

The relationship among B&B image, satisfaction and revisiting intension of B&B visitors in Puli area

張峻誠、陳信泰

E-mail: 342868@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

ABSTRACT The aim of this study is to examine the relationships among B&B image, degree of satisfaction and revisiting willingness of tourists who visited bed & breakfasts in Puli area. Quota sampling and convenience sampling methods were employed to conduct a questionnaires survey. 584 valid samples were obtained. Methods of data analysis included descriptive statistics, t test, reliability analysis, one-way analysis of variance, Pearson product-moment correlation analysis. The results showed that most of the tourists visited Puli area 2 time in the past; the most popular recreation spot in Puli area was Puli winery; and the major recreational activity of tourists visiting Puli area was to visit tourism attractions. Results of statistical hypothesis testing are summarized as followings: 1. Tourists with different status of background had significant differences in B&B image. 2. Tourists with different status of marriage, gender and career had significant differences in satisfaction. 3. Tourists with different status of marriage, gender and career had significant differences in revisiting willingness. 4. There were partly significant correlations between B&B image and satisfaction. 5. There were partly significant correlations between B&B image and revisiting willingness. 6. There were partly significant correlations between satisfaction and revisiting willingness. 7. B&B image and degree of satisfaction has significant predictive power for revisiting willingness.

Keywords : Bed & Breakfast、B&B Image、Visitors' satisfaction、Revisiting willingness

Table of Contents

內容目錄	中文摘要	iii	英文摘要	iii
	iv	誌謝詞	v	內容目錄
	vi	表目錄	viii	圖目錄
x	第一章	緒論	1	第一節 研究背景與動機
1		第二節 研究問題	5	第三節 研究範圍與對象
6		第四節 研究限制	6	第五節 重要名詞解釋
7	第二章	文獻探討	8	第一節 民宿發展背景與定義
8		第二節 民宿意象之意涵與定義	19	第三節 滿意度之定義與相關研究
32		第四節 重遊意願之定義與相關研究	35	第三章 研究方法
38		第一節 研究架構	38	第二節 研究假設
40		第三節 埔里地區基地概述	40	第四節 問卷設計與操作性定義
49		第五節 研究對象與抽樣方法	49	第六節 預試與正式調查
51		第七節 資料處理與分析	51	第四章 結果與討論
58		第一節 背景特性分析	58	第二節 遊憩行為與特性分析
61		第三節 假設驗證之分析	61	第五章 結論與建議
67		第一節 結論	67	第一節 建議
85		參考文獻	85	附錄A 民宿意象、滿意度與重遊意願調查表
90			90	103

REFERENCES

參考文獻 一、中文部分 王志全(2008), 休閒農場服務品質、消費者決策型態與重遊意願之研究—以松崗創意生活農莊為例, 嘉義大學體育與健康休閒研究所未出版之碩士論文。王明元(2008), 旅客對渡假旅館服務品質、滿意度與重遊意願關係之研究—以花蓮地區為例, 高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所未出版之碩士論文。王姿懿(2003), 以Kano二為模式分析台灣民宿品質之研究。台中健康暨管理學院經營管理研究所之未出版碩士論文。王柏文(2004), 民宿體驗、旅遊意象、遊客滿意度與忠誠度影響關係之研究—以奮起湖地區為例, 南華大學旅遊事業經營管理研究所未出版之碩士論文。左芳澤(2008), 溫泉旅館服務接觸及品牌形象對顧客重遊意願影響之研究, 銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。朱英濠、楊琮如、張雯晶(2007), 生態觀光, 台北:三藝文化事業有限公司。江依芳(2004),

生態旅遊服務品質、滿意度及行為意向關係之研究—以日月潭步道生態之旅為例，朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。

交通部觀光局行政資訊系統 <http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp> 吳佩芬(1997)，主題園遊客對主題意象認知之研究—以六福村主題遊樂園為例，逢甲大學土地管理研究所未出版之碩士論文。呂星璜(2003)，民宿業者經營歷程與休閒運動涉入之研究，中國文化大學教育學院運動教練研究所之未出版碩士論文。宋秉明(1983)，遊憩容納量理論的研究，台灣大學森林研究所未出版之碩士論文。李居安(2006)，民宿顧客忠誠度之研究—以花蓮地區為例，東華大學企業管理學系之未出版碩士論文。李素真(2009)，民宿吸引力、遊客滿意度與忠誠度關係之研究—以南投縣為例，亞洲大學休閒與遊憩管理學系未出版之碩士論文。李經世(2009)，澎湖地區民宿經營關鍵因素之探討，朝陽科技大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。汪書賢(2001)，商圈塑造與意象關聯之研究，朝陽科技大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。周志冠(2011)，台南市遊客觀光意象、滿意度與重遊意願關係之研究—以國定古蹟為例，立德大學休閒管理研究所為出版之碩士論文。周勇志(2009)，民宿產品意象、品牌個性與遊客在宿意願關係之研究，亞洲大學休閒與遊憩管理學系未出版之碩士論文。林志築(2008)，民宿選擇動機對顧客價值及忠誠度影響之研究，逢甲大學經營管理碩士在職專班未出版之碩士論文。林宜甲(1998)，國內民宿經營上面所面臨問題與個案分析—以花蓮縣瑞穗鄉舞鶴地區為例，東華大學自然資源管理研究所未出版之碩士論文。林梓聯(2001)，台灣的民宿，農業經營管理會訊，27，3-5頁。林淑真(2008)，民宿投宿動機、期望、旅遊意象、滿意度與忠誠度關係之研究—以古坑地區民宿為例，南華大學企業管理系管理科學未出版之碩士論文。林靜怡(2003)，地區性觀光市鎮組織運作機制與地方觀光意象塑造之關係—以宜蘭白米社區為例，靜宜大學觀光事業學系未出版之碩士論文。欣境工程顧問有限公司(1990)，東部海岸風景特定區發展民宿可行性之研究，交通部觀光局東部海岸風景特定區管理處委託研究報告書。邱博賢(2003)，觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究—以宜蘭地區四大休閒農場為例，世新大學觀光學系未出版之碩士論文。邱湧忠(2002)，休閒農業經營學。台北：茂昌侯錦雄(1999)，型式的魅力-金門觀光的戰地意境想像與體驗，觀光研究學報，5(1)，39-52。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，戶外遊憩研究，9(1)，57-77。姜蕙娟(1997)，休閒農業民宿旅客特性與需求之研究，中興大學園藝學研究所未出版之碩士論文。段兆麟(2001)，休閒農場經營，90年度農漁民第二專長訓練—休閒旅遊(農業)課程輯錄，屏東科技大學。南投縣政府 http://travel.nantou.gov.tw/index_c.asp 夏鑄九(1987)，對一個城市形成與成式設計理論的認識上之批判-開文林區及其之上之同道，台灣大學建築與城鄉研究學報，3(1)，119-131。徐國全(2008)，新社地區遊客參與農業旅遊動機、休閒效益對重遊意願關係之研究，朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。高崇倫(1998)，遊客對國營休閒農場遊憩環境體驗之研究—以武陵農場為例，中國文化大學未出版之碩士論文。高淑貞(2006)，台北市立動物園遊憩吸引力與遊客滿意度、忠誠度之關係研究，銘傳大學觀光研究所在職專班未出版之碩士論文。埔里鎮公所 <http://www.puli.gov.tw/3-map-1.htm> 張凡文(2008)，服務品質、滿意度與重遊意願之研究—以牛耳藝術渡假村為例，朝陽科技大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。張志翔(2007)，民宿經營關鍵成功因素研究—以花蓮地區為例，東華大學公共行政研究所未出版之碩士論文。張彩芸(2002)，海外連線看民宿，東海岸評論，167。張集毓(1995)，遊憩區市場定位之研究，國立中興大學園藝學研究所未出版之碩士論文。郭永傑(1991)，山地民宿村莊之計畫理念與營運計畫，休閒農場經營手冊。郭瓊瑩(1995)，景觀專業之特性與發展前瞻，造園季刊，18，16-21。陳文軒(2008)，區域意象與單一景點意象對遊客行為意圖之影響，嘉義大學休閒事業管理研究所之未出版碩士論文。陳安迪(2008)，台灣民宿網站品質與信念對消費者的住宿意圖與再瀏覽意圖之影響，高雄大學亞太工商管理研究所。Stankus, J. (2009)，民宿經營與管理實務(陳信泰譯)，台北：華都文化事業有限公司，(原文於2003年出版)。陳惠美(2001)，九二一地震對於觀光市鎮景觀意象衝擊之研究，收於中華民國戶外遊憩學會、靜宜大學觀光事業學系主編，2001休閒、遊憩、觀光研究成果研討會論文集()，145-160。陳墀吉、陳德星(2005)，休閒農業概論，台北：威仕曼文化。章錦瑜(2007)，景觀元素影響景觀偏好與複雜度認知之研究—以集集鐵道沿線景觀為例，東海學報，(48)，163-172。黃章恆(2004)，生活型態與度假村觀光意象關係之研究—以台糖尖山埤江南渡假村為例，靜宜大學觀光事業學系未出版之碩士論文。黃勝雄、陳雅芳(2004)，民宿業與旅館業遊客特質差異性之比較—以墾丁地區為例，屏東技術學院休閒事業經營系學生專題發表會(187-210)。黃耀昆(2005)，旅遊動機、旅遊意象與滿意度關係之研究-以田尾公路花園為例，嘉義大學森林暨自然資源研究所未出版之碩士論文。黃語瑄(2007)，遊客對美濃地區之目的地意象與休閒效益知覺研究，大葉大學休閒事業管理學系碩士班未出版之碩士論文。楊文燦、吳佩芬(1997)，主題園遊客對主題意象認知之研究-以六福村主題遊樂園為例，戶外遊憩研究，10(2)，67-92。楊永盛(2003)，遊客對宜蘭地區民宿評價之研究，世新大學觀光學系未出版之碩士論文。楊家彥(2002)，危機也是轉機-淺論台灣休閒農業的發展，台灣經濟研究月刊，25(1)，81-85。楊婷棋、戴聖富(2004)，新竹縣橫山鄉民宿消費現況。中華家政學刊，36，79-92。田正志、長谷政弘(1994)，觀光學(初版)，日本東京都：同文館出版株式會社。廖雅芳(2004)，台灣花卉博覽會遊客滿意度之研究，屏東科技大學農村規劃研究所未出版之碩士論文。劉柏瑩、黃章展(2001)，日月潭國家風景區觀光意象之評估，收於中華民國戶外遊憩學會、靜宜大學觀光事業學系主編，2001休閒、遊憩、觀光研究成果研討會論文集(I)，76-88。潘正華(1994)，台灣農村地區發展休閒農業於農牧土地上興建民宿之法令可行性之研究，台灣大學農業工程學系未出版之碩士論文。蔡依珊(2009)，民宿旅遊動機與意象對在宿意願影響之研究，高雄餐旅學院餐旅管理研究所為出版之碩士論文。蔡秀玲(2005)，生態旅遊目的地意象之研究-以關渡自然公園為例，嘉義大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。蔡郁芬(2004)，城市觀光意象對於旅遊選擇意願影響之研究-以四大都會區為例，南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。鄭健雄(2001)，民宿經營之道，農業經營管理會訊，27，6-9。鄭健雄、吳乾正(2004)，度假民宿管理，台北：全華科技圖書。鄭詩華(1992)，農村民宿之經營及管理，戶外遊憩研究，5(3/4)，13-24。蕭湘勻(2006)，台南市夜市遊憩吸引力與遊客滿意度、忠誠度之研究，台灣師範大學運動與休閒管理研究所之未出版之碩士論文。戴旭如(1993)，台灣民宿農莊之規劃與經營管理 由嘉義農場之個案說起，台灣經濟，(197)，69-77。謝金燕(2003)，宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究 - 以高雄佛光山為例，南華大學旅遊事業管理學研究所未出版之碩士論文。簡玲玲(2005)，民宿評鑑指標之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系未出版之碩士論文。顏如鈺(2002)，民宿使用者消費型態之研究，朝陽科技大學休閒事業管理學系之未出版碩士論文。鍾溫清、王昭正、高俊雄(2004)，觀光資源管理與規劃，台北，文芳印刷事務有限公司。170-171 龔筱英(2007)，民宿特色與遊客偏好之研究-以宜蘭地區為例，世新大學未出版之碩士論文。

二、英

文部分 Atkinson, A. (1988). Answering the eternal question: What does the customer want? *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 29(2), 12-14. Backer, D.A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. Backman, S. J., & Shinew, K. L. (1994). The composition of source and activity loyalty with a public agency ' s golf operation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 12(3), 1-18. Baloglu, S. & McCleary, K.W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 808-889. Beard, J.G. & Raghed, M.G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 20-33. Bhoite, Keki R. (1996). Beyond customer satisfaction to customer loyalty – The Key to Greater Profitability. New York : American Management Association. Boulding, K.E. (1956). *The image: knowledge and life in Society*. Ann Arbor MI: University of Michigan Press. Cai, A.L. (2002). Cooperative branding for rural destinations, *Annals of Tourism Research*, 29(3), 720-742. Cardozo, R. N. (1965). An Experimental Study of Customer Effort, Expectation, and Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 24, 244-249. Churchill, G. A. (1982). Research design effects on the reliability of rating scales : A meta-analysis. *Journal of Marketing Research*, 21, (4), 360-375. Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location Upon the Image. *Journal of Travel Research*, 18(4), 18-23. Dincer, E. (1985). What ' s in an Image. *Journal of Consumer Marketing*, 37(4), 75-81. Dowling, G. R. (1988). Measuring corporate image: A review of alternative. *Journal of Business Research*, 17, 27-34. Echtner, G. & Ritchie, B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2-12. Echtner, G., & Ritchie, B. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of Travel Research*, 31(4), 3-13. Embacher, J., & Buttle, F. (1989). A repertory grid analysis of Austria ' s image as a summer vacation destination. *Journal of Travel Research*, 27(Winter), 3-5. Gallarza, M.G., Saura ,I.G., & Garcia ,H.C. (2002). Destination image towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78. Gartner, W.C. (1986). Temporal Influences on Image Changes. *Annals of Tourism Research*, 13, 635-644. Gartner, W.C. (1989). Tourism image: Attribute measurement of state tourism products using multidimensional scaling techniques. *Journal of Travel Research*, 28(3), 16-20. Gartner, W. C. (1993). Image formation process. *Journal of Travel Research*, 28(2), 16-20. Gartner, W. C. (1996). *Tourism development :Principles ,policies ,and policies*. New York: Van Nostrand Reinhold. Hunt, J. D. (1975). Image as a factor in tourism development. *Journal of Travel Research*, 13(3), 1-7. Jones, T. O. & Sasser, W. E. J. (1995). Why satisfied customers defect? *Harvard Business Review*, 73(6), 88-99. Kim, H. B., & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination image. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216-237. Knutson, B. J. (1998). Frequent travelers: Make them happy and bring them back. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 29(1), 83-84. Kotler, P. (1996). Marketing ' s new paradigm: What ' s really happening out there. *Planning Review*, September/October, 50-52. Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2003). *Marketing for hospitality and tourism* (3rd ed.). New Jersey: Pearson Education. Kozak, M. (2001). Repeaters behavior at two distinct destination. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807. Kristensen, K., Martensen, A., & Gronholdt, L. (2000). Customer satisfaction measurement at post Denmark: Results of application of the European customer satisfaction index methodology. *Total Quality Management*, 11(7), 1007-1015. Lubetkin, M. (1999). Bed-and-breakfasts: Advertising and promotion. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40(4), 84-90. Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge:MIT. Meining, D. W.(Ed) (1979). *The interpretation of ordinary landscapes*. New York:Orford University Press. Morrison, A. M., Pearce, P. L., Moscardo, G., Nadkarni, N., & O ' Leary, J. T. (1996). Specialist Accommodation: definition, markets served, and roles in tourism development, *Journal of Travel Research*, 35(1), 18-26. Moutinho, L. (1987). Consumer behavior in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 5-44. Niv, A. (1998). Tourism hotels in Israel Modern classification scheme. *Tourism Management*, 9(2), 164-166. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing setting. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of Service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50. Reynolds, W. H. (1965). The role of consumer in image building. *California Management Review*, 7(3), 69-76. Saleh, F., & Ryan, C. (1992). Client perceptions of hotels A multi-attribute approach. *Tourism Management*, 13(2), 162-168. Smith, S. (1996). *Recreation geography*, London & New York:Longman. Pyo, S., Mihalik B. J., & Uysal M. (1989). Attraction attributes and motivation:A canonical correlation analysis. *Annals of Tourism Research*, 277-281. Stern, E. & Krakover, S. (1993). The Formation of a Composite Urban Image. *Geographical Analysis*, 25(2), 130-146. Stringer, P. (1984). Studies in the social-environment psychology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 11, 147-166