

研究報告

森林遊樂區滿意度之研究－以太平山為例

林鴻忠¹ 林浩立² 廖天賜^{3*}

【摘要】森林遊樂區供給面之遊憩機會係結合靜態與動態的活動規劃，將具特色的自然與人文景觀資源，搭配活動安排設計、完善的設施及服務內容為創造滿意體驗、良好品牌及重遊意願的重要因素。但在需求面之遊客整體與個別性需要如未能獲得滿足，如何釐平這這供需面缺口，常是經營者努力的方向，透過遊客行為及反應進行分析，有效掌握其心理需求，變成為改進經營管理策略之重要參考資訊來源。

本文以戶外遊憩經營管理模式，透過問卷調查住宿遊客對太平山森林遊樂區產品及服務之重視度及滿意度，找出供需缺口。透過 15 個月住房遊客之調查意見進行分析，結果顯示：整體滿意度呈現正面評價，其中以太平山之景觀維護、自然步道設施、人員服務態度之滿意度較高，收費的作業方式滿意度較低，其他尚需改善的項目有餐飲及住宿之軟硬體服務。

【關鍵詞】遊客行為、經營管理模式、服務品質、滿意度

Research paper

Studies on the Satisfaction of Forest Recreation Areas - Illustrated with the Tai-Pin-Shan National Forest Recreation Area

Hong-Chung Lin¹ Hao-Li Lin² Tien-Szu Liao^{3*}

【Abstract】Outdoor recreation is a mixtured planning of static and dynamic activities. The important factors, influencing visitor travel back again and creating its brand extension, include the special resources of nature and humanity, some design of activities, some good service systems and facilities. Visitors' demand has personal difference. Through an analysis of visitor behavior and response, managers will be able to understand visitors' mind and demand furthermore. Then they could think about how to improve their strategy in relation to the research issue.

This paper is a research about management model of outdoor recreation. Through the questionnaire for fifteen months, we concluded the visitors' respond and found the management defect as well as from service satisfaction while they staying in forest recreation area. We got a positive evaluation of whole

1.林務局羅東林區管理處處長

Director, Lo-Tung Forest district office, TFB.

2.大漢技術學院企管系講師

Instructor, Dept. Business Administration, Dahan Institute of Technology.

3.國立中興大學森林學系副教授，通訊作者

Associate Professor, Dept. of Forestry, NCHU. Corresponding author.

satisfaction collected questionnaire by way of “Related Sample One way Analysis of Variance, One way ANOVA”. The scenery of Tai-Pin-Shan, natural trail, service attitude; especially, got higher percentage of satisfaction. As to traveling expenses got lower percentage of satisfaction. Other items, such as dining or lodging, still have gaps to be improved.

【Key words】 visitor behavior, management model, service quality, satisfaction.

一、前言

自 1960 年代森林多目標利用的概念掘起後，森林經營趨向多元化經營，「森林遊樂」是森林多目標利用的重要項目之一，隨著時代的進步森林遊樂的功能也逐漸受到重視與推廣，政府因應民眾需求在國內設置了許多森林遊樂區，使森林能提供良好的環境讓大眾休閒遊憩，進一步又推展出以體驗及愛護自然為導向的生態旅遊，森林遊樂區可提供民眾與大自然接觸的良好場所，尤其在現代生活節奏加快的環境中，容易造成生活的緊張與壓力，如能適度的接觸大自然，放鬆心情體驗自然，不論對於身心皆有莫大的幫助，因此森林遊樂區的經營在森林經營上顯得相當地重要。

在森林遊樂區的經營需考慮人與自然之間的相關問題，以經營者的角度而言，應如何建立一個適合民眾的森林遊樂區，讓他們能在良好服務品質的森林遊樂區充分享受體驗自然的樂趣；為滿足遊客的需求，民眾體驗森林遊樂的感受可做為森林遊樂區經營管理者的重要參考，其中「滿意度」可做為遊客反應遊樂區品質的重要指標之一，其於行銷領域之應用相當廣泛（郭德賓等，2000；黃恆獎、李佳璋，1997；Oliver, 1981, 1993），可視為是一種經由經驗與評估而產生指標（Hunt, 1977; Day, 1984）。而這類研究也被應用在政府的施政評估上（曾憲惠，1994；李久先等，2003），所以只要是經由經驗與評估而產生是否滿意的感受，皆可採用滿意度來做為指標。

本文將滿意度的概念應用在森林遊樂區服務品質的評估，以北部著名的太平山森林遊樂區為研究對象，目的在於探討遊客對於各個不同服務項目及不同時間對於滿意度的變化，其

中服務項目包括：住宿、用餐、服務人員的態度、遊樂設施、自然步道、景觀環境、環境衛生、收費等之滿意度；而不同時間主要是以季節來加以區分，所得之結果將可提供做為遊樂區經營之參考。

二、前人研究

(一) 遊樂區之分類系統

本文之研究對象為森林遊樂區，茲先介紹遊憩資源之相關概念及分類方式，凡提供活動之場所，滿足遊客遊憩的需求與目的者，即為遊憩資源。依美國戶外遊憩資源評議委員會（Outdoor Recreation Resource Review Commission）在 1962 年擬定的戶外遊憩資源分級系統（ORRRC-System）分為：1. 高密度遊憩區（high-density recreation areas）；2. 一般戶外遊憩區（general outdoor recreation areas）；3. 自然環境區（natural environment areas）；4. 獨特自然區（unique natural areas）；5. 原始區（primitive areas）；6. 歷史文化遺跡區段（historic and cultural sites）等六級，第一、二級屬普遍使用區，第三級屬主要使用區，第四級屬限制使用區，第五、六級屬保護區。

另依美國學者 Brown 等（1978）將遊憩機會分類為：原始型（Primitive）、半原始非機動型（semi-primitive non-motorized）、半原始機動型（semi-primitive motorized）、簡樸鄉村型（rustic）、集中使用型（concentrated）、現代都市型（modern urbanized）等六型。而美國農業部林務署（Forest service USDA）在 1992 年所擬定的遊憩機會序列（Recreation Opportunity Spectrum, ROS），根據其開發程度劃分為原始型（primitive）、半原始或中間型

(intermediate)、城市或現代型 (modern) 等三大類。

森林遊樂區係依據森林遊樂區設置管理辦法以森林為環境設立的區域，提供國民休憩活動之場所，並使遊客能獲得身心上的滿足與豐富的遊憩體驗為目的。森林遊樂區提供之遊憩體驗接近 ORRRC 分級系統之第三、四級或 Brown 等認定之半原始型或 ROS 序列之中間型。

(二) 遊憩動機

動機 (Motive) 是指引起個體活動，維持該已引起的活動，並導致該活動朝向某一目標進行的內在歷程 (張春興，1996)，Dann (1981) 則認為動機是一種內在因素，為潛在滿意的意識，意即動機為對未來情況的認知說明，會引發行為，且被期望得到滿意的體驗。Manning (1985) 認為若可以對不同動機的遊客群進行分類，作為遊憩地區的規劃與經營管理的依據，將能更直接的滿足各種不同體驗之滿足的需要。Kotler (2000) 指出影響遊憩需求的因子有地理、人口、人格、遊憩行為等四項變數。總括來說，遊客的旅遊動機會影響其對遊憩活動之滿意水準，且遊客偏好及期望的活動場地也會隨著遊客的目的不同而有所改變 (李銘輝，1991)。

(三) 遊憩體驗

遊憩體驗為一心理及生理之經驗累積，在遊憩活動的過程中所獲得的體驗是否滿足遊客需要與其當初之動機有關，體驗戶外遊憩之過程大致可分為行前、去程、現場、回程、及回憶等五階段。不同階段皆會產生一經驗，受先決條件，中間情況等因素影響，而使遊客之滿足於不同階段，達不同水準及高峰。在遊憩活動的參與中，參加者經由感官、行為上接收到的各種環境間的訊息，如：生理的感受、心理的知覺等，而從中所獲得而產生的感受和經驗，稱之為「遊憩體驗」(陳桓敦、李賢昇，2001)。王偉哲、賴美蓉 (1997) 認為遊憩體驗乃是結合環境知覺與遊憩活動而為個體再從事

遊憩活動後所得之知覺。另外遊憩體驗也是一種個人抽象的心理狀態，此係由個人生理、心理需求，以經驗的記憶累積去形成動機和期望，而這些「動機和期望」所獲得的「遊憩體驗」兩者之間的差距，即是「滿意」的程度 (林淑晴，1988)。

(四) 滿意度研究

滿意度為經驗與評估而產生指標 (Hunt, 1977; Day, 1984)，在應用上也相當廣泛，此概念曾被廣泛地應用於各個層面，包括顧客的感受、對工作的反應或是遊憩體驗的成果 (謝錦堂，2000；李久先等，2003；Oliver, 1980)。

茲將各領域在滿意度的相關研究進行彙整如表 1。

三、研究區域及研究方法

(一) 試驗地點

1. 太平山國家森林遊樂區經營管理現況

太平山位於台灣東北部，西枕中央山脈的南湖大山，北界蘭陽溪，前接蘭陽平原，東臨太平洋，其間山巒起伏，孕育了蒼鬱茂密的森林，泰雅族原住民稱之為眠腦。

太平山以生產檜木聞名。為昔日台灣三大林場之一，1915 年開始伐木作業，並利用蘭陽溪管流運材至宜蘭員山，1924 年完成土場至羅東長達 36 km 之森林鐵路，同時山區鋪設山地軌道，遇懸崖則架設索道，此構成當時特殊的交通動線。1945 年台灣光復，繼續生產木材，1977 年興築太平山林道，喜愛大自然的民眾開始湧入欣賞風光，1983 年正式設置森林遊樂區，全區面積達 12,631 ha。

太平山國家森林遊樂區內，林木蒼鬱、群山青翠，有溫泉、巨木、森林、花卉、日出、雲海、雪景、瀑布、以及湖泊等豐富的景觀資源，還有瀟灑林間，充滿芬多精與陰離子的清新空氣，在在吸引每年二十餘萬遊客的到訪。在歷年經營下，已建構了完善的公共設施，除了道路、停車場、步道、公廁之外，還有土場收費站、鳩之澤溫泉、遊客中心、太平山莊、

蹦蹦車站等服務據點，與污水、垃圾處理等設施 (林務局，2006)。

(1) 資源管理：

依森林遊樂區設置管理辦法，規劃森林生態保育區 314 ha、景觀保護區 801 ha、營林區 11,444 ha、遊樂設施區 72 ha、全區總計 12,631 ha；並依交通動線、資源特色，劃分四大據點：

- a. 鳩之澤：海拔 600 m，屬弱鹼性碳酸鈣溫泉區，遊憩資源包括多望溪賞鳥、鳩之澤自然步道、生態工法教學園區。
- b. 太平山：海拔 2,000 m，屬高山雲霧帶，戶外規劃有見晴懷古步道、原始林公園、鐵杉林國家步道。可觀賞雲海、日出、雪景氣象景觀，及太平山白櫻花、台灣杜

鵲、森氏杜鵑、宵待草、黃苑、白頭翁、胡麻花、裂緣花、虎杖、毛地黃等季節花卉。

- c. 茂興：為昔日林木生產線，有壯闊的柳杉、檜木人工林，規劃有景觀伸展台、原生蕨類園、茂興懷舊步道及三疊瀑布步道。
- d. 翠峰湖：海拔 1,900 m，本島高山最大的湖泊，滿水期可達 25 ha，為全球鴛鴦分佈最南界，屬森林生態保育區。規劃有翠峰湖國家步道、平元自然步道，及台灣山毛櫸國家步道。太平山至翠峰湖已整建為景觀道路，並有總量管制，每日限中小型車 300 輛進入翠峰湖據點。

表 1. 滿意度之相關研究彙整

Table 1. Literature reviews on satisfaction research.

滿意度之研究主題或成果	作者 (年代)
服務行銷領域顧客滿意模式及服務品質模式比較	何雍慶、蘇雲華 (1995)
調查研究台灣記帳農戶對農產運銷施政措施之認知與滿意度	李皇照 (1996)
研究服務品質與顧客滿意評量模式	周泰華、黃俊英、郭德賓 (1999)
民眾對航空噪音補助政策滿意度影響因子	林慧芳 (2000)
服務業顧客滿意評量方法	郭德賓等 (2000)
機場附近居民對航空噪音防治補助措施之滿意度及相關因素探討	陳淑娟 (1999)
台灣地區記帳農戶對政府農業政策之認知與滿意度	曾憲惠 (1994)
非營利組織顧客滿意模式	黃俊英等 (1999)
產品績效指標、消費滿意度及購後行為之整合分析應用	黃恆獎、李佳璋 (1997)
LISREL 模型研究滿意度，分析影響滿意度最重要的因素	
公園使用者對台中市鄰里公園植栽滿意度之研究	歐聖榮、黃佳盛 (1997)
私有林主對全民造林運動滿意度之研究－以台中縣為例，採用滿意度來衡量造林政策的推行。	李久先等 (2003)
期望與產品績效的研究及彼此間的關連性，所得之結果可以做為顧客滿意度的重要參考。	Olshavsky and Miller (1972); Anderson (1973)
應用「不確認模式」來衡量顧客滿意度。	Oliver and Bearden (1985)
以「滿意度模式」驗證影響滿意度的影響因子，其中「期望」、「績效」、「不確認性」對顧客滿意度有顯著的相關性	唐麗英、胡安華 (1996)

太平山國家森林遊樂區針對自然步道每年進行環境監測，包括土壤硬度、植群衝擊、水質等，因步道均採自然材料及自然工法設計，土壤沖刷嚴重地區架設木棧道方式，且近年來整建多條自然步道，分散假日尖峰之遊客，對植群與土壤之衝擊亦相對降低；每季抽驗水源水質及飲水機，檢測大腸桿菌、總菌落數、硝酸鹽氮及砷等質量，檢測值均低於管制標準。

(2) 遊客管理：

- a. 遊客資料：太平山國家森林遊樂區近 3 年遊客量分別為 2002 年 199,814 人次、2003 年 286,696 人次、2004 年 298,928 人次，平均為 266,181 人次。根據調查遊客女性稍多於男性 50.8%，年齡屆於 25-34 歲佔 32.1%、次為 24 歲以下 23.0%，職業以公司行號、學生、軍公教與自由業居多，合計佔 75.8%，教育程度以大專以上佔 56.3%、次為高中職佔 27.5%、已婚者佔 52.2%、月收入以 2-5.9 萬間居多佔 56.3%、居住地點以北部佔 47.5%、次為南部佔 21.0%。
- b. 遊客行爲：遊客使用交通工具汽車佔 65.7%、遊覽車 29.0%，遊程以兩天一夜居多佔 41.1%；遊憩原因以舊地重遊佔 39.7%、次為親朋介紹 28.6%；遊憩動機以接近自然 66.3% 與舒解身心 57.2% 為主 (林喻東、高君邁，2004)。
- c. 資訊：建立資訊網站，使遊客瞭解交通動線，分區據點、資源特色、收費規定、餐宿服務、蹦蹦車行車車次等。
- d. 解說：建立太平山全區解說系統，包括遊客中心之三語解說摺頁，及影帶，各分區之雙語解說牌、指標、警告標幟等 93 面，森林志工 79 名輪值擔任解說及接受諮詢。
- e. 公共安全：定期實施經營管理與安全維護督導檢查；接受地方政府食品衛生、旅館、環境衛生之檢查；機械遊樂設施一

蹦蹦車定期維修；戶外景點、危險地區、自然步道每週派員巡視；防火及緊急處理訓練與設備維護。

(3) 服務管理：

- a. 餐宿賣店設施：太平山莊設有可供 200 人同時進餐的餐廳，供 250 人住宿之旅館、80 人使用之會議室及咖啡館、客製化的賣店。鳩之澤設有溫泉 SPA、檜木桶溫泉及簡餐、賣店。
- b. 危險管理：設救護站、救護車及與榮總、聖母醫院合作之遠距醫療設備，服務員定期接受訓練，建立緊急通報系統及內部稽核控管。
- c. 遊客注意事項：訂定生態旅遊須知、使用步道責任、溫泉泡湯守則、溫泉煮蛋方法。
- d. 提升服務品質措施：
 - 環境設施：太平山專用道路加裝反光標示、貓眼，全線 161 面安全及里程標示牌改以木質材料，柔化視覺；以自然素材建造自然公廁；自然區不設垃圾桶，教導遊客自行攜回或投置於設施區分類垃圾桶；整建區內 10 條自然步道，提供多樣遊憩體驗及分散遊憩壓力。
 - 人力甄選：建立服務員甄選制度，提供在地人工作機會，並以原住民優先選用。
 - 考核訓練：實施禮儀勤惰考核，辦理餐飲衛生及禮儀訓練，激發服務員榮譽，舉辦太平山之星遊客票選活動，設置留言箱、房間放置問卷表。
 - 便捷服務：設置專屬網站與電話語音同步訂房及各據點之刷卡服務；結合休閒農場、旅遊服務業，進行生態旅遊策略聯

盟，推展非假日之遊憩活動。

(二) 研究方法

本研究主要是在探討遊客對於太平山森林遊樂區的遊憩體驗與反應，採用問卷調查的方式獲得相關的資訊，以滿意度為指標，將資源管理、遊客管理、服務管理等再細分為 8 個項目，包括：住宿、用餐、服務態度、遊樂設施、自然步道、景觀環境、環境衛生、收費等。

本研究問卷的設計係採用李克特五尺度量表 (Likert scale) 來進行，此表在社會科學調查領域廣泛被使用，即非常滿意、滿意、普通、

不滿意、非常不滿意，計分方式為按各項目分別給予 5 至 1 分，分數越高，則表示受訪者對該問項的滿意程度越高 (李久先等，2003)。

太平山國家森林遊樂區位於高山偏遠地區，日常營運有其不便利性，若沒有配套措施與管理制度，要求好的服務品質困難度較高。本研究希望藉由遊客對整體遊樂區的各項滿意度的表現，瞭解遊客對遊樂區的感受，診斷出服務缺口 (match gaps)，進而設法縮小經營管理者與遊客間認知上的差異，進而導引出遊樂區的改善空間與努力方向。

有關研究之流程以圖 1 表示之。

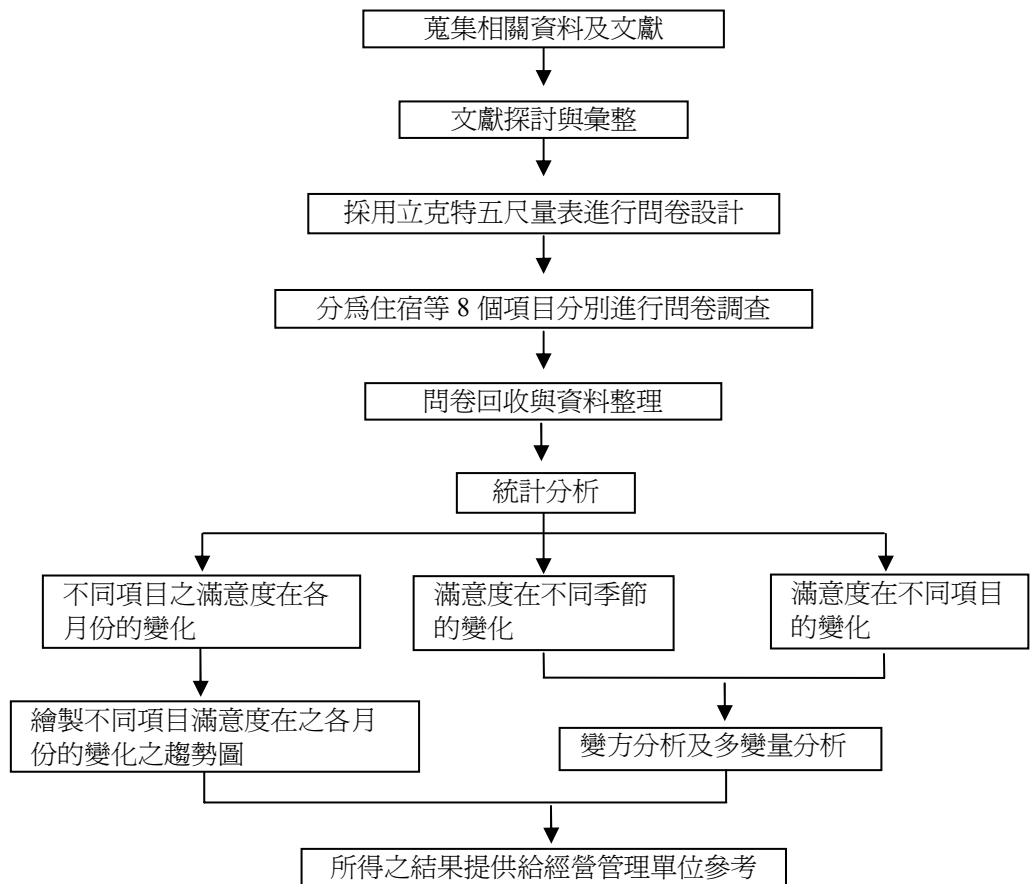


圖 1. 本研究之流程圖

Fig. 1. Flow chart of the study procedure.

1.問卷調查

本研究問卷調查時間自 2004 年 4 月至 2005 年 6 月計 15 個月，以住宿的遊客做為問卷的對象，共回收得 557 份問卷，其中有效問卷 544 份，無效問卷 13 份，有效問卷佔整體問卷的 97.7%。

2.研究架構

(1) 滿意度在各月份變化趨勢

將不同項目之滿意度在各月份的變化，繪製成不同項目滿意度在各月份的變化趨勢圖，以瞭解各項目之滿意度在時間序列的變化。

(2) 滿意度季節性變化

本研究利用 ANOVA 探討滿意度季節性變化，如經變方分析之結果呈現顯著則再採用多變域分析比較其在季節性的差異；如經

變方分析之結果呈現不顯著，則不再進行後續的分析比較。

(3) 滿意度在不同項目之差異性

本研究利用 ANOVA 探討滿意度在不同項目之差異性，如經變方分析之結果呈現顯著則再採用多變域分析比較其在季節性的差異；如經變方分析之結果呈現不顯著，則不再進行後續的分析比較。

四、結果與討論

(一) 滿意度在各月份變化趨勢

有關住宿、用餐、服務態度、遊樂設施、自然步道、景觀環境、環境衛生、收費等 8 個項目之滿意度，從 2004 年 4 月至 2005 年 6 月之趨勢，經分析之結果如圖 2-9 所示。

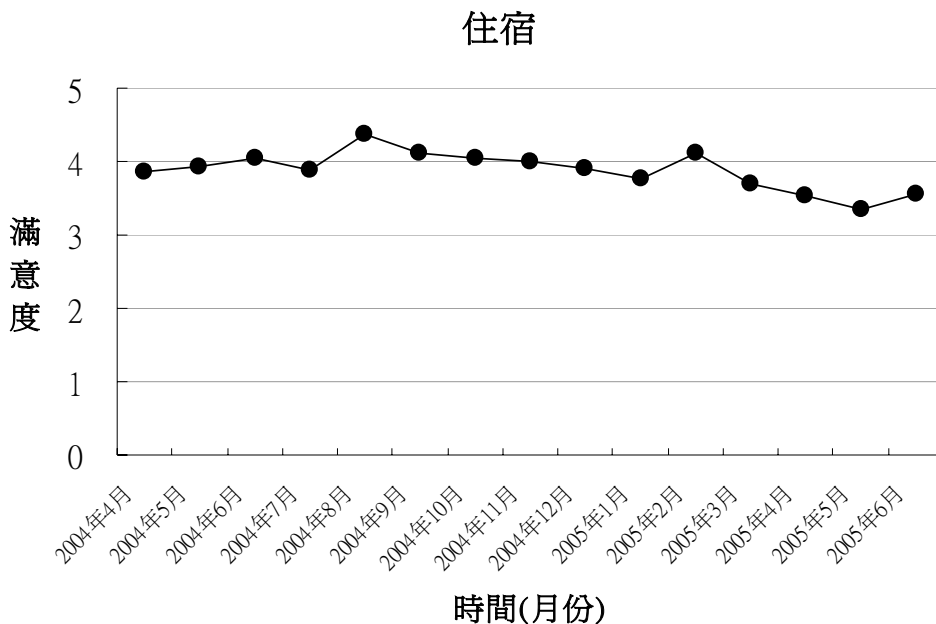


圖 2. 遊客在不同月份對於住宿之滿意度

Fig. 2. Satisfaction of visitors on hospice at different months.

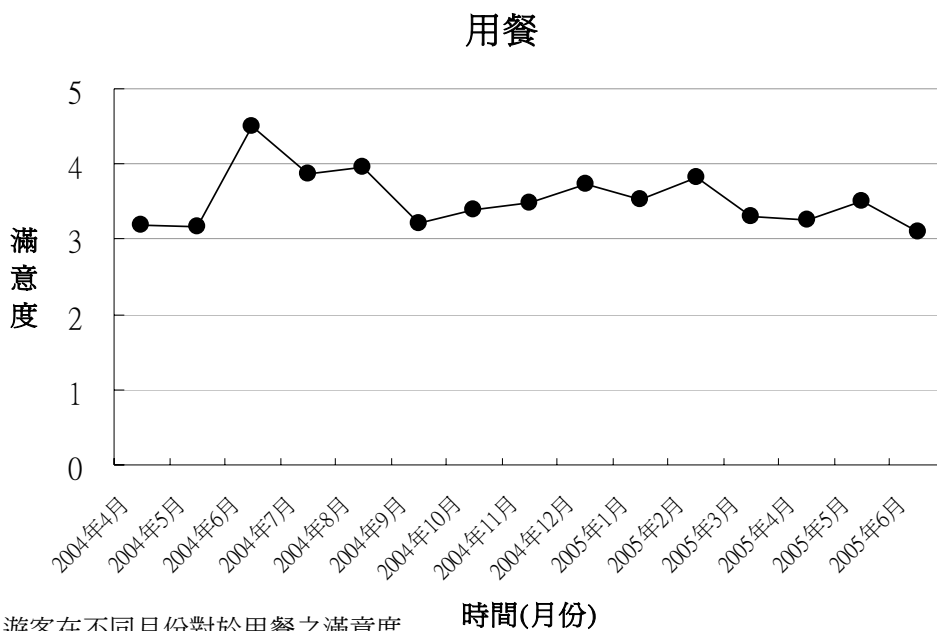


圖 3. 遊客在不同月份對於用餐之滿意度
 Fig. 3. Satisfaction of visitors on dining at different months.

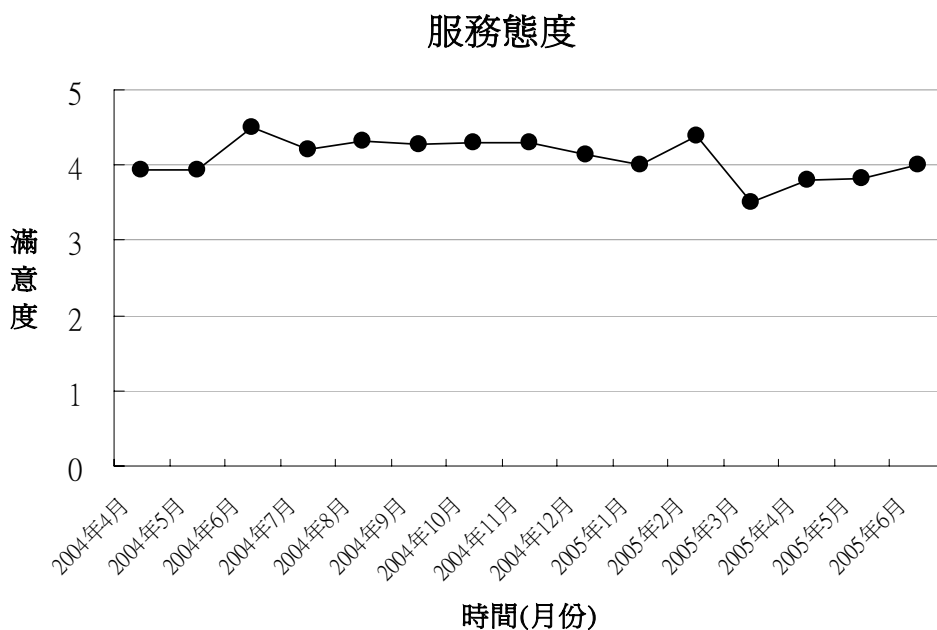


圖 4. 遊客在不同月份對於服務態度之滿意度
 Fig. 4. Satisfaction of visitors on service attitude at different months.

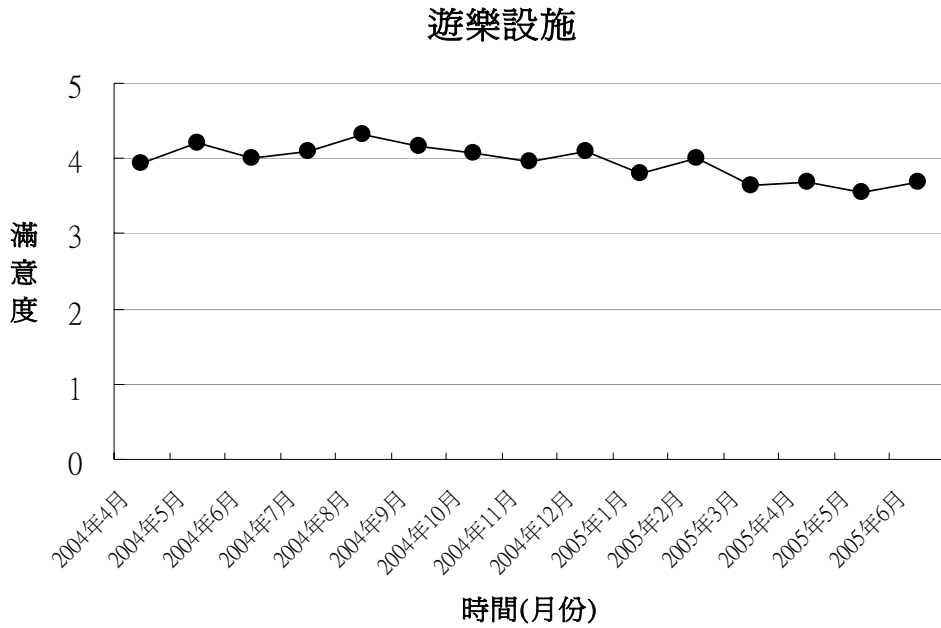


圖 5. 遊客在不同月份對於遊樂設施之滿意度

Fig. 5. Satisfaction of visitors on recreational facilities at different months.

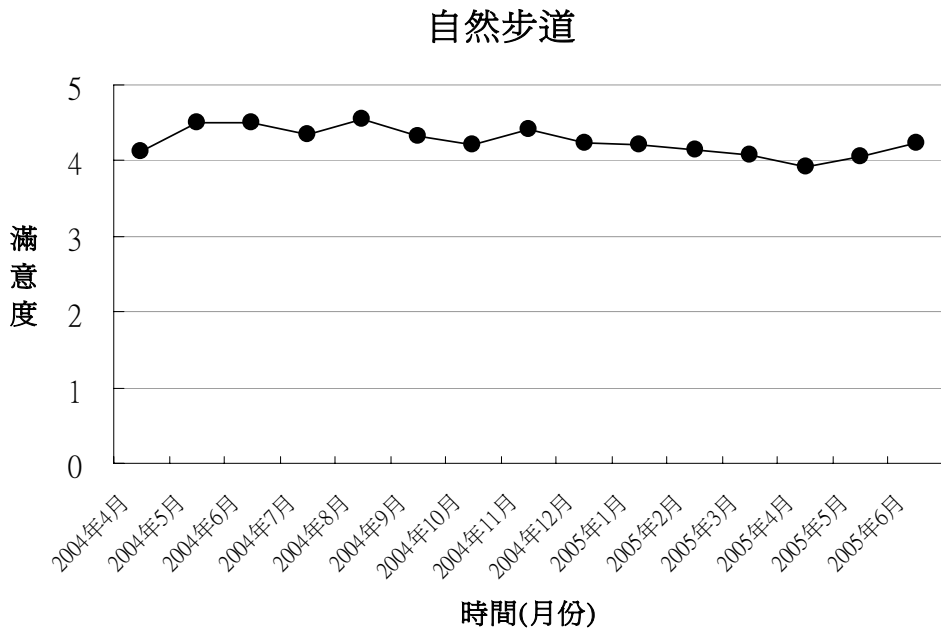


圖 6. 遊客在不同月份對於自然步道之滿意度

Fig. 6. Satisfaction of visitors on natural trails at different months.

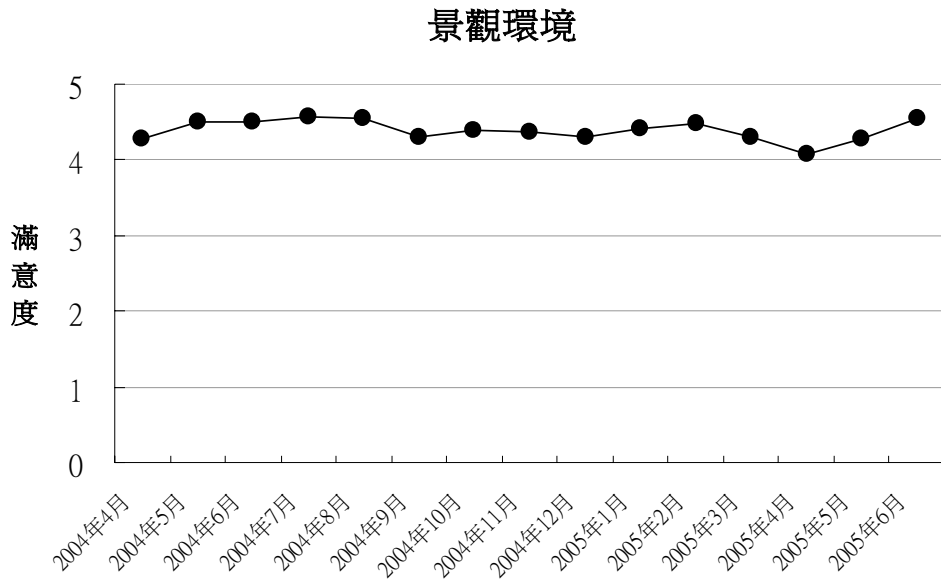


圖 7. 遊客在不同月份對於景觀環境之滿意度 時間(月份)

Fig. 7. Satisfaction of visitors on environmental landscape at different months.

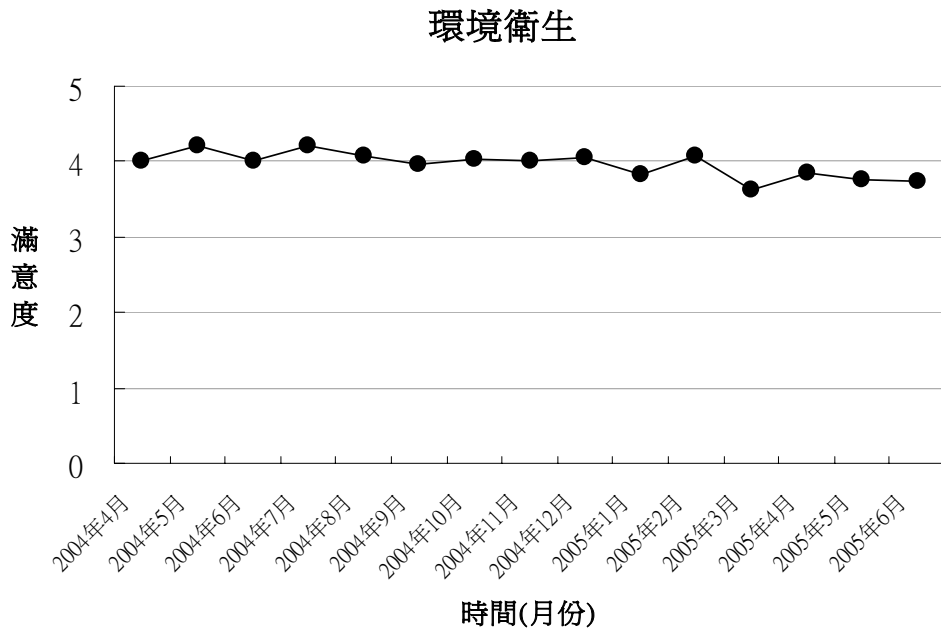


圖 8. 遊客在不同月份對於環境衛生之滿意度

Fig. 8. Satisfaction of visitors on sanitation at different months.

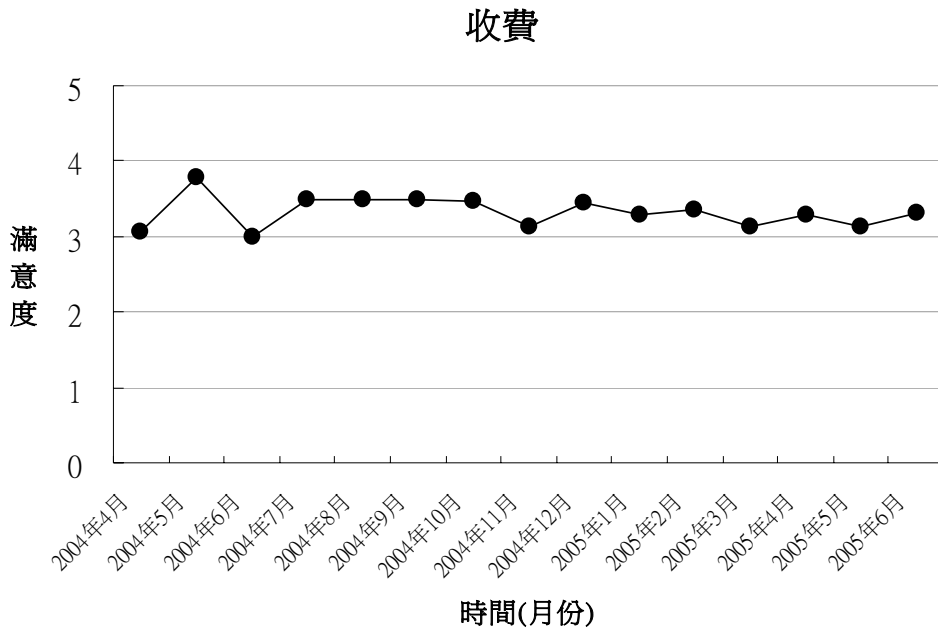


圖 9. 遊客在不同月份對於收費之滿意度

Fig. 9. Satisfaction of visitors on charges at different months.

由圖 2-9 之分析結果可得知『住宿』、『用餐』、『服務態度』、『遊樂設施』與『自然步道』之滿意度會隨不同的月份而有所消長。遊客對這些項目在 2004 年 6 月、7 月、8 月、及 2005 年 2 月評價較高。可能暑期及春節為太平山旺季，會大量投入工讀生、實習生參與服務，而森林志工也分佈於各據點，提供解說與導覽，經營單位並舉辦一連串的活動，影響遊客的觀感及增加遊憩體驗，致評價高於其他月份。

(2) 滿意度季節性變化

本研究利用 ANOVA 探討滿意度季節性變化，如經變方分析之結果呈現顯著則再採用多變域分析比較其在季節性的差異；如經變方分析之結果呈現不顯著，則不再進行後續的分析比較。結果如表 2 所示，各變項在季節性之變化均未達顯著，故不再進行後續分析。

(3) 滿意度在不同項目之差異性

有關滿意度在不同項目之差異性，經 ANOVA 結果，呈顯著性差異 ($F = 32.091, Sig = 0.00$)，以各項服務滿意度之變方分析，各項服務滿意度有顯著差異，為瞭解各項服務滿意度的差異性，本研究以 LSD 多變域統計測驗，所得如表 3：依序為 a.景觀環境 b.自然步道 c.服務態度 d.遊樂設施 e.環境衛生 f.住宿 g.用餐 h.收費。

景觀環境與自然步道滿意度最高，二項指標代表內遊憩資源控管在可接受的改變限度 (Limits of acceptable change, LAC)；服務態度也頗受肯定，顯示甄選訓練當地住民及最佳服務員的票選活動奏效；用餐及收費排名最後，顯現有改進的空間。

整體的滿意度，遊客對太平山國家森林遊樂區是持肯定的答案。

表 2. 不同季節在不同服務項目之變方分析

Table 2. ANOVA of services in different seasons.

	季節				統計值	
	春季	夏季	秋季	冬季	F 值	Sig.
住宿	3.80±0.250	3.76±0.29	4.18±0.18	3.89±0.12	2.225	0.142
用餐	3.40±0.29	3.60±0.58	3.52±0.38	3.58±0.14	0.235	0.870
服務態度	3.09±0.37	4.09±0.27	4.29±0.02	4.14±0.15	1.380	0.300
遊樂設施	3.82±0.18	3.91±0.28	4.19±0.12	3.95±0.15	1.921	0.185
自然步道	4.25±0.19	4.48±0.12	4.41±0.12	4.36±0.60	2.272	0.137
景觀環境	4.28±0.17	4.48±0.12	4.41±0.12	4.36±0.60	1.819	0.202
環境衛生	3.89±0.14	3.35±0.31	3.48±0.01	3.29±0.16	0.375	0.773
收費	3.21±0.14	3.35±0.31	3.48±0.01	3.29±0.16	0.968	0.442

表 3. 不同服務項目間之 LSD 測驗

Table 3. Compared services by LSD test.

	滿意度
住宿	3.8813±0.27 ^a
用餐	3.5347±0.38 ^b
服務態度	4.0907±0.27 ^{cc}
遊樂設施	3.9460±0.23 ^{ac}
自然步道	4.2560±0.18 ^{ef}
景觀環境	4.3900±0.14 ^{df}
環境衛生	3.9640±0.17 ^{ac}
收費	3.3247±0.21 ^g

五、結論

綜合上述問卷調查分析的結果，整體而言，遊客對太平山國家森林遊樂區的經營管理是持正面肯定的看法，此點可由大多數遊客反應幾乎傾向滿意狀態表示。然亦有部份遊客對遊樂區的負面體驗，是經營管理者不容忽視之服務缺陷所在。應認真檢討問題之所在並設法改善，以彌補服務品質的五大缺口（認知、設計、執行、溝通、傳遞），才能提升重遊率。

另從問卷調查表中遊客的留言，也發現部份動態性的服務品質穩定性仍不夠，例如服務員的態度與專業程度、蹦蹦車的時間性、容納量與安全性、遊樂設施不當使用或因氣候變化所造成的意外、防潮措施、衛生清潔...等，儘管存在有不可控制因素，但仍是未來可努力的

方向。因此提出以下幾點建議：

1. 結合民眾的需求及資源永續發展，研訂生態旅遊長期經營管理計畫，導引遊客對於自然體驗的森林遊樂區與一般觀光風景區不一樣的感受。
2. 研擬讓消費者一次付清所要消費的各項服務費用，避免有不斷花錢的感覺。
3. 住宿遊客附帶供應晚餐及早餐，此已能掌控遊客量，高山區溫度低，可將合菜改為保暖式自助餐，研擬養生風味餐，依時節提供多樣化的菜色交互使用。
4. 住宿房間之清潔維護及服務，要有專人值勤、稽核，相關設施之使用方法應予標明。
5. 持續辦理員工在職訓練，提昇服務品質，並獎勵員工士氣。

6. 重視遊客的建議，建立一開放式的服務品質改善機制，由員工自我監控、配合森林志工輪流稽核，及時反應處理，設法降低遊客抱怨率；使服務作業能貼近不同消費族群的消費認知，滿足各式各樣旅遊的需求。
7. 太平山國家森林遊樂區雖已通過 ISO 國際認證，有一定的服務作業標準，但亦有可能誤導服務人員降低服務的彈性，而無法提供遊客化的服務。
8. 透過遊客的建議事項，彙整出重複率較高的服務缺失進行檢討與改善，並賦予服務人員應變權限，以期有更多的服務創新。

六、參考文獻

- 王偉哲、賴美蓉 (1997) 遊客在休閒農業區中從事遊憩活動之遊憩動機、體驗與滿意度之探討。1997 年休閒、遊憩、觀光研究成果研討會。9-26 頁。
- 何雍慶、蘇雲華 (1995) 服務行銷領域顧客滿意模式及服務品質模式之比較研究。輔仁管理評論 2(2)：37-64。
- 李皇照 (1996) 記帳農戶對農產運銷施政措施之認知與滿意度調查研究。農產運銷 110：1-17。
- 李久先、顏添明、曾聰堯 (2003) 全民造林運動私有林主滿意度之研究－以台中縣為例。林業研究季刊 25(3)：11-26。
- 李銘輝 (1991) 遊憩需求與遊客行為特性之探討。戶外遊憩研究 4(1)：17-33。
- 周泰華、黃俊英、郭德賓 (1999) 服務品質與顧客滿意評量模式之比較研究。輔仁管理評論 6(1)：37-67。
- 林淑晴 (1988) 從環境知覺探討垃圾對遊憩體驗的影響-以日月潭為例。國立中興大學園藝研究所碩士論文。
- 林務局 (2006) 太平山國家森林遊樂區。
<http://tps.forest.gov.tw/>
- 林喻東、高君邁 (2004) 運用集群區隔模式於搭乘阿里山登山火車遊客之市場區隔研究。林業研究季刊 26(4)：11-28。
- 林慧芳 (2000) 民眾對航空噪音補助政策滿意度影響因子之研究。國立台灣師範大學衛生教育研究所博士論文。
- 唐麗英、胡安華 (1996) 滿意度模式建立與滿意度構面確認之研究。交大管理學報 16(1)：55-74。
- 張春興 (1996) 教育心理學。台北：東華書局。291-296 頁。
- 郭德賓、周泰華、杜富燕 (2000) 服務業顧客滿意評量方法之重新檢驗。臺大管理論叢 11(1)：103-132。
- 陳桓敦、李賢昇 (2001) 基隆碧砂觀光漁港遊客滿意度調查之研究。中國海事商業專科學校學報。93-113 頁。
- 陳淑娟 (1999) 機場附近居民對航空噪音防治補助措施之滿意度及相關因素研究。國立台灣師範大學衛生教育學系碩士論文。6 頁。
- 曾憲惠 (1994) 台灣地區記帳農戶對政府農業政策之認知與滿意度研究。國立中興大學農產運銷研究所碩士論文。
- 黃俊英、林義屏、董玉娟 (1999) 非營利組織顧客滿意模式之研究-以台南捐血中心為例。亞太管理評論 4(3)：323-339。
- 黃恆獎、李佳璋 (1997) 產品績效指標、消費滿意度及購後行為之整合分析。臺大管理論叢 8(1)：25-58。
- 歐聖榮、黃佳盛 (1997) 公園使用者對台中市鄰里公園植栽滿意度之研究。興大園藝 31：131-141。
- 謝錦堂 (2000) 上櫃公司經營變革績效滿意度之研究－期望差距模型之應用。亞太管理評論 5(1)：117-135。
- Anderson, R. E. (1973) Consumer Dissatisfaction: The Effect of Disconfirmed Expectancy on Perceived Product Performance. *Journal of Marketing Research* 10:38-44.
- Brown, P. J., B. L. Driver and C. McConnell

- (1978) The opportunity spectrum concept and behavioral information in outdoor recreation resource supply inventories: background and application. In: Integrated inventories of renewable natural resources: proceedings of the workshop. USDA For. Ser. Gen. Tech. Rep. RM-55.
- Dann, G. M. S. (1981) Tourist motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research* (8):187-192.
- Day, L. R. (1984) Modeling Choices among Alternative Responses to Dissatisfaction. In: *Advance in Consumer Research*, Tomas C. Kinnear (ed.), Provo UT: Association for Consumer Research 11:496-499.
- Hunt, H. K. (1977) "CS/D-Overview and Future Research Direction" In: H. Keith Hunt (ed.), *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction* Cambirdge, MA: Marketing Science Institute p.459-460.
- Kotler, P. (2000) *Marketing Management*. Prentice-Hall, Inc.
- Manning, R. E. (1985) Diversity in a democracy. Expanding the recreation opportunity spectrum. *Leisure Science* 7(4):377-399.
- Oliver, R. L. (1980) A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research* 17:460-469.
- Oliver, R. L. (1981) Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings. *Journal of Retail* 5(3):25-48.
- Oliver, R. L. (1993) A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction: Compatible Goals, Different Concept Advances in *Services Marketing and Management* 2:65-85.
- Oliver, R. L. and W. O. Bearden (1985) Dissatisfaction Process Consumer Evaluations in Product Usage. *Journal of Business Research* 13:235-246.
- Olshavsky, R. W. and J. A. Miller (1972) Consumer Expectations, Product Performance, and Perceived Product Quality. *Journal of Marketing Research* 9:19-21.