

奧萬大國家森林遊樂區行銷研究

蕭鈴珍、何偉真；邊瑞芬

E-mail: 9601122@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究旨在探討奧萬大國家森林遊樂區遊客對行銷之反應，並對相關意見做統計分析與討論，歸納出奧萬大國家森林遊樂區遊客在行銷上之意向，作為管理機關參考，並供做未來行銷之運用。本研究以奧萬大森林遊樂區遊客為問卷訪問對象，進行遊客問卷調查。所得資料以次數分析、t 檢定、單因子變異數分析等進行各項統計分析後，得到以下的研究發現：1. 不同背景遊客在行銷組合方案4P 上有顯著差異。2. 不同背景遊客在通路與價格之滿意度上有顯著差異。3. 不同背景遊客在不同旅遊特性上有顯著差異。4. 不同旅遊特性在通路與價格之滿意度上有顯著差異。根據本研究在奧萬大國家森林遊樂區所做行銷研究的發現，提供奧萬大國家森林遊樂區之經營單位做行銷規劃之參考，希冀能藉此提昇國內森林遊樂區之旅遊品質，因而增進國人對森林遊樂區之喜愛，進而學習環境保護之重要，共同維護地球資源。

關鍵詞：奧萬大國家森林遊樂區；行銷組合方案；顧客滿意度

目錄

| | | | | | |
|-----------------------------|-----|----------------------------|----|-------------------|----|
| 封面內頁 簽名頁 授權書..... | iii | 中文摘要..... | iv | 英文摘要..... | v |
| 誌謝..... | v | 目錄..... | vi | 圖目錄..... | ix |
| 第一章緒論 第一節研究背景..... | 1 | 第二節研究動機..... | 1 | 第三節研究目的..... | 3 |
| 第二章文獻探討 第一節森林遊樂區..... | 3 | 第二節研究地區-奧萬大國家森林遊樂區之概況..... | 7 | 第三節行銷研究之相關概念..... | 10 |
| 第四章研究結果與討論 第一節正式問卷發放範圍..... | 23 | 第二節信度分析..... | 26 | 第三節遊客背景樣本分析..... | 27 |
| 第五章結論與建議 第一節結論..... | 59 | 第二節建議..... | 65 | 參考文獻..... | 78 |
| 附錄..... | 83 | | | | |

參考文獻

1. 王鑫(1998)。生態旅遊的經驗與本土做法。生態旅遊推廣講義。
2. 王鑫(2000)。生態旅遊與永續旅遊。台大地理環境資源學系。
3. 王國瑞(1999)。森林遊樂。台北市:正中。
4. 王麗娟、謝文豐(2000)。生態保育。台北市:揚智文化。
5. 方世榮(1998)。行銷學。台北市:三民書局股份有限公司。
6. 台灣省交通處旅遊事業管理局(1986)。奧萬大森林遊樂區規劃。
7. 李貽鴻(1995)。觀光行銷學。台北市:五南。
8. 沈進成、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。南華大學旅遊事業管理研究所。
9. 何森元(2002)。探索林務局推動環境教育現況及未來發展需求。國立臺灣師範大學環境教育研究所碩士論文。
10. 周文賢(1998)。行銷管理:市場分析與策略規劃。台北大學行銷管理上課講義。
11. 邱麗珠(1998)。結合城市行銷理念之規劃程序研究。成功大學都市計畫研究所碩士論文。
12. 邱博賢(2003)。觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究-以宜蘭地區四大休閒農場為例。世新大學觀光研究所碩士論文。
13. 洪世全(1995)。服務品質、服務價值與顧客滿意度的關係。國立台灣大學商學院研究所碩士論文。
14. 洪慎憶(1995)。影響遊客對生態旅遊態度因子之探討-以陽明山國家公園為例。國立臺灣大學園藝學研究所碩士論文。
15. 柯嘉鈞(2003)。生態旅遊經營管理策略之研究。國立中興大學園藝學系碩士論文。
16. 范振德(2005)。提升奧萬大國家森林遊樂區服務品質之研究。行政院農委會林務局。
17. 莊翰華(1998)。都市行銷理論與實務。台北:建都文化事業。
18. 郭瓊瑩(1997)。生態旅遊與風土觀光-找尋失落的休閒倫理。1997 休閒、遊憩、觀光研究成果研究會。
19. 郭瓊瑩(2003)。「自永續森林發展看台灣森林遊樂區之成長與蛻變」。私立中國文化大學環境設計學院景觀學系、所長兼系主任。
20. 張逸民(1999)譯。Kotler, P. & Armstrong, G.。行銷學。華泰文化事業。
21. 陳光榮(1999)。淺讀行銷。萬能學報。
22. 黃俊英(1997)。行銷學。台北市:華泰文化。
23. 黃俊英(2000)。行銷管理-策略性的觀點。台北市:華泰文化。
24. 楊冠政(1997)。環境教育。台北市:明文書局。
25. 陳炳輝(2003)。遊客環境態度對生態旅遊影響之研究。以大雪山

森林遊樂區生態旅遊為例。朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。 26. 黎孟修(2002)。原住民對森林遊樂區開發認知之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。 27. 諸葛俊(2001)。中國大陸環渤海地區都市行銷策略之研究-以大連市為例。中山大學公事所碩士在職專班碩士論文。 1. Ansoff, H. I. (1984). *Implanting Strategic Management*. Prentice Hall Englewood Cliff, N.Y. 2. Baker, D. A. & Crompton, J.L. (2000). Quality, satisfaction behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*. 3. Drucker, P. (1973). *Management:Tasks, Responsibilities,Practices*. New York:Harper & Row, PP.64-65. 4. Etzel, M. J. Walker, B. J. & Stanton, W. J. (2001).*Marketing12/e*, Boston:McGraw-Hill Irwin. 5. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer. The Swedish experience. *Journal of Marketing*. 6. Fornell, C. & Wernerfelt, B. (1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management : A theoretical analysis. *Journal ofMarketing Research*. 7. Hempel, D. J. (1977). Consumer satisfaction with the home buying process:Conceptualization and measurement. In H. K. Hunt (ed.), *The conceptualization of consumer satisfaction and dissatisfaction*. Cambridge,Massachusetts:Marketing Science Institute. 8. Kolter, P. Jr. (1982). *Marketing For Nonprofit Organizations*. N. Y.Prentice-Hall. 9. Kolter, P. Jr. (1986). *Principles of Marketing, Third Edition*, Englewood Cliff, NJ:Prentice Hall. 10. Kolter, P. Jr. (1997). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control* (ed.), Chicago:Prentice-Hall. 11. Kolter, P. Jr. (2000). *Marketing Management, 10th ed*. Upper Saddle River,NJ:Prentice Hall. 12. Laarman, J.G. & Gregersen, H.M. (1996). Pricing policy in nature-based tourism. *Tourism Management*. 13.McCarthy, E. J & Perreault, W. D. (1994). *Essentials of arketing: A Global Managerial Approach* 14. Oliver, R. L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute based of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*, 20(December). 15. Parker, C. & Mathews, B. P. (2001). *Marketing Intelligence and Planning*.Brad Ford.Vol.19, Iss.1, pp.38. 16. Pride, W. M. & Ferrel, O. C. (2000). *Marketing:Concepts and Strategies*,Boston:Houghton Mifflin. 17.Westbrook, R. A. & Oliver, R. L. (1980). Developing better measures of consumer satisfaction:Some preliminary result. In K. B. Monroe, (ed.),*Advances in Consumer Research*. 18.Woodside, A.G. & Lysonski, S. (1990). A general model of traveler destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17, pp.432-448. 19.Western, D. (1993). Defining ecotourism. In:K. Lindberg and D.E. Hawkins(ed.), *Ecotourism:a Guide for Planners and Managers*. The Ecotourism Society.