

Reservation Service Quality and Satisfaction of B&B Industry in Chang-hua County of Taiwan

許根祐、陳信泰

E-mail: 365038@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The aimed of the Reservation Service Quality and Satisfaction of B & B Industry in Chang - hua County of Taiwan. Totally the reare 280 questionnaires and 267 validquest ionnars . Dataana lysis includes descript ive statistics , reliabili tys tatistics,one -way anova satistics, and chi-squaretest.The re sult of the study shows the cha racteristicsof tourists background a remainly - females , the average of age i s 34.88, the profes sion i s s ervi c e indus t ry, have bache lor degre e , unmarried, the average of monthly salary is \$40,001 - \$60,000; the characteristic of reserbation is 5 times ove rnight a ccommodations on the topwi thin these thre eyears , the tourists a remainly f rom Taipei , mostly odging in on weekends , the source of B&B informationis mainly from the Internet , phonerese rvation is the ma in form, most of ove rnight lodgersare fami ly membe r s , and the ma in t empt of a ccommod at ionis to relax. The summa ry of hypothe tical verification resultsis be low: 1) Di ffe rent tour ists background character is tics and the form of booking a reservation a rrelative . 2) Di f fe rent forms of re se rvation have conspi cuous dif -ferenc e to the satisfction of the tour i s t s whom make reservation. 3) Differentse rving forms of reseveaiuon have consp icuous difference to the tourists whom make re se rv a t ion. Fina lly the s tudy propos es some re l a t i ve advi s e s due to the re sul t a s re fe renc e ma t e r i a l s for peopl e whom want to devot e to managing a c commoda t ion in future , as well as for future l ikely study.

Keywords : B & B、Reservation、Service Quality、Satisfaction

Table of Contents

內容目錄	ii	表目錄	iv	圖目錄	
第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機			
第二節 研究目的	7	第三節 研究問題	8	第四節	
研究範圍、對象與限制	8	第五節 名詞釋義	9	第二章 文獻探討	
第一節 民宿定義與發展現況	11	第二節 預約訂房	15		
第三節 服務	18	第四節 服務品質	21	第五節 滿意度	
第六節 服務品質與滿意度之相關性	33	第三章 研究方法			
第一節 研究架構	36	第一節 研究基地概述	37	第二節 研究假設	37
第二節 研究基地概述	37	第三節 問卷設計與操作性定義	39	第四節 問卷抽樣	45
第三節 預試與正式問卷	45	第五節 資料處理與分析			
第四章 結果與討論	48	第一節 量表信度分析與敘述	48		
第一節 民宿旅客背景特性分析	52	第二節 旅客訂房特性分析	55	第四節 假設驗證之分析	61
第二節 建議	76	第五章 結論與建議	73	第一節 結論	
附錄 A 旅客問卷	91				

REFERENCES

- 一、中文部份 James, A. F., & Mona J. F. (2005), 服務管理(黃崇興審閱), 台北:麥格羅希爾國際股份有限公司。 Michael L. k., & Richard M.B.(2004), 客務部經營與管理(劉元安校閱), 台北:揚智文化。 大紀元(2008), 南八里熄燈民宿訂房千萬留意[線上資料], 來源: <http://au.epochtimes.com/b5/8/12/16/n2364805.htm>[2009, October 9] 交通部觀光局(2007), 中華民國96年國人旅遊狀況調查[線上資料], 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/200712/96國人中摘.doc>[2009, October 3] 交通部觀光局(2008), 中華民國97年國人旅遊狀況調查[線上資料], 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/200812/97國人中摘.doc>[2009, October 3] 交通部觀光局行政資訊系統(2001), 民宿管理辦法[線上資料], 來源: http://admin.taiwan.net.tw/law/law_show.asp?selno=52[2009, October 6] 交通部觀光局旅遊業及民宿管理系統(2010), 民宿相關統計[線上資料], 來源: <http://hotelhomestay.tboc.gov.tw/index.jsp>[2010, June 30] 自由時報電子報(2008), 品質差花蓮萬元民宿遊客要求退費[線上資料], 來源: <http://www.libertytimes.com.tw/2008/new/jul/15/today-north1.htm>[2009, October 9] 余美月(2005), 服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究, 國立彰化師範大學工業教育與技術學系碩士班未出版之碩士論文。

何郁如, 湯秋玲(1989), 墾丁國家公園住宿服務現況之研究, 戶外遊憩研究, 2(1), 51-62。吳乃瑋(2007), 台北悠遊卡服務品質、滿意度與忠誠度之研究, 私立中華大學經營管理研究所未出版之碩士論文。吳沛峰(2004), 台南市政府服務品質滿意度之研究-以勞工局為例, 國立政治大學政治經濟學研究所未出版之碩士論文。吳岱宜(2009), 網路口碑知訊息信任對消費者民宿住宿意願影響之研究, 私立大葉大學休閒事業管理學系碩士班未出版之碩士論文。杉本辰夫(1986), 事業、營業、服務的品質管制(盧淵源譯), 台北:中興管理顧問公司。李明欽(1998), 旅館客房管理實務, 台北:揚智文化。李淑梅(2007), 民宿的服務品質、顧客滿意度及忠誠度之關係研究-以澎湖地區為例, 國立澎湖科技大學服務業經營管理研究所未出版之碩士論文。李綺軒, 黃偲婷, 郭雅婷(2007), 民宿的發展與分布-以花蓮地區為例[線上資料], 來源: <http://www>.

geo.ntnu.edu.tw/faculty/ShenSM/PromotingGeog/www_GeogOlympiad/Senior%20Geo/tsankao/sample/hualian.pdf [2009, October 3] 林佑璐(2006), 家長對兒童後照顧服務品質與滿意度之研究-以台北市公立國小低年級為例, 私立中國文化大學生活應用科學研究所未出版之碩士論文。林信良(2005), 消費者網路下單服務品質與滿意度之探討, 私立朝陽科技大學保險金融管理學系碩士班之未出版碩士論文。林燈燦(2003), 服務品質管理, 台北:品度。邱宏昌, 謝依靜(2007), 服務行銷與管理, 台北:雙葉書廊。阿里山國家風景區報導(2004), 過年了! 虛擬民宿在網路上詐財將增加, 訂房前最好先查詢大台灣旅遊網[線上資料], 來源: http://a320007.travel-web.com.tw/Show/Style6/News/c1_News.asp?ItemId=0271030&ProgramNo=A320007000001&SubjectNo=12205&Page=10 [2009, October 9] 邱皓政(2008), 量化研究法, 台北:雙葉書廊。高鴻恩(1999), 「團體服務, 夢想昇華」服務高手, 台北:時報文化出版企業公司。崔立新(2004), 服務業品質評量, 台北:五南圖書。郭永傑(1990), 日據時期官舍住宅使用後評估, 中華民國建築學會建築學報, 1, 13-20。陳志宏(2005), 神秘購物客於旅館電話訂房服務品質檢測之應用-以國內某渡假飯店為例, 國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。郭春敏(2005), 旅館客房作業管理, 台北:揚智文化。陳進成(2003), 電子商務顧客價值、滿意度與忠誠度之研究-以電子商店為例, 私立中原大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。陳墀吉, 楊永盛(2005), 休閒農業民宿, 台北:威仕曼文化。陳澤義, 張宏生(2006), 服務業行銷, 台北:華泰文化。黃靖文(2004), 量販店服務品質、顧客滿意度與忠誠度間關係之研究-以大台北地區大潤發量販店為例, 私立大同大學事業經營研究所未出版之碩士論文。新社鄉公所資訊網(2009), 觀光導覽[線上資料], 來源:

<http://www.shinshou.gov.tw/4-1.php> [2009, December 2] 楊智緯(2005), 國際旅館的服務品質、品牌形象與滿意度及忠誠度之間的關係, 私立南台科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。詹益政(2002), 旅館管理實務, 台北:揚智文化。榮泰生(2008), 企業研究方法, 台北:五南圖書。歐聖榮, 姜惠娟(1997), 休閒農業民宿旅客特性與需求之研究, 興大園藝, 22(2), 135-147。蔡孟真(2007), 台鐵票證系統服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究, 私立中華大學經營管理研究所未出版之碩士論文。鄭健雄、吳乾正(2004), 渡假民宿管理, 台北:金華圖書。鄭瑞隆(2008), 旅館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, 國立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。鄭詩華(1998), 民宿制度之研究, 台中:台灣省交通處旅遊事業管理局。戴旭如(1993), 台灣民農莊之規劃與經營管理-嘉義農場之個案說起, 台灣經濟, 197(5):69-77。闕芝穎(2004), 百貨公司服務品質、顧客滿意度、顧客忠誠度與消費者生活型態關係之研究-以台北市地區為例, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。羅慧斌(1995), 觀光遊憩區規劃與管理, 台北:固定文化。蘇至暉(2008), 旅客對高雄捷運之服務品質知覺及滿意度之研究, 國立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。鐘美玲(2003), 民宿產業報告, 嘉義:嘉義大學休閒產業調查報告。顧景昇(2004), 旅館管理, 台北:揚智文化。

二、英文部分 American Marketing Association (1984). Committee on definitions. Marketing Definitions: A Glossary of Marketing Terms. Anderson, E. W., & Fornell, C., & Lehmann D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 54. Berry, L. L. (1980). Service marketing is different, *Business*, May-June:1-10. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-65. Crosby, L. A., & Stephens N. (1987). Effects of relationship marketing on satisfaction, Retention, and prices in the life insurance industry. *Journal of Marketing Research* 24, 407. Crosby, P. B. (1979). Quality is free: The Art of Making Quality Certain. New York: McGraw-Hill. Czepiel, J. A. (1974). Perspective on customer satisfaction. New York American Management Association. Day, R. L. (1984). Modeling choices among alternative responses to dissatisfaction. In Thomas C. Kinnear(Ed.). *Advances in Consumer Research* (pp.496-499). Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56, 6-21. Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. Harvey, J. (1988). Service quality: A tutorial. *Journal of Operations Management*, 16, 585. Howard, J. A. & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. New York: John Wiley and Sons. Juran, J. M. (1986). A universal approach to managing for quality. *Quality Progress*, 19-24. Kotler, J., & Scheff, J. (1996). Crisis in the arts: The marketing response. *California Management Review*, 39(1), 28-53. Kotler, P. (1997). *Marketing management analysis planning, implementation, and control* (9th ed), New Jersey:Prentice-Hill. Kotler, P. (2003). *Marketing Management*, Prentice-Hall Inc(11ed). Prentice-Hill. Lehtinen, V., & Lehtinen J. R. (1991). Two approaches to service quality dimensions. *The Service Industries Journal*, 11(3), 287-305. Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. In L. L. Berry, & G. Shostack, & G. Upah, (Eds). *Emerging perspectives in service marketing* (pp.99-107)., Chicago, IL.: American Marketing Association. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing setting. *Journal of Retailing*, 57, 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(4), 41-50. Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Marketing*, 67, 423. Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1993). More on improving service quality Measurement. *Journal of Retailing*, 69(1), 140-147. Perkins, W. S. (1993). Measuring customer satisfaction. *Industrial Marketing Management*, 22, 247-254. Schvaneveldt, S. J., & Enkawa, T., & Miyakawa, (1991). Consumer evaluation perspectives of service quality: Evaluation factors and two-way model of quality. *Total Quality Management*, 2(2), 149-161. Singh, J. (1991). Industry characteristics and consumer dissatisfaction. *Journal of Consumer Affairs*, 25, 19-56. Spreng,

R. A., & MasKenzie, S. B., & Olshavsky, R. W. (1996). A Reexamination of the determinants of consumer satisfaction. *Journal of Marketing*, 60, 25.

Voss, G. B., & Parauraman, A., & Grewal, D. (1988). The roles of price, performance, and expectation in determining satisfaction in service exchanges. *Journal of Marketing*, 62, 46-61.

Wakefield, R. L. (2001). Measuring service quality: A reexamination and extension. *The CPA Journal*, 58.

Westbrook, R. A. (1981). Sources of satisfaction with retail outlets. *Journal of Retailing*, 57(71).

Westbrooks, R. A. (1980). A rating scale for measuring product/service satisfaction. *Journal of Marketing*, 68-72.

Woodside, A. G., & Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Health Care Marketing*, 9(4).

Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectation of service. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 21(1), 1-21.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Service marketing: Integrating customer focus across the firm*. (2th ed.). New York: McGraw-Hill.

Zeithaml, V. A., & Mary J. B. (1996). *Service marketing*. New York: McGraw-Hill.

Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*, New York: The Free Press.