

The Relationship between Promotional Strategies and Intentions to Revisit-A Case Study of Aprilherb B&B

蕭國偉、熊婉君

E-mail: 9901029@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

A good decision-making of marketing strategy is the key factor of running a bed and breakfast (B&B) successfully for its management. The B&B management should make a good use of its distinguishing features and environmental resources to make its market segmentation different from its competitors, and come up with inimitable products and events, then promote the B&B in effective channels and promotion campaigns. In this research, the focus was on the intentions to revisit of Aprilherb B&B in Taichung County and tried to find out visitors' recognition of the current used promotional strategies: Advertising, Public Relationships, Promotion, and Sales representatives. It was found that visitors with different demographic background have remarkable difference on perceiving promotional strategies. Take marital status for example, female has greater recognition on Public Relationships than single visitors. Among the factors of promotional strategies in predicting intentions to revisit the Aprilherb, Public Relationships is showed to be the most determining factor. Based on the results, it is suggested that the B&B management should excel in utilizing the press to announce its event information, holding more events for visitors to involve, reinforcing its internet marketing, and increasing the professional level of the B&B staff. Then the intentions to revisit the B&B will be improved.

Keywords : bed and breakfast, promotional strategies, intentions to revisit

Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	2	第三節 研究目的與問題	2
3 第四節 名詞釋義	4	第二章 文獻探討	4
6 第一節 民宿	6	第二節 行銷推廣策略	6
16 第三節 重遊意願	25	第三章 研究方法	25
28 第一節 研究架構	28	第二節 研究工具	28
29 第三節 研究對象與抽樣	30	第四節 資料分析方法	30
31 第四章 結果與討論	33	第一節 信度分析	33
33 第二節 研究樣本之描述性統計	34	第三節 遊客對行銷推廣策略與重遊意願之認知	37
37 第四節 人口背景與行銷推廣策略之差異分析	40	第五節 行銷推廣策略與重遊意願關聯性分析	49
49 第五節 行銷推廣策略與重遊意願關聯性分析	49	第六章 討論	49
52 第五章 結論與建議	55	第一節 研究結論	55
55 第二節 實務上之建議	56	第三節 研究限制與後續研究建議	55
57 參考文獻	59	附錄A 四月芳草民宿訪談紀錄	59
67 附錄B 正式問卷	73		

REFERENCES

- 一、中文部份 四月芳草官網(2008), 四月芳草民宿各項統計分析表[線上資料], 來源: <http://april.emmm.tw/> [2009, October 13]. Morrison, A. M. (1999), 餐旅服務業與觀光行銷(王昭正譯), 台北:弘智文化, (原著於1997年出版)。 民宿管理辦法, 第1章, 第3條, 「...」。 民宿管理辦法, 第2章, 第6條, 「...」。 交通部觀光局(2009a), 中華民國90年國人旅遊狀況調查[線上資料], 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp> [2009, October 18]。 交通部觀光局(2009b), 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/indexc.asp> [2009, October 18]。 交通部觀光局(2009c), 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/indexc.asp> [2009, October 18]。 交通部觀光局(2009d), 中華民國98年國人旅遊狀況調查[線上資料], 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp> [2009, October 18]。 何郁如, 湯秋玲(1989), 墾丁國家公園住宿現況之研究, 戶外遊憩研究, 2(1)

, 26-51。吳忠宏, 黃宗成, 邱廷亮(2004), 玉山國家公園遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究, 國家公園學報, 14(2), 23-41。吳明隆, 涂金堂(2005), SPSS與統計應用分析, 台北:五南圖書出版。呂星璜(2003), 民宿業者經營歷程與休閒運動涉入之研究, 私立中國文化大學運動教練研究所運動休閒組未出版之碩士論文。林士傑, 吳宗瓊, 陳文軒, 邱仲宏(2006), 民宿消費者口碑傳播之研究 - 互動品質、服務品質、滿意度之關係, 高雄:中華觀光管理學會與台灣休閒遊憩學會研討會。林政萩(2003), 內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究, 私立逢甲大學建築與都市計畫所未出版之碩士論文。林秋雄(2001), 民宿農業旅遊之核心基地—日本農業旅遊研修拾綴系列四, 農訓雜誌, 18(8), 65-71。林梓聯(2001), 臺灣的民宿, 農業經營管理會訊, 27, 3-5。欣境工程顧問有限公司(1990), 東部海岸風景區發展民宿可行性之研究, 台北:交通部觀光局東部海岸風景特定區管理處。侯錦雄(1990), 遊憩區遊憩動機與遊憩認知關係之研究, 國立台灣大學園藝研究所未出版之博士論文。姜惠娟(1997), 休閒農業民宿旅客特性與需求之研究, 國立中興大學園藝學研究所碩士未出版之論文。唐淑蓉(2007), 海岸環境議題中民眾參與機制之研析 - 以台十一線東部濱海公路改善計畫為例, 國立東華大學環境政策研究所未出版之碩士論文。曹勝雄(2001), 觀光行銷學, 台北:楊智文化。郭永傑(1991), 山地民宿村莊之計劃理念與營運計劃, 休閒農業經營手冊, 14, 106-111。陳永賓(1995), 國內航空客運市場行銷策略之研究, 私立中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。陳昭郎(1997), 台灣休閒農業發展歷程與展望, 農訊雜誌, 14(1), 81-87。陳昭郎, 張東友(2002), 臺灣農村民宿之類及其行銷策略, 農訓雜誌, 19(7), 48-53。陳堉吉, 朱佩君(2002), 休閒農業經營管理, 台北:威士曼文化。黃淑君, 何宗隆(2002), 台北縣坪林茶葉博物館遊客滿意度對重遊意願之影響, 觀光研究學報, 7(2), 111-123。黃穎捷(2007), 台灣休閒民宿產業經營攻略全集[線上資料], 來源: http://tw.myblog.yahoo.com/jw!K1Ve4IWbHhDBgj7T12SCA_Q9R/article?mid=3995&prev=3996&l=f&fid=14[2009, July 20]。楊永盛(2003), 遊客對宜蘭地區民宿評價之研究, 私立世新大學觀光學系碩士班未出版之碩士論文。楊家彥(2002), 服務業創新與創新服務業, 台灣經濟研究月刊, 25(5), 46-55。廖明豐(2003), 東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。廖榮聰(2003), 民宿旅客投宿體驗之研究, 私立朝陽科技大學休閒事業管理學系碩士班未出版之碩士論文。榮泰生(1997), 企業研究方法, 台北:五南圖書出版。榮泰生(2003), 企業研究方法, 台北:五南圖書出版。潘正華(1994), 台灣農村地區發展休閒農業於農牧用地上建民宿建築之法令可行性研究, 國立台灣大學農業工程學系未出版之碩士論文。鄧之卿, 陳麗貞, 楊舒涵, 蕭淑華(2003), 農村民宿市場及旅客特性之研究, 農業推廣學報, 20, 81-101。鄭有利(1988), 歐洲自助旅行指南(一)實務篇, 台北:聯經出版事業。鄭蕙燕(2002), 休閒農場認證制度與評鑑標準之芻議, 行政院農委會, 農政與農情月刊, 122, 56-67。賴香菊, 王淳平, 莊雅婷(2003), 專業、熱忱的城鄉文化代理人 民宿的E行銷, 現代商業化, 57, 33-42。戴國良(2002), 行銷管理理論與實務, 台北:五南圖書出版。戴國良(2005), 整合行銷傳播:全方位理論架構與本土實務個案, 台北:五南圖書出版。謝旻成(1998), 由德國民宿空間居住體驗探討台灣農村傳統三合院住宅發展民宿空間調整之研究, 國立台灣大學農業工程學研究所未出版之碩士論文。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, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。鍾美玲(2002), 民宿產業報告, 台北:五南圖書出版。羅惠斌(1995), 觀光遊憩區規劃與管理, 台北:固地文化出版。嚴本立(2002), 南庄地區民宿概況之調查與分析, 台北:聯經出版事業。二、英文部份 Alastair, M. M., Philip, L. P., Gianna, M., Nandini, N., & Joseph, T. O. (1996). Special Accommodation: Definition, Markets Served, and Roles in Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 12, 18-25. Backman, S. J., & Compton, J. L. (1991). The usefulness of selected variable for predicting activity loyalty. *Leisure Science*, 13, 205-220. Day, R. L. (1977). Extending the Concept of Consumer Satisfaction. *Advances in Consumer Research*, 28(4), 149-154. Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21. Griffin, J. (1995). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. New York: Simon and Schuster Inc. Gronholdt, L., Martensen, A., & Kristensen, K. (2000). The Relationship Between Customer Satisfaction and Loyalty: Cross-industry Differences. *Total Quality Management*, 11(4), 509-514. Kotler, P. (1998). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc. Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc. Lubetkin, M. (1999). Bed and breakfasts. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40(4), 84-90. Manning, R. E. (1986). Study in outdoor recreation: Search and re-search for satisfaction. Unpublished master's thesis, University of Oregon State, Oregon. McCool, S. F., Stankey, G. H., & Clark, R. N. (1984). Choosing recreation settings: processes, finding, and research directions. *Proceedings-Symposium on Recreation Choice Behavior*(pp. 1-8.). New York: USDA Forest Service. McDaniel, S. W., & Kolari, J. W. (1987). Marketing Strategy Implications of the Miles and Snow Strategic Typology. *Journal of Marketing* 51(October), 19-31. Morrison, A. M. (1996). *Hospitality and travel marketing*. New York: International Thomson Publishing Inc. Ortinau, D. J. (1979). A Conceptual Model of Post Purchase Satisfaction / Dissatisfaction Decision Process. In R. L. Day and H. K. Hunt (Ed.), *New Dimensions of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior*(pp. 35-40). Indiana: Indiana University Press. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50. Porter, M. E. (1985). Technology and Competitive Advantage. *The Journal of Business Strategy*, 5, 60-78. Prus, A., & Brandt, D. R. (1995). Understanding Your Customers. *Marketing Tools*, 2(5), 10-13. Robertson, R., & Regula, J. (1994). Recreational Displacement and Overall Satisfaction: A Study of Central Iowa Licensed Boaters. *Journal of Leisure Research*, 26(2), 174-181.