

A Study of the Effect for Hotels Adopting Green Marketing on the Consumers' Willingness of Consumption

許齡尹、陳欽雨

E-mail: 9416018@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The movement of environment protection has been promoted for several years in Europe, America, and Japan. However, the green issues of marketing are not paid attention until the era of 1970. The present study conducted a survey on the people who had resided in hotel to investigate if the hotels adopted green marketing. Consumers' decisions on selection of a particular hotel can be affected by factors of dwelling, such as hotel green marketing practice that would have impact on consumer's satisfaction. Consequently, consumers' willingness of returning may be adversely influenced by hotel lack of environmental concerns. The final result indicated that firstly, the fee charged is the major concern for consumers to choose a hotel. Secondly, people are generally lack of the awareness of green marketing for hotels. Thirdly, whether a hotel adopted the green marketing strategy or not, does not affect consumers' choice of returning. However, tourists' awareness and their satisfactory level concerning hotel's green marketing activities might affect their willingness of re-visiting the hotel. To sum up, the findings shows that people's re-visiting behaviors positively correlate with the degree of awareness about green marketing and the level of satisfaction concerning hotel's green marketing activities.

Keywords : Green Marketing ; Green Consumption ; Repeat Patronage

Table of Contents

目錄	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	xii	表目錄	xiii	第壹章	緒論	第一節	研究動機	1	第二節	研究背景	3	第三節	研究目的	5	第貳章	文獻探討	第一節	綠色行銷	6	一、	綠色行銷的定義	7	二、	綠色行銷思想演進及發展	7	三、	綠色行銷核心重點	10	第二節	旅館產業及分類	12	一、	旅館定義	13	二、	旅館之分類	14	第三節	旅館採行綠色行銷準則及模式探討	17	一、	旅館採行綠色行銷準則	17	二、	綠色行銷模式	20	三、	旅館採行綠色行銷之實例	20	第四節	綠色產業運用策略	23	第五節	旅館之消費者意願	24	一、	消費者行為	24	二、	旅遊消費者定義	25	三、	再購意願	26	四、	旅館住宿選擇	27	第參章	研究方法	第一節	研究架構及假設	28	一、	研究架構	28	二、	研究命題及假設	29	第二節	研究變數定義與衡量	30	第三節	研究設計	31	一、	研究樣本選擇	31	二、	問卷設計與發放	31	三、	問卷結構內容	31	第四節	研究流程	37	第五節	資料分析方法	38	第肆章	研究結果與分析	第一節	問卷回收情形	39	第二節	問卷資料分析結果	39	一、	背景屬性變數之描述	39	二、	住宿評估要素分析結果	41	三、	旅客對旅館採行綠色行銷看法分析結果	42	第三節	變異數分析結果	43	一、	「社經背景」對「綠色行銷認知」看法之影響	44	二、	「社經背景」對「綠化滿意程度」之變異數分析	45	三、	「社經背景」對「再購意願」(再購意願總合)之變異數分析	46	第四節	研究假設分析結果	47	一、	「旅館採行綠色行銷」對「住宿評估要素」變異數分析結果	47	二、	「旅館採行綠色行銷」對「綠色行銷認知」變異數分析結果	48	三、	「旅館採行綠色行銷」對「綠化滿意程度」變異數分析結果	49	四、	「旅館採行綠色行銷」與「再度消費意願」變異數分析結果	50	五、	「住宿評估要素」對「再度消費意願」變異數分析結果	50	六、	相關分析結果	52	第五節	因素分析	56	一、	綠色行銷之認知因素分析	57	二、	綠化滿意程度因素分析	58	第伍章	結論及建議	第一節	研究結論	59	第二節	研究建議	60	第三節	後續研究之建議	61	參考文獻	62	附錄	67	圖目錄	圖1-1	全年觀光外匯總收入	2	圖1-2	外國籍旅客住宿旅館分佈	3	圖1-3	觀光遊憩類型	4	圖1-4	2003年旅客住房分佈	4	圖2-1	國內通過ISO 14001廠家	23	圖3-1	研究架構	29	圖3-2	研究流程	37	表目錄	表2-1	「綠色行銷」定義	7	表2-2	綠色消費主義	8	表2-3	公司綠色行銷實際案例	10	表2-4	各國訂定之綠色法案	11	表2-5	綠色行銷的重點	12	表2-6	美國旅館分類	13	表2-7	旅館執行綠色行銷策略	20	表2-8	節水策略	21	表2-9	國內ISO14001驗證機構	22	表2-10	一般消費者之特性	24	表2-11	旅館住宿選擇相關文獻	27	表3-1	變項之操作性定義	30	表3-2	住宿評估要素問卷內容與編碼方式	32	表3-3	綠色行銷認知歸類、問卷內容及編碼方式	33	表3-4	綠化滿意程度之歸類、問卷內容及編碼方式	34	表3-5	再度消費意願之問卷內容與編碼方式	34	表3-6	旅館採行綠色行銷之問卷內容與編碼方式	35	表3-7	背景屬性分析之變數、問卷內容與編碼方式	35	表4-1	背景屬性變數次數分配表	40	表4-2	住宿評估要素排名	42	表4-3	消費者對旅館採行綠色行銷的看法	43	表4-4	綠色行銷認知之變異數分析表(F檢定值)	45	表4-5	綠化滿意程度之變異數分析表(F檢定值)	46	表4-6	再購意願及八個因子之變異數分析表	47	表4-7	「旅館採行綠色行銷」與「住宿評估要素」變異數分析	48	表4-8	「旅館採行綠色行銷」與「綠色行銷認知」變異數分析	48	表4-9	「旅館採行綠色行銷」與「綠化滿意程度」變異數分析	49	表4-10	「旅館採行綠色行銷」認知與「住宿評估要素」之變異數分析表	50	表4-11	「住宿評估要素」認知描述統計量	50	表4-12	「住宿評估要素」對「再度消費意願」變異數分析表	51	表4-13	綠色行銷認知 - 描述統計分析	52	表4-14	綠色行銷認知與再購意願相關分析表	54
----	------	-----	-----	-----	------	---	------	----	----	-----	----	------	-----	-----	-----	------	-----	----	-----	------	---	-----	------	---	-----	------	---	-----	------	-----	------	---	----	---------	---	----	-------------	---	----	----------	----	-----	---------	----	----	------	----	----	-------	----	-----	-----------------	----	----	------------	----	----	--------	----	----	-------------	----	-----	----------	----	-----	----------	----	----	-------	----	----	---------	----	----	------	----	----	--------	----	-----	------	-----	---------	----	----	------	----	----	---------	----	-----	-----------	----	-----	------	----	----	--------	----	----	---------	----	----	--------	----	-----	------	----	-----	--------	----	-----	---------	-----	--------	----	-----	----------	----	----	-----------	----	----	------------	----	----	-------------------	----	-----	---------	----	----	----------------------	----	----	-----------------------	----	----	-----------------------------	----	-----	----------	----	----	----------------------------	----	----	----------------------------	----	----	----------------------------	----	----	----------------------------	----	----	--------------------------	----	----	--------	----	-----	------	----	----	-------------	----	----	------------	----	-----	-------	-----	------	----	-----	------	----	-----	---------	----	------	----	----	----	-----	------	-----------	---	------	-------------	---	------	--------	---	------	-------------	---	------	-----------------	----	------	------	----	------	------	----	-----	------	----------	---	------	--------	---	------	------------	----	------	-----------	----	------	---------	----	------	--------	----	------	------------	----	------	------	----	------	----------------	----	-------	----------	----	-------	------------	----	------	----------	----	------	-----------------	----	------	--------------------	----	------	---------------------	----	------	------------------	----	------	--------------------	----	------	---------------------	----	------	-------------	----	------	----------	----	------	-----------------	----	------	---------------------	----	------	---------------------	----	------	------------------	----	------	--------------------------	----	------	--------------------------	----	------	--------------------------	----	-------	------------------------------	----	-------	-----------------	----	-------	-------------------------	----	-------	-----------------	----	-------	------------------	----

表4-15 綠化滿意程度之描述統計分析表 55 表4-16 綠化滿意程度與再購意願相關分析表 56 表4-17 綠色行銷認知之轉軸後成分矩陣 57 表4-18 綠化滿意程度之轉軸後成分矩陣 58

REFERENCES

- 一、中文文獻 1、孔方正，民89，飯店業之ISO14001先期審查暨綠色行銷管理概念模型之先期研究，第二屆（2000）永續發展管理研討會論文集，頁654-662。 2、孔方正、黃慧婷、郭蓓璇、王淑真，民89，飯店業之環境管理系統 - 以高雄地區消費者之接受度為例，第二屆（2000）永續發展管理研討會論文集，頁293-310。 3、江佳蓉，民91，消費者隊選擇旅館住宿之主成分分析，中華大學電機工程研究所碩士論文。 4、朱美琴，民87，實踐永續發展，再造美麗新世界，台灣經濟研究月刊，第21卷，第10期，頁13-17。 5、呂永祥，民89，旅館管理，台北:桂魯有限公司。 6、沈嘉偉、萬金生，民90，台灣地區觀光飯店主管對環保綠管之認知與探討，第一屆觀光休閒暨餐旅產業永續發展管理研討會，頁159-196。 7、林欽德，民87，ISO14000規範 - 從品質與環境管理標準談企業的永續發展，台灣經濟研究月刊，第21卷，第10期，頁39-58 8、姚德雄，民90，旅館產業的開發與規劃，台北:揚智文化事業出版有限公司。 9、陳光榮，民87，二十一世紀行銷 - 綠色行銷，科技天地，第三卷，第五期，頁101-106。 10、陳光榮，民88，二十一世紀行銷的新觀念，人力發展月刊，第63期，頁57-71。 11、陳思倫，民91，國民旅社住宿旅客之旅館選擇因素即滿意程度分析，交通建設，頁16-29。 12、陳長輝，民91，環保旅館與遊客選擇旅館住宿因子關係之研究，國立嘉義大學管理研究所碩士論文。 13、陳桓敦，民91，台灣地區休閒旅館遊客消費行為之研究，世新大學觀光研究所碩士論文。 14、張妙霜，民87，環保標章 - 環境訴求與宣告的象徵，台灣經濟研究月刊，第21卷，第10期，頁35-38。 15、黃秀滿，民87，綠色觀點 - 綠色行銷與垃圾消費的互動，台灣經濟研究月刊，第21卷，第10期，頁26-29。 16、黃偉倫，民87，資源回收 - 企業在資源循環利用系統中的定位，台灣經濟研究月刊，第21卷，第10期，頁30-34。 17、黃俊義，民92，環保導向的價值觀與企業的綠色管理關聯性之實證研究，環境與管理研究，第四卷，第二期，頁17-60。 18、黃詩弦，民91，國際觀光飯店企業聲譽、顧客知覺風險、期望服務品質及再購意願之研究，國立雲林科技大學企業管理研究所碩士論文。 19、黃義俊、黃俊英，民87，綠色學銷思想的演進及發展，臺灣經濟金融月刊，第35卷，第七期，頁53-60。 20、楊隆年，民87，生態效益 - 企業與環境共生共存法則，台灣經濟研究月刊，第21卷，第10期，頁18-25。 21、張雅惠，民86，消費者隊休閒度假旅館偏好之研究，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。 22、葉碧華、蔡進發、黃宗成，民92，消費者環保行為與旅館住宿意願之研究，環境與管理研究，第四卷，第二期，頁61-81。 23、潘朝達，民90，最新旅館管理實務，台北:水牛圖書出版事業有限公司。 二、西文文獻 1、Anna,G.,Rachel,D, Marion,J. & Brian,J., 2003. Ecotourism in the city? Toronto 's Green Tourism Association, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 15(6),pp. 324-327. 2、Ayala,H.,1995. Ecoresort: A " green " masterplan for international resort industry. Hospitality Management, Vol.14, pp. 351-374. 3、Conner L, 2000. Hoteliers and corporate travel buyers to promote " green " hotels together.Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 41(5), p. 16. 4、David,K., 1995. Environmental management in hotels. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 7(6), pp. 3-8 5、Garrod, B.&Chadwick,P., 1996. Environment management and business strategy: Towards a new strategic paradigm.future, 28(1), pp. 37-50. 6、Litvan,L. M.,1995. Going " Green " In the ' 90s, nation ' s Business, 83(2), pp. 30-32. 7、Margaret,B.,1996. Environmental policy in the hotel sector: Green strategy or stratagem? International Journal of Contemporary Hospitality Management, 8(3), pp.18-23. 8、Nadia,T., David,K. & Paul,L., 2004. Reasons for going green in serviced accommodation establishments. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 16(2), pp. 116-124. 9、Polonsky,J. & Rosenberger J. III.,2001. Reevaluating green marketing:Strategic approach. Business Horizons, pp. 21-85. 10、Schegelmilch,B.,1996. The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. European Journal of Marketing, 30(5), pp. 35-55.