

休閒渡假飯店之行銷策略研究與定位-以花蓮天祥晶華度假酒店及花蓮美侖大飯店為

探討對象

李堯賢, 蔣春玫

財務管理學系

管理學院

hsien@chu.edu.tw

摘要

為瞭解花蓮地區休閒渡假店消費者之住宿動機、住宿體驗、休閒利益與顧客忠誠度之關聯性及其差異情形，本研究以深度訪談法進行探討。先針對目前國內旅遊休閒服務產業的現況做整體文獻回顧外，再藉由次級資料的搜集整理歸納分析以及深度訪談方式，訪問該飯店行銷相關主管及休閒渡假之消費者，希望了解該飯店行銷策略發展及在消費者心中之定位。天祥晶華度假酒店座落於花蓮縣秀林鄉太魯閣國家公園境內，距花蓮市區約一小時的行程，飯店外盡是太魯閣峽谷的秀麗之色，讓現代人擺脫都會的塵囂，渡假心情也隨之悠然。花蓮美侖大飯店，交通便利，距離機場、火車站及花蓮市區約十分鐘車程，規劃設計上以自然環境之保育及舒適健康的休閒型態為主，塑造為一個市型之休閒飯店。研究發現休閒渡假非民生必需品，休閒渡假的次數及品質隨著國民所得而有所變動，而飯店推出的行銷方案侷限於飯店之定位更是讓消費者決定住宿之動機所在。

關鍵字：休閒渡假飯店、住宿動機、行銷策略、定位