

# The Relationship Between Tour Participation Pattern and Repeat Visits by Tourists From Taiwan-----A Case Study on Japan

洪啟明、劉原超、邴傑民

E-mail: 9403688@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

Tourism is an emerging industry in Taiwan, and customer-oriented services should be provided, for tourists to have fun and relief from their stress. This study reports the results of a survey to find : the relationship between participation patterns and marketing strategy in regard to domestic tourists going abroad; the relationship between package planning and customer-satisfaction of tourists ; the inclination for repeat visits , and the quality of tourist service, software and hardware facilities in Japan. The population of the study is tourists to Japan. Since Japan is very attractive to Taiwanese tourists, the sampling of such a population can be objective. The survey was held in the inward passengers hall of CKS Airport. Four hundred questionnaires were distributed to Taiwanese passengers returning from Japan. Two hundred and fifty questionnaires were distributed randomly; and one hundred and fifty questionnaires were distributed by leaders of travel agencies. Three hundred and seventy valid questionnaires were retrieved. The outcomes of the survey are as follows: the inclination for Taiwanese tourists ' repeat visits to Japan are high; the correlation between tourist ' s backgrounds and participation patterns is distinguished; the customer-satisfaction of tourists was at a satisfactory level. This study shows that travel agents should put more effort into improving their participation patterns and the quality of their service to increase the number of tourists ' repeat visits and to meet customers ' satisfaction.

Keywords : Tourists, Tour Participation Pattern, Repeat Visits.

## Table of Contents

|                               |     |                      |     |                    |     |                          |     |                    |      |                   |    |
|-------------------------------|-----|----------------------|-----|--------------------|-----|--------------------------|-----|--------------------|------|-------------------|----|
| 封面內頁 簽名頁 授權書-----             | iii | 中文摘要-----            | v   | 英文摘要-----          | vi  | 誌謝-----                  | vii | 目錄-----            | viii | 圖目錄-----          | x  |
| 表目錄-----                      | xi  | 第一章 緒論 第一節 研究背景----- | 1   | 第二節 研究動機-----      | 7   | 第三節 研究目的-----            | 9   | 第四節 研究範圍及研究限制----- | 10   | 第五節 研究流程-----     | 11 |
| 第二章 文獻探討 第一節 產品屬性與服務之關係-----  | 12  | 第二節 消費者行為-----       | 15  | 第三節 抱怨行為-----      | 20  | 第四節 旅遊參與型態-----          | 23  | 第五節 重遊意願-----      | 30   | 第六節 旅行社及管理單位----- | 37 |
| 第三章 研究方法 第一節 探索性研究和結論性研究----- | 43  | 第二節 研究架構-----        | 46  | 第三節 研究假設-----      | 47  | 第四節 研究對象與抽樣設計-----       | 48  | 第五節 問卷設計與前測-----   | 49   | 第六節 分析方法-----     | 50 |
| 第四章 研究結果與分析 第一節 信度分析-----     | 52  | 第二節 旅客屬性之敘述分析-----   | 54  | 第三節 參與型態之敘述分析----- | 57  | 第四節 服務品質與顧客滿意度之敘述分析----- | 63  | 第五節 重遊意願之敘述分析----- | 65   | 第六節 研究假設檢定-----   | 66 |
| 第五章 結論與建議 第一節 結論-----         | 110 | 第二節 建議-----          | 113 | 參考文獻-----          | 115 | 附錄-----                  | 121 |                    |      |                   |    |

## REFERENCES

- 中文部份 1. 于慧慧(1989), 「國家公園內遊客特性及遊憩行為之研究—以墾丁國家公園之規劃應用為例」, 成功大學都市計劃研究所碩士論文。
2. 方世榮譯(1998), 行銷管理學(三版), 台北:東華書局。
3. 方世榮譯(1997), 行銷學原理(二版), 台北:東華書局。
4. 方世榮(1991), 服務業營銷管理(初版), 台北:書泉出版社。
5. 王志剛、謝文雀譯(1995), 消費者行為, 台北:華泰書局。
6. 李淑宏(2000), 「因為旅行所以存在—旅行世紀的台灣新生代」, 台灣大學新聞研究所碩士論文。
7. 沈青慧(1995), 「半自助旅遊產品之消費者行為研究—以定點旅遊為實證研究」, 台灣大學國際企業學研究所碩士論文。
8. 吳明隆(2004), SPSS 統計應用實務(二版), 台北:松崗電腦圖書。
9. 林葆青(2003), 「客服中心在開創企業新契機中所扮演角色之研究--以壽險業為例」, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。
10. 林鴻偉(2003), 「大陸來台旅客之旅遊參與型態、觀光形象滿意度與重遊意願關係之研究」, 世新大學觀光學系研究所碩士論文。
11. 林琍羨(2002), 「消費者購買海外旅遊產品前資訊收集策略研究」, 世新大學觀光學系研究所碩士論文。
12. 林綺瑩(1999), 「遊憩涉入與遊憩屬性關係之研究—以日月潭風景區與九族文化村為例」, 東海大學景觀學系研究所碩士論文。
13. 侯錦雄(1990), 「遊憩區遊憩動機與遊憩認知關係之研究」, 台灣大學園藝研究所博士論文。
14. 容繼業(1996), 旅行業理論與實務(三版), 台北:揚智文化。
15. 高文彬(1993), 「消費者資訊蒐尋行為之研究—以旅行社旅遊團為實證」, 台灣大學商學研究所碩士論文。
16. 曹勝雄(2001), 觀光行銷學, 台北:揚智文化。
17. 陳嘉隆(2001), 旅行業經營與管理, 台北:先鋒打字印刷公司。
18. 陳思倫、歐聖榮、林連聰(1999), 休閒遊憩概論, 台北:空中大學。
19. 陳水源(1989), 遊憩需求與遊憩體驗之研究, 戶外遊憩研究, 1(3)。
20. 黃俊英(2001), 行銷學的世界, 台北:天下文化。
21. 黃俊英(2001), 多變量分析(七版), 台北:中國經濟企業研究所。
22. 黃千珊(1999), 「家庭生命週期與家庭休閒活動決策歷程之研究

—以基隆市核心家庭為例」，高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。 23.楊明賢(1999)，觀光學概論，台北:揚智文化。 24.楊文燦、鄭琦玉(1995)，遊憩衝擊認知及其滿意度關係之研究，戶外遊憩研究，8(2)。 25.曾煥玫(2000)，「女性自助旅行者的旅行經驗研究」，台灣大學森林學研究所碩士論文。 26.曾志民(1997)，「消費者抱怨行為影響因素之研究」，台灣大學商學研究所碩士論文。 27.蔡桂妙(1992)，觀光行銷學，高雄:高雄工專。 28.鄭華清(2003)，行銷管理，台北:全華出版社。 29.劉錦桂(1992)，「旅遊目的地選擇之地點特性及其市場區隔之研究」，逢甲大學土地管理研究所碩士論文。 30.歐聖榮、張集毓(1995)，遊憩區市場定位之研究，戶外遊憩研究，8(3)。 31.謝文龍譯(1992)，中村卯一郎著，抱怨處理讀本，台北:遠流出版社。 32.賴其助譯(2001)，J. Paul Peter & Jerry C. Olson 著，消費者行為，台北:鴻海書局。 33.闕河士(1989)，「消費者抱怨行為及其影響因素」，政治大學企管研究所碩士論文。 34.魏弘發(1995)，「遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究—以台灣民俗村為例」，逢甲大學建築及都市計劃研究所碩士論文。 35.觀光局(2004)，中華民國九十二年觀光年報，台北:交通部觀光局。 36.觀光局(2004)，中華民國九十二年國人旅遊狀況調查報告，台北:交通部觀光局。 英文部份 1. Alan D.(1994). "AMA Handbook for customer satisfaction", New York: American Library. 2. A.Parasuraman(1986). "Marketing Research", MA:Addison-Wesley,p122-129. 3. Burke Resnik(1999). "Marketing & Selling the TravelProduct" p.5,pp.25-29. 4. Bettman,J.R.(1979). "An Information Processing Theory of Consumer Choice", Reading,MA:Addison-Wesley. 5. Chuck Y.Gee,Dexter J.L.Choy,James C.Makens (1984), "TheTravel Industry",New York:Van Nostrand Reinhold, pp.126-139,142. 6. Chubb,M.,& Chubb ,R.(1981).One third of our time? An introduction to recreation behavior and resources.New York:John Wiley & Sons Inc. 7. Clawson,M.,& Knetsch,L.(1969).Alternative Method ofEstimating future Use.Economics of Outdoor Recreation,21(7),36. 8. Clawson,M.,& Knetsch,L.(1966).Economics of Outdoor Recreation.Published doctoral dissertation,Johns Hopkins University Press,Baltimore. 9. Cuieford,P.(1965). "Fundamental Statistical in Psychology and Education,4th ed",New York:Mcgrain Hill. 10.Day,Ralph.L.,(1980). "Research Perspectives on Consumer Complaining Behavior",in Theoretical Developments in Marketing,Charles Lamb,and Patrick Dunne,eds. Chicago: American Marketing Association. 11.Holloway,J.C.(1998). "The Business of Tourism",Longman,Inc. 12.Howard,J.A.(1994). "Buyer Behavior in Marketing Strategy",2nd ed.,Englewood Cliffs,N.J.:Prentice Hall. 13.Howard,John A.& Sheth Jagdish N.(1969). "The Theory of Buyer Behavior",New York:John & Sons Wiley,27-28. 14.Kolter,P.(1999). "Marketing for hospitality and tourism".New York:Prentice-Hall,16-17,362-363. 15.Kolter,P.and Armstrong,G(1994).Marketing.Harvard Business Review,89-98. 16.Middleton(2000). "Marketing for Travel and Tourism",3rd ed Butterworth-Heinemann,London. 17.World Tourism Organization(2000).Tourism market trends-East Asia and the Pacific,18,152. 18.Weinstein,A.(1987). "Market Segmentation:Using Niche Marketing to Exploit New Market",Chicago:Ill.,Probus Pub.Co. 19.Warland,Rex H.(1975). "Dissatisfied Consumers-Who Gets Upset And Who Takes Action,The Journal of Consumer Affairs",Madison,Vol.9,Iss.2;pp.148 20.Wendell R.S.(1956). "Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies",Journalof Marketing,12,3-8.