，也會造成人口上、行業上、教育上和收入上以及社會地位與權勢上的改變，種種社會變遷於焉形成〈黃發典譯，1993〉。

三、實體環境衝擊面向：

實體環境的衝擊包含了自然環境及人文環境，從林瓊華〈1995〉所指出的實體環境有自然環境，如山川河獄、動植物等與人為環境，如鄉村及文化的歷史環境等。此外，林瓊華〈1995〉提出影響實質環境的重要因素有下列幾項：〈一〉遊客使用及觀光發展強度。〈二〉生態系的強度。〈三〉觀光發展是否遠見。〈四〉觀光發展變形的特質。

而在於國外的的學者 Brougham&Butler 於 1981 年為了瞭解蘇格蘭 Sleat 半島上居民對觀光發展所產生之社會衝擊之態度所進行的研究，所提出的一個分析架構。他們認為觀光衝擊之產生是由三個因素交互作用而形成的：〈1〉先決條件：當地之自然環境、人文歷史、政府政策或發展機會等因素；〈2〉居民之空間型態：包括居民之年齡、性別、職業、宗教、信仰、語言文化、居住時間等社經背景；〈3〉遊客之時空分佈：包括遊客之性別、消費型態、活動型態、語言、文化，以及對旅遊地區時間、空間之操控度。由於三者之交互作用造成當地社會產生了環境文化及經濟衝擊，而這些衝擊亦對當地居民觀光發展之態度產生影響，這些影響使得居民對觀光發展有不同之看法〈顏宏旭，1994〉。

由這個架構中可知，觀光發展時所產生之衝擊是影響當地發展以及居民對觀光發展態度的重大因素。而且政府所決定的政策能夠左右觀光發展的命運。例如：於民國 95 年 6 月間所通車的國道北宜高速公路〈雪山隧道〉，已創造出均衡區域發展與縮短城鄉差距。但是國道北宜高速公路通車後吸引了大量的人潮，這對宜蘭目前的住宅結構、房地產與觀光相關產業等會產生實質的衝擊。對於宜蘭的旅館產業一定有所影響。

再者本研究將根據 AP&Crompton〈1998〉所整理之實體環境正負面影響，將其羅列於後。表 2-2 實體層

面探討分類表：

項目	內容	國內外學者
正面 衝擊	地區外觀的改善	Harrill&Potts，2003
	通訊通信設施受到改善	Stewart，2002
	交通設施受到改善	McCool&Martin，1994
	水利系統受到改善	Gilbert&Clark，1997
	促使居民整理部落環境	吳宗瓊，2002
	提升居民環境意識	顏宏旭，1995
	自然資源因而受到重視及保護	林朝欽，1987
	電力設施受到改善	劉儒淵，1990
負面 衝擊	交通擁擠增加	Harrill&Potts，2003
	過度擁擠	Stewart，2002
	增加噪音及垃圾污染	McCool&Martin，1994
	大量遊客造成自然環境破壞	Gilbert&Clark，1997
	垃圾處理困難	吳宗瓊，2002
	公共設施破壞情形嚴重	顏宏旭，1995
	塞車與停車的問題便嚴重	林朝欽，1987
	景觀美質下降	劉儒淵，1990

資料來源：AP&Crompton〈1998〉

因此，本研究經由上述中分析出，觀光不僅為當地社會、經濟、環境帶來了種種的正面與負面的衝擊。其中最為重要的是如何提出有效的觀光衝擊管理策略，而其中「交通問題」最為顯著。然而，政府也經過長時間的評估以及透過調查了解當地居民對於發展觀光的反應如何，而從中決定規劃更便捷的交通設施以及開發新的路線，因此本研究認為雪山隧道對宜蘭當地的居民以及相關的服務業者是有相當程度的影響，而旅館產業該如何對此一變化做正確的對策，這正是我們所想要探討的主題。再者，經由環境的變遷、交通改善而消費者對其旅遊的意願以及需求也產生了變化，當地的旅館業者是非常的敏感的。藉由站在消費者的立場去思考，而積極提出最為貼心的設想或者擬定套裝行銷計畫以來吸引觀光客的青睞，此為令人所關注的。此外，是否會因此而影響其當地的觀光產業以及餐飲旅館業的作業甚至定位策略是直得我們探討的。

研究方法

焦點團體深度訪談

在本階段本研究將會好較為專業的問題以造訪宜蘭地區的民間團體〈飯店業〉的經營管理高階主管，詢問並了解其對於雪山隧道開通對宜蘭之影響的看法，由於民間單位的重要相關人士對於雪山隧道開通後將會造成或已然造成的影響比一般的居民以及遊客來的深入，故先從各單位負責人做深度訪談，以了解實際的狀況，並將他們的看法整合成表，加以與文獻探討所找出的變相加以篩檢，幫助了解其中的重要性為何而其重點在哪，以作為本研究所探討的依據及佐證。

研究結果與分析

本研究為了解雪山隧道開通後對宜蘭旅館的影響關鍵因素加以探討，使用質化研究方法，採取個案分析法進行深度訪談、實地參觀及調查，將其獲得的資料與其他相關次級資料進行分析，透過開放式的面對面訪談，從業者對於雪山隧道開通後對宜蘭旅館業所帶來影響層面認知觀點了解，再由本研究將其歸納整理成為雪山隧道開通後是否影響宜蘭旅館業之關鍵因素。

本研究將針對宜蘭具指標性旅館業者，進行深度訪談所得到的內容加以整理分析，以更深入的了解雪山隧道開通後，對宜蘭整體旅館所帶來的影響層面。本節將以所提出之假設作為深度訪談分析基礎，並將假設分別列出如下：

- 1、探討雪山隧道開通後，對宜蘭旅館、旅遊業是否有所影響。
- 2、探討宜蘭旅館業者，對於雪山隧道開通後是否有所因應對策。
- 3、探討雪山隧道開通後，是否吸收其他觀光景點之旅客。
- 4、探討雪山隧道開通後，是否影響前往宜蘭觀光客旅遊型態。

訪談時間：96年2月13號

訪談地點：宜蘭礁溪-礁溪老爺大酒店

訪談對象：執行部-協理 李慧姍協理

以往北部遊客開車前往宜蘭、花蓮等東部地區旅遊，其主要的路線有二：一為台二線，其為濱海公路。對於遊客而言是通往東部地區較安全且順暢的道路，而在路途當中擁有相當多的觀光景點可做遊憩活動等，但是由於抵達宜蘭等地所需的路程相當的冗長，也因此通常以多天數的旅遊為居多。而其二為省道九線，雖然路程較台二線〈濱海公路〉短，但是都大多數以山坡陸為主，其中最著名的便是「九灣十八拐」此一路線崎嶇延綿，也因次就安全性而言較為危險。然而在民國95年6月雪山隧道的開通，不但結合了兩者間的優點且摒除了其缺點，其通車時間由最快的路線省道台九線的2-3個小時縮短為40~50分鐘，而就安全性而言則大大的提升。這是否使得欲前往宜蘭旅遊的旅客意願提高，並且對當地旅館、旅遊業帶來正負面的衝擊。

本節將從宜蘭著名飯店業者本身對於雪山隧道開通的看法及因應策略與消費者對於消費行為和認知兩方面加以探討，以了解兩者之間的相關聯性為何。

〈假設一〉雪山隧道開通後，對宜蘭旅館、旅遊業是否有所影響。

而本研究此一假設所欲探討的層面：有雪山隧道開通後直接性的交通因素，以及經由交通便利所帶來大量人潮的環境改變等相關影響。且本研究在消費者問卷調查當中欲得知，旅客前往宜蘭旅遊選擇住宿旅館的重視項目為何。再藉由業者回答當中的各個角度切入，兩者間做一比對分析讓本研究更深入了解現況與問題。

消費者行為分析：

針對人潮變動此一層面而言，由基本資料統計分析的表 4-3 顯示，有 73.45%〈受訪者居住地區分佈表〉的旅客是居住於北部的，這顯示了主要顧客群以北部旅客為主。再由表 4-15〈開通後，前往宜蘭旅遊意願分佈表〉可看出雪山隧道開通以後大大的增加了國民旅客前往宜蘭旅遊的意願其比例為 89.83%。

此外，而表 4-17〈請問雪山隧道開通前，至宜蘭旅遊，大多停留的時間分佈表〉旅客於宜蘭旅遊所停留的天數以三天兩夜為最多佔有 44.07%其次為兩天一夜其比例為 35.03%在與表 4-18〈請問雪山隧道開通後，至宜蘭旅遊，大多停留的時間分佈表〉內所顯示出以兩天一夜為最多約有 42.37%而其次為一天來回佔有 28.81%；由這兩個調查中交叉比對分析可發現原本旅客前往宜蘭旅遊所停留住宿的時間較為長，這是因為交通上的不便所造成的。

然而，經過了雪山隧道的開發以後，促使了交通的便利，旅客因此而改變了旅遊型態選擇較為短期的旅遊方式，進而影響了其停留住宿的意願。而以消費者行為與經驗的表 4-14〈一天假期，選擇國內旅遊景點分佈表〉可看出北部旅客短期旅遊選擇的地點已趨向於宜蘭等東部地區其比例有 50.54%。

再者，由表 4-19〈是否會順道去其他地區旅遊分佈表〉旅客是否會順道前往其他地區旅遊〈如：花蓮、台東等地〉可看出是偏向於轉往花東旅遊的其比例為 66.67%。由以上幾點可看出雪山隧道的開通對於宜蘭而言帶來了豐沛的人潮，但是有許多的旅客也因為交通的便利而更能夠利用時間轉往花東等地旅遊。

個案旅館探討分析：

雪山隧道的開通促使了人潮的湧進，創造出利益豐沛的商機。而在這個大環境的改變下，宜蘭礁溪的傳統溫泉旅館以及其他宜蘭其他地區的一般旅館都受益良多。但是，也因為客源徒增使得傳統旅館業者深刻的感受到硬體設施以及服務品質的維持以及提升相當的吃力。

同時，由於雪山隧道的開發，而使得宜蘭受到許多的大型國際觀光飯店的青睞，計畫在短期內進駐於此。這雖然能夠提升宜蘭地區的觀光休閒飯店整體的品質，但是就當地原有的旅館而言是一個迫在眉頭的威脅，勢必會對於宜蘭的傳統旅館業者造成擠壓的情況。就宜蘭當地現有的五星級飯店業者所認為，宜蘭當地的傳統旅館業者與民宿都必須盡快進行一些轉型及策略的動作。

結論分析：

本研究在經過消費者行為與經驗問卷調查以及個案業者深度訪談內容進行交叉比對以後，發現雪山隧道對於宜蘭當地的觀光產業影響的層面甚廣。對於消費者而言，能夠利用便利的交通節省更多的行車時間是相當的滿意的，且因此能夠計畫轉往其他的地區旅遊〈如：花蓮、台東等地〉。

然而，此一消費者意願變大大的影響到停留於宜蘭當地住宿消費的機會。對於宜蘭旅館業者而言，人潮的湧入確實造就了高住房率，但是整體上的房客停留住宿天數已有明顯的降低，這對於宜蘭旅館業者來說是一大隱憂。為了改善此一現象，宜蘭旅館業者目前急於轉型以及加強服務品質和硬體設備以吸引旅客的停留住宿。這些改變的現象就本研究所做的假設一：雪山隧道開通後，對於宜蘭旅館、旅遊業是否有所影響，兩者間是有密不可分的關係，故假設成立。

〈假設二〉宜蘭旅館業者是否有因雪山隧道開通而有所因應對策。

雪山隧道的開通使得北部至東部的交通網路變得較為完整，造就了宜蘭的整體經濟利益，且因為如此而吸引了大量的人潮湧入，對於宜蘭當地的觀光發展而言有相當大的助益。這樣的一個重大的改變對於宜蘭旅館是好是壞跟旅館的經營理念、因應的反應及策略有相當大的關係。因此，本研究此一假設所欲探討的便是宜蘭當地業者對於雪山隧道的開通所帶來的影響是否已有先見之明，且針對此一重大的改變是否有提出相關的因應策略來提升本身的競爭力以創造更高的經濟利益。

消費者行為分析：

對於消費者而言，在選擇旅館的同時，最為重視的條件可利用本研究的表 4-24〈受訪者對旅館的期望與認同分佈表〉看出消費者在選擇欲住宿的旅館所重視的有旅館週遭的交通是否便利其平均值為 4.30，而對於所住宿的旅館至當地的風景區距離遠近也有相當的重視程度其平均值為 3.84。再者，對於從原本居住地點前往欲住宿旅館間的道路安全性也歸納在消費者的考量其平均值為 4.06，以上此幾點都是針對交通因素的重視程度調查結果，由此可想而知飯店所設立的地點是相當重要的，必須能夠善於利用交通網路的優點，方能使旅客在抵達旅館的過程中感覺到舒服、順暢。

而在旅館週遭的風景區的特色活動也佔有相當的比重其平均值為 3.71，這是由於當地的風景特色配合當地政府所興辦的活動能夠吸引到旅客前往觀光旅遊的因素，旅客認為旅館週遭若有吸引人之處就較能夠引起前往住宿的興趣。再者，住宿環境擁有優美的自然風景以及特別資源〈如：溫泉、草原、湖泊等〉就能夠影響旅客的住宿意願其平均值分別為 4.13 及 4.16。如上所述皆為旅客對於住宿旅館週遭環境的重視程度，所以設立一家觀光休閒旅館所需要考量的自然環境因素相當的重要。

此外，旅客在選擇休閒旅館時，也會對其旅館的規模大小、外觀是否美麗、內部的休閒設施是否完善、內部裝潢是否符合旅客所欲感受的氛圍皆會列入考量，但是旅客最重視的不外乎價格是否合理以及服務品質的優劣，此為旅館業者所需慎重維持與評估的。

個案旅館探討分析：

休閒旅館業者在進行規劃旅館時所重視的不外乎是經濟效益的考量，旅館業者必須評估所欲設立的地區是否有所特色能夠吸引旅客前往旅遊，並且必須考慮到旅客心理層面的問題，才能夠創造出能夠得到旅客青睞的氣氛。然而，在大環境的改變下旅館業者是否有所因應措施是相當重要的。在雪山隧道開通以後，進行國內旅遊的旅客其動向有明顯的

變化，許多宜蘭旅館業者對於雪山隧道開通後所帶來的大量人潮都有正面的看法，認為其影響是利多於弊的，但是也有考量到如何改變經營型態及策略吸引旅客前往住宿消費，經由宜蘭著名國際觀光旅館業者的口述得知，目前宜蘭傳統旅館為了因應雪山隧道的開通正積極的改變行銷策略以增強自身的競爭力與吸引力。但是由於硬體設施、服務品質無法在短期內做較大的改變而使得其效益不大。

結論分析：

本研究藉由消費者行為與經驗的問卷調查與個案旅館深度訪談結果兩者做了比對分析後，得知現下宜蘭傳統旅館業者為了增加自身的條件以符合旅客的需求下做了明顯的改變，但是礙於短時間內無法改變其硬體設施且因突如其來的人潮而造成了服務品質的降低，這是目前宜蘭傳統旅館業者尚無法在短期內解決的困難。在交通建設的開發後，往往會對當地有正負面的影響。然而，是否能夠藉由交通上的便利為宜蘭旅館帶來更豐厚的利益是業者所必須去評估與考的。就宜蘭旅館業者的回答與消費者的感受中可得知宜蘭旅館確實有因雪山隧道開通後而產生因應措施，與本研究的假設二：宜蘭旅館業者是否有因雪山隧道開通而有所因應對策相符合，故假設成立。

〈假設三〉雪山隧道開通後，是否吸收其他觀光景點之旅客分析。

雪山隧道通車後，因交通的便利，吸引更多的觀光客到宜蘭旅遊享受淳樸的美景，相信對宜蘭觀光與旅館業者帶來許多的商機。但在成立新的交通道路建設的同時，或許民眾也會改變以往交通道路選擇路徑到達旅遊目的地，這樣的影響是否也會造成其他觀光景點的衝擊，而宜蘭的好山好水及豐富旅遊資源，如礁溪溫泉、蘇澳冷泉、海產及宜蘭各地的自然景觀，現在因雪山隧道開通便利性而距離縮短讓宜蘭變成台北近郊，使得北部旅客以及大台北地區居民更能親近，轉而吸引其他地區旅遊景點的旅遊客源，這樣是否會造成北部觀光結構的改變，而宜蘭旅館業者是如何因應，上述為本假設的研究分析重點。

消費者行為分析：

由消費者問卷調查研究分析的結果，本研究可以了解於旅客消費行為統計分析中表 4-8「開車前往宜蘭，最常走的道路」顯示，以「北宜高速公路(雪山隧道)」最多，佔 80.79%；得知旅客大多選擇北宜高速公路前往宜蘭，代表原本北宜公路與濱海公路沿線風景區坪林及東北角觀光旅遊受到嚴重衝擊。而由表 4-9、表 4-10「開通前、後一年，到宜蘭旅遊次數」，以「一次」做交叉比對分析，開通前 27.68%、開通後 61.02%；可得知在雪山隧道開通後，遊客至宜蘭旅遊次數有明顯提升。由表 4-14「一天假期，選擇國內旅遊景點」，以「宜蘭」最多，佔 50.54%、表 4-15「開通後，前往宜蘭旅遊意願」，以「是(提高)」最多，佔 89.83%，兩者做交叉比對分析；可得知旅客至宜蘭旅遊意願明顯提高，同時也影響其他觀光景點旅遊意願。由上述分析得知，雪山隧道開通明顯提升宜蘭境內觀光旅遊之競爭力，同時也吸引改變其他觀光旅遊景點旅客的旅遊意願。

個案旅館探討分析：

就業者立場來說，雪山隧道開通，對宜蘭旅館及觀光旅遊業有非常大的助益，以現階段宜蘭旅遊與旅館業的觀光旅遊人潮及住房率都有明顯的成長，以旅館而言，在雪山隧道開通後，其中最主要的是拓展新的旅遊客源市場，以吸引北部客源為主。例如：以宜蘭礁溪溫泉為例，原本大台北民眾的溫泉旅遊，大部分都選擇前往北投或烏來旅遊。但現在有

很多民眾改選擇至宜蘭礁溪做溫泉休閒度假，蘇澳新鮮的海產也吸引原本基隆、富基漁港的客源，還有原本較薄弱婚宴市場業績也有明顯提升，而旅館業者也因應雪山隧道開通之後，安排具特色之套裝行程開拓客源市場，迎接雪山隧道開通所帶來的觀光人潮。

結論分析：

其實，在北宜高行控中開通後，坪林商圈觀光人口已經銳減，相對東北角風景區也有受到影響，在雪山隧道開通後對坪林、東北角風景區觀光旅遊的衝擊，勢必雪上加霜。在宜蘭旅館業者的心情則比較輕鬆，畢竟，雪山隧道通車，台北至宜蘭原需二至三小時的行車時間，現在時間將可節省近一半以上，來宜蘭休閒旅遊人潮有大幅提高，所以宜蘭旅館業者為了迎接大量觀光人潮與商機，安排具特色之套裝行程開拓客源市場，提供溫泉 Spa、各式湯屋以及台北—宜蘭的接駁車，讓客人感受到親切便利，有越來越多的旅館業者看好雪山隧道通車後，婚宴、大型會議、教育訓練場地的需求轉型規劃，採多元化的經營，藉此吸引其他旅遊景點的觀光人潮拓展商機。就以改變其他旅遊景點觀光客行程與本研究所做的假設三：雪山隧道開通後，是否改變其他景點觀光客行程之關係，兩者間是有密不可分的關係，故假設成立。

〈假設四〉雪山隧道開通後，是否影響前往宜蘭觀光客旅遊型態之分析。

此研究主題最主要是探討，在雪山隧道開通後，前往宜蘭旅遊的旅客是否因雪山隧道的便捷性，因而改往其他旅遊景點住宿旅遊，如花蓮與台東是旅客最主要可能選擇的旅遊地點，進而演變宜蘭只是旅客過境旅遊，不停留住宿，選擇花蓮或台東住宿停留，而最大的衝擊的對象，便會是宜蘭地區的旅館、民宿間接的造成客源流失；或是旅客的客層結構與旅遊型態的改變，會帶來給宜蘭旅館衝擊現象有何優劣關係，為此假設研究探討分析的主題。

消費者行為分析：

由消費者問卷調查研究分析的結果，本研究可以了解於旅客消費行為統計分析中表 4-8「開車前往宜蘭，最常走的道路」顯示，以「北宜高速公路(雪山隧道)」最多，佔 80.79%；得知旅客大多選擇北宜高速公路前往宜蘭，代表旅客也有可能是利用其便利性，轉往花、東地區旅遊。而由表 4-9、表 4-10「開通前、後一年，到宜蘭旅遊次數」，以「一次」做交叉比對分析，開通前 27.68%、開通後 61.02%；可得知在雪山隧道開通後，遊客至宜蘭旅遊次數有明顯提升。

而由表 4-17、表 4-18「開通前、後，至宜蘭旅遊，大多停留的時間」，開通前以「三天兩夜(含以上)」為最多，佔 44.07%，而以「二天一夜」次之，佔 35.03%，開通後以「二天一夜」為最多，佔 42.37%，而以「一天來回」次之，佔 28.81%，兩者做交叉比對分析；可得知開通前旅客至宜蘭旅遊會規劃較長時間旅遊停留住宿，而在開通後有明顯縮短停留時間，分布都兩天一夜、一天來回與短暫停留，代表旅遊型態有趨向一日生活圈的改變。

由表 4-16「前往宜蘭，大多安排旅遊時間」顯示，以「平日(週一至週五)」最多，佔 42.78%；得知在雪山隧道開通後旅客利用其便捷性，增加平日至宜蘭觀光旅遊意願，提升平日旅遊人潮。由表 4-19「至宜蘭旅遊外，是否會順道去其他地區旅遊」，以「是」最多，佔 66.67%；可得知回答「是」的受訪民眾，大部分都有意願順道至花、東觀光旅遊。

由上述分析得知雪山隧道開通不只是提升宜蘭觀光旅遊人潮，同時也帶動花、東觀光旅遊市場與改變了許多旅遊型態，增加了平日遊客人數、也減短旅遊停留意願，這些改變都值得去深入探討。

個案旅館探討分析：

宜蘭縣近年來休閒農場及旅館蓬勃發展，不斷開發深度的體驗活動，吸引游客駐留過夜，以宜蘭旅館業者來說，雪山隧道開通後，對來宜蘭觀光旅遊人潮有顯著提升，相信對於旅館住宿率也有成長，國際觀光客也因為交通改善至宜蘭旅遊意願提昇，同時也拓展了中南部的國民旅遊客源，大部分旅館業者都保持樂觀的態度，但有部分旅館業者也認為旅客轉往花蓮台東旅遊住宿，有可能會對宜蘭旅館業帶來負面影響；確實在雪山隧道開通之後有部分旅客至宜蘭觀光旅遊同時規劃轉往花、東地區觀光旅遊住宿，這對宜蘭旅館業者影響甚遠。

研究結論與建議

本研究以雪山隧道開通後對宜蘭旅館業的影響層面做調查分析與探討，藉由對於礁溪老爺大酒店的深度訪談，以業者本身的經營角度與經驗來了解，整體宜蘭旅館因雪山隧道開通後對其當地旅館的住房率、同業競爭、開通後的利益關係、經營策略、客層結構、消費型態、旅遊行程等影響與改變。同時透過問卷調查法得知消費者在雪山隧道開通後對於宜蘭旅館的需求與期望

經由個案旅館的觀察研究及消費者問卷的調查分析，獲得許多重要的研究結果，同時在研究過程中也發現許多特殊現象。本章將分別說明本次研究所獲得的重要結果及其重要意義，並提出研究建議。

研究結果

一、宜蘭整體觀光現狀探討：

本研究主要探討雪山隧道開通對宜蘭整體旅館業的影響與改變，現在就本研究的調查分析結果作深入探討整理；為了更能了解雪山隧道對宜蘭旅館的影響，首先必須先了解宜蘭於雪山隧道開通後，整體觀光產業的影響變化，接下來便是現今宜蘭觀光旅遊的優劣分析探討。

1、雪山隧道開通後對於宜蘭整體觀光有利因素：

宜蘭具有優美的自然風景，且礁溪原本就擁有了豐富的溫泉資源並且於蘇澳產出新鮮的海產。也因此，長久以來宜蘭便一直是國內著名的旅遊地區。加上政府積極興辦節慶活動且建設且興建觀光地點吸引人潮(如:傳統藝術中心、冬山河、武荖坑等地)。但是由於交通上的不便使得旅客須花較長的時間才能前往觀光旅遊。然而，在雪山隧道開通以後促使了交通的便利，縮短了台北至宜蘭的距離，宜蘭便成為了台北的近郊，提升了宜蘭縣內的觀光旅遊優勢。

再者，藉由政府實施週休二日以及未來開放兩岸三通，提升了國民旅遊的意願與大陸來台觀光客的增加。宜蘭政府有鑑於此，更是積極推廣觀光產業，利用成功的觀光活動讓其變成當地的代名詞（如：童玩節、綠色博覽會等）以加深旅客對宜蘭的印象並且創造其良好的觀光形象。此外，由於雪山隧道的開通。吸引了原本於北部民眾會到的溫泉景點（如：北投、烏來溫泉）以及享用海鮮的客源（如：碧砂漁港、富基漁港）到礁溪溫泉與蘇澳漁港觀光旅遊。在國際觀光客方面，由於先前的前往宜蘭等東部地區的交通不便，因此意願較低。而通常是以西半部為以及有機場的花蓮等地旅遊為主。而現因雪山隧道的開通，加速了北部前往宜蘭等地區的便利性而提升了國際觀光客前往宜蘭旅遊的意願。國內業者看中了此一改變所帶來的商機而許多國際型觀光旅館紛紛駐進，旅館業者增加婚宴、大型會議、教育訓練場地，採多元化的經營提升了宜蘭整體旅館的品質與服務。在實際面而言，雪山隧道的開通也確實提升了當地旅館的住房率。且政府由覺於平日的遊客增多且停留本地住宿消費的意願減少，所以強化規劃夜間活動以吸引顧客停留住宿消費。

2、雪山隧道開通後對於宜蘭整體觀光不利因素：

在一個交通基礎的建設下，為了經濟上的利益往往會犧牲了自然生態環境。相同的，雪山隧道的開發雖然提高了交通上的便利性，卻也犧牲掉了部分自然生態來造就經濟上的發展。而雪山隧道開通後政府為了安全的考量下，現階段未開放大型遊覽車通行，由此影響到觀光旅遊的發展，且因限速 70 公里以下的限制以及隧道車流量無健全的管理，造成假日車流量較多時的壅塞降低了旅遊的品質。雖然如此，但是雪山隧道的開通確實帶來了大量的人潮湧入宜蘭觀光旅遊。然而，宜蘭當地的傳統溫泉旅館以及其他地區的旅館無法在短時間內提升硬體設施以及服務品質來因應此一變化。

部分旅館與民宿業者無視於因雪山隧道的開通，旅客會利用北宜高的便利性轉往花東旅遊或者交通上的便捷縮短了來回時間，形成了一日生活圈旅遊型態的可能性，卻趁機利用大量的人潮湧入把平日都視為假日，全面取消平常日的優惠折扣，還有北宜高的終點站蘇澳，有許多遊客慕名前往南方澳現撈海鮮享用美食，不過有一些海鮮店遭到顧客抱怨，有哄抬價格的現象，引發消費糾紛，對宜蘭觀光形象及日後永續經營非常不利；加上昔日純樸的宜蘭礁溪溫泉休閒景點，現今卻因交通上便利引進部分的色情行業，破壞原有的純淨的觀光環境；除此以外，因交通的便利、遊客湧入造成了過度的工商發展且破壞了自然生態景觀，失去了地方觀光特色，也使得當地的物價便的水漲船高。（部分新聞資料來源取自於：宜蘭縣商業會-商會活動（2007）官方網站）

二、雪山隧道開通後對宜蘭旅館的影響：

宜蘭素以觀光旅遊聞名，當地政府利用宜蘭本地原有的自然資源致力於觀光旅遊發展。雪山隧道開通以後，就其交通影響層面而言，開通後確實縮短旅客至宜蘭旅遊距離，也減少旅途時間因此增加了平日前往宜蘭旅遊的意願，相對的為宜蘭當地帶來了大量的人潮，並且對於整體的經濟效益而言，創造出相當豐碩的成果。當然，對於宜蘭各地旅館亦影響甚巨。雖然開通以後吸引了旅客前往宜蘭進行觀光活動，也因此旅館增加了商機並且開發了新的客源，但是對於旅客而言卻是擁有了更多的時間選擇其旅遊景點以及住宿旅館

的地點。而後來，由於假日的人潮過多而發生了雪山隧道內和宜蘭交通網擁塞的現象，降低了旅遊品質，使旅客至宜蘭旅遊意願也大受影響。

對於消費者而言，在選擇旅館的同時，最為重視的條件可利用本研究的表 4-24〈受訪者對旅館的期望與認同分佈表〉看出消費者在選擇欲住宿的旅館所重視的有；旅館週遭的交通是否便利其平均值為 4.30，而對於所住宿的旅館至當地的風景區距離遠近也有相當的重視程度其平均值為 3.84。再者，對於從原本居住地點前往欲住宿旅館間的道路安全性也歸納在消費者的考量其平均值為 4.06，以上此幾點都是針對交通因素的重視程度調查結果。

針對「開通後對宜蘭旅館業的影響層面」，整理結果如下：

較具正面影響 -

- 1、開通後，帶來大量觀光人潮增加住宿機會。
- 2、大型國際觀光飯店駐進，提升宜蘭整體旅館品質。
- 3、旅館業者增加婚宴、大型會議、教育訓練場地，多元化的商業機會。
- 4、政府強化夜間活動吸引顧客住宿消費。
- 5、旅館的住宿率明顯提升。
- 6、平日遊客住房率增加。
- 7、國際觀光客住房率增多。
- 8、吸引其他景點旅客住宿(北投、烏來等地)。

負面影響 -

- 1、大型國際旅館駐進，擠壓一般傳統旅館生存空間。
- 2、客源增加，旅館同業紛紛投入，市場競爭激烈。
- 3、人潮湧入；部分宜蘭旅館、民宿業者變相加價。
- 4、旅客利用北宜高的便利性，而轉往花東旅遊住宿。
- 5、形成一日生活圈，減少住宿機會。
- 6、假日的人潮過多造成擁塞的現象，降低旅遊品質，使旅客旅遊住宿意願大受影響。

藉由以上因素，而使得當地旅館有所因應措施，因此產生了差異性的營運狀況，本研究依「旅館策略層面、經濟影響層面」探討如下：

1、 旅館策略層面

由於旅途時間縮短致使一日遊的旅程興盛，也因此利用平日休閒時間前往觀光的旅客增多造成了降低住宿當地旅館的意願。因應此一變化，旅館提升了其硬體設施如：湯屋、溫泉 SAP 療程、婚宴、大型會議及教育訓練場地，採多元化的經營。經由本研究以深度訪談的問題當中得知，擁有高品質服務以及多元化的休閒設施的旅館，經由完善的市場區隔，能夠強化其競爭優勢而不需因應市場競爭做價格上的調整。

開通後部分當地旅館所調整之營運策略，整理結果如下：

〈一〉 旅館開通後營運策略

- 1、採多元化的經營〈如：湯屋、宴會、大型會議及教育訓練場地〉
- 2、提供優質貼心的服務〈配合平日旅客作息做住、退房的時間調整〉
- 3、提出具特色之旅館活動〈如：晨走活動-五峰旗瀑布、民俗表演〉
- 4、開發新客源市場〈如：中、南部旅客〉
- 5、提供館內完善休閒設施〈如：健身中心、溫泉 SAP 療程〉
- 6、提供優惠促銷方案〈如：房價優惠調整〉

本研究利用圖 5-1〈雪山隧道開通前後平均房價比對圖-礁溪老爺大酒店〉可得知礁溪老爺因符合以上條件因此對於價格上並無太大調整；圖 5-2〈雪山隧道開通前後平均房價比對圖-山泉飯店〉顯示出一般的傳統型飯店由於同業的競爭壓力下，而執行降價策略來爭取更多的住宿旅客以提高其營業額，但是也有部分的旅館業者利用當地旅館供不應求的市場趨勢而隨意漲價，此是較為特殊的現象。

再者，許多的旅客因為交通上的便利，更可有較多的時間前往其他地區旅遊〈如：花蓮、台東等觀光地區〉住宿，而間接吸引了原本於宜蘭當地觀光客源。這使得宜蘭政府以及當地旅館有所警惕，而利用其原本的自然資源、觀光慶典活動結合多元化的套裝行程以吸引旅客停留消費。

本研究經過調查結果得知。因應雪山隧道的開通，這兩年宜蘭縣觀光旅館申設案如雨後春筍；礁溪老爺酒店前年開幕營運；南澳鄉國賓飯店養生度假園區、三星鄉天外天喜來登國際度假旅館，也陸續完成簽約並於未來一兩年內正式營運。

這些新型國際級觀光旅館建案，有別於宜蘭傳統旅館的共通性為皆有廣大的腹地作為休閒設施的設置並且運用高品質的服務以及多元化的經營策略，此一為未來宜蘭觀光旅館業的發展趨勢。

2、旅館經濟層面

本研究將國際型五星級-礁溪老爺大酒店〈本研究個案調查對象〉，另外挑選市場地域性相同並較具規模的一般傳統型飯店-山泉飯店，兩者間對其平均房價、住房率、總營業額統計月報表進行研究比對分析如下：

(1)平均房價

經由圖 5-1〈雪山隧道開通前後平均房價比對圖-礁溪老爺大酒店〉顯示，礁溪老爺於雪山隧道開通前後的平均房價調整並無明顯差距。而相較之下，圖 5-2〈雪山隧道開通前後平均房價比對圖-山泉飯店〉，卻有因為雪山隧道的開通而明顯的對於房價上做了調降的策略，這是因礁溪老爺在宜蘭礁溪當地，並無同類於國際型觀光飯店的競爭者，且在市場上的區隔做了妥善的規劃，以高品質的服務以及完善的設施吸引高消費群的旅客。而山泉飯店則必須運用價格策略與較多同類型的傳統溫泉飯店作為市場上的降價競爭，以吸引顧客前往旅遊住宿。

(2)住房率

比照圖 5-3〈雪山隧道開通前後住房率比對圖-礁溪老爺大酒店〉，可得知礁溪老爺於雪山隧道開通後的住房率有明顯的成長，再以圖 5-4〈雪山隧道開通前後住房率比對圖-山泉飯店〉，亦可看出山泉飯店也於開通後提高了住房率。從兩者間可發現，雪山隧道後所帶來的人潮確實提高了住房率，再加上飯店對於定位上的不同，所做出各自的行銷策略對其住房率的成長皆有明顯的效果。

(3)總營業額

經由圖 5-5〈雪山隧道開通前後總營業額比對圖-礁溪老爺大酒店〉以及圖 5-6〈雪山隧道開通前後總營業額比對圖-山泉飯店〉可顯示總營業額皆有大幅度的增加，這是因為上述的高住房率讓旅客於館內的消費機會大幅上升，使得館內的各個休閒、餐飲設施的使用率有所成長，造就了總營業額明顯提高。

三、研究結論

宜蘭旅館未來市場變化：

在未來的宜蘭旅館發展當中，會有許多的大型國際型觀光旅館駐進，加上花、東等國內著名觀光地區的競爭壓力下，進而擠壓到當地一般的旅館的生存空間，以及未來可能興建蘇花高所產生觀光衝擊。倘若當地一般旅館整體品質無法提升，將會致使大量的客源流至大型國際型觀光旅館與花、東等國內著名觀光地區。

傳統旅館發展限制：

就目前傳統旅館腹地有所限制所以無法擴充，並且因為經費上的困難因此較不便於做大幅度的改變，是為當地的傳統旅館對於硬體設備提升上的發展限制。

提升其競爭力：

當地傳統旅館可利用價格上的調整與採多元化的經營、提供完善休閒設施以及提升服務品質（如：更新館內可變動裝潢、設備及專車接送等），增加本身市場競爭力，以吸引顧客的停留住宿。

差異化的行銷策略：

於行銷策略當中，因大環境的變化，使得觀光結構改變，需規劃出較具地方特色及獨特性的特別套裝行程與經營策略；以提升顧客停留宜蘭當地的消費意願。

就現在整體的旅館經濟效益可觀查出，上述的經營策略中提供高品質服務以及多元化休閒設施的旅館、透過完善的市場區隔，對於此一變化上有產生正面的經濟效益，便能夠強化其競爭優勢，便可使旅館永續經營。

參考文獻

中文部份：

中譯本：吳英偉、陳慧玲譯（2005），觀光學總論，桂魯出版。

江香樺、顏家芝（2002），北投居民對觀光再發展之認知與態度研究，世新大學觀光系。

李英弘，李昌勳譯(民 88)，觀光規劃：基本原理、概念與案例，田園

李欽明(1991)。「旅館客房管理實務」，揚智文化。

林瓊華(1995)，觀光遊憩發展對傳統聚落環境知覺及景觀意象之影響—以九份、金瓜石研究。

社會工作辭典(1992)，中華民國社區發展研究訓練中心。

黃翠梅(1996)，九份現地居民對觀光發展所造成的實質環境衝擊之知覺與態度，「都市環境綠化與景觀設計研討會」論文集。

黃發典譯(1993)觀光旅遊社會學，Lanquar, R.，臺北：遠流發行。

郭建池(1999)，阿里山地區原住民對其觀光發展衝擊認知與態度之研究，中國文化大學觀光事業研究所出版之碩士論文。

郭柏村(1994)。觀音山風景區居民對觀光開發影響認知之研究，私立中國文化大學觀光事業研究所。

陳玉霜(2006)，民宿經營成功之關鍵因素-宜蘭地區環境面之研究。

陳思倫(2005)，觀光學—從供需觀點解析產業，前程文化事業公司。城市出版。

楊明賢(2002)，觀光學概論(第二版)，揚智文化出版。

歐聖榮、顏宏旭(1995)"金門地區觀光發展衝擊認知之研究"，戶外遊憩研。

潘淑滿(2003)，質性研究之報告之撰寫，台北：心理。

顏宏旭(1994)，金門地區觀光發展衝擊認知之研究。碩士論文，中興大學，台中市。

謝明成、吳健祥，台北(2000)旅館管理學，眾文圖書公司。

英文部分：

Ap, J. and Crompton John L. (1998). "Developing and Testing a Tourism Impact Scale," *Journal of Travel Research*, 37:120-130.

Gunn, C.A. (1994). *Vacationscape: Designing Tourist Region*. Van Nostrand Reinhold, New York.

Gunn, Clare A (1994) *Tourism Planning*, New York, Philadelphia, London: Taylor & Francis.

Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (2003) *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 9th ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1990). *Tourism: Principles, practices, and philosophies*. New York: Wiley.

Miller,W.L. & Grabtree,B.F.(1992)” Primary Care Research: A Multimethod Typology and Qualitative Road Map” In Crabtree & Miller(eds.),Doing Qualitative.

Padgett, D.K. (1998) Qualitative Methods in Social Work Research: Challenges and Rewards. Sage)

Ryan, B. (1991) .Making Capital from Culture—The Corporate Form of Capitalist Culture Production.Berlin : Walter de Gruyter.

WTO(1995) : What tourism managers need to know. Madrid,WTO,12-33.

參考網站

中華民國交通部-觀光局 (2007) 官方網站

<http://www.taiwan.net.tw/lan/cht/index/index.asp>

北投溫泉博物館 (2006.11) 官方網站

<http://peitoumuseum.culture.gov.tw/>

交通部台灣區國道高速公路局 (2007) 官方網站

<http://www.freeway.gov.tw/>

宜蘭勁好玩〈2007〉官方網站

http://tourism.e-land.gov.tw/Default.asp?PageId=CR00_F_F00

宜蘭縣商業會-商會活動 (2007) 官方網站

<http://www.chamber.org.tw/el/index.asp>

礁溪老爺大酒店(2007) 官方網站

<http://www.hrjhotel.com.tw/main.php>