

# 縣休閒農業觀光意象之研究

蔡政郎、李俊憲

E-mail: 322205@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究藉由問卷調查與分析，了解遊客、業者本身對休閒農業之觀光意象認知情形，並探討觀光意象對遊客、經營者之影響性與其間關係。本研究綜合休閒農業觀光意象相關文獻及實證研究，歸納台中縣休閒農業觀光意象包括：「空間組成元素」、「遊憩吸引力」、「服務品質」、「經營風格」、「負面形象」等五個屬性。本研究採問卷調查法，以台中縣為研究範圍，研究地點則選定已立案之19家休閒農場與5個休閒農業區遊客與經營者為調查對象，有效問卷共540份經回收問卷531份回收率為98%。其有效問卷531份有效率達100%。研究結果顯示：遊客以女性居多，年齡近八成集中於36歲至65歲間，有九成是中高學歷，從事行業逾半是「服務業」及「軍、公、教人員」，居住地以中部者較多，距離遠近是遊客出遊考量因素之一，旅遊次數以第四次(含)以上居多，顯示重遊意願高，主要資訊來源大多來自家人或親戚，代表口碑推薦還是較多，業者大多是土生土長在地人，以男性青壯派較多且學歷大半具大專以上程度。就整體五個觀光意象構面而言，前往台中縣休閒農場/農業區之遊客，其觀光意象以「服務品質」最高，顯然消費者及經營業者雙方對「服務品質」的需求和認知是一致的。在觀光意象各子題中，以「螢火蟲自然生態」為最高意象，其後為「林相花海」。最後本研究將前述分析結果彙整，以作為休閒農業經營業者與相關單位之參考依據。

關鍵詞：意象、觀光意象、休閒農業、休閒農業區

## 目錄

|                  |     |                  |     |
|------------------|-----|------------------|-----|
| 中文摘要             | iii | 英文摘要             | iii |
| iv 誌謝辭           |     | vi 內容目錄          |     |
| vii 表目錄          |     | ix 圖目錄           |     |
| xi 第一章 緒論        | 1   | 第一節 研究背景與動機      | 1   |
| 1 第二節 研究目的       | 7   | 第三節 研究問題         | 7   |
| 8 第四節 研究範圍與對象    | 8   | 第五節 研究限制         | 8   |
| 9 第六節 重要名詞解釋     | 10  | 第二章 文獻回顧         | 10  |
| 11 第一節 意象與觀光意象理論 | 11  | 第二節 休閒農業發展       | 11  |
| 20 第三節 相關實證研究    | 37  | 第三章 研究方法         | 37  |
| 42 第一節 研究架構      | 42  | 第一節 研究假設         | 42  |
| 43 第三節 研究工具設計    | 43  | 第二節 抽樣方法         | 43  |
| 48 第五節 統計方法分析    | 48  | 第四章 資料分析         | 48  |
| 與設計              | 48  | 第一節 樣本描述性統計分析    | 50  |
| 與討論              | 50  | 第二節 假設驗證         | 57  |
| 假設驗證             | 57  | 註釋               | 71  |
| 結論與建議            | 72  | 第五章              | 72  |
| 第二節 研究建議         | 80  | 第一節 研究結果摘要       | 72  |
| 參考文獻             | 82  | 第三節 後續研究建議       | 80  |
|                  |     | 附錄A 休閒農業觀光意象問卷調查 | 96  |

## 參考文獻

一、中文部分 王姿婷(2005)，溫泉遊憩區觀光意象與遊客滿意度之研究 以高雄縣六龜鄉寶來、不老溫泉為研究對象，私立南台科技大學休閒事業管理研究所出版之碩士論文。王春熙(2003)，台灣休閒農業經營發展之研究，國立台灣大學農業經濟學研究所出版之博士論文。王逸峰(2006)，觀光行銷學，台北：偉華。台中縣政府(2004)，德國休閒農業出國考察報告書，台中：台中縣政府。台中縣農會(2007)，台中縣休閒農業之旅，台中：著者發行。行政院農業委員會(2007a)，發展休閒農業營造魅力農村，台北：行政院農業委員會。行政院農業委員會(2009b)，精緻農業健康卓越方案，台北：行政院農業委員會。江榮吉(1994)，台灣休閒農業發展，台灣經濟，30(4)，27-37。吳同權(2008)，台灣優勢農業的發展(科經研，No. 097-014)，台北：國家政策研究基金會。吳存和(2008)，台灣休閒農場經營現況與面臨問題之探討[線上資料]，來源：國立員林高級農工職業學校，<http://www.ylvs.chc.edu.tw/administration/ylvs201/yl200/paper970215/07-management/66-1-%A5x%C6W%A5%F0%B6%A2%B9A%B3%F5%B8g%C0%E7%B2%AApBBP%AD%B1%C1%BD%DD%C3D%A4%A7%B1%B4%B0Q-%A7d%A6%A9M.doc> [2008, February 15]。吳佩

芬(1997), 主題園遊客對主題意象認知之研究—以六福村主題遊樂園為例, 私立逢甲大學土地管理研究所未出版之碩士論文。李奇樺(2003), 休閒農業形象整合行銷傳播之研究 - 以宜蘭縣休閒農業為例, 私立世新大學觀光研究所未出版之碩士論文。沈慧聲(1998), 人際傳播學, 台北:揚智公司。宜蘭縣政府(2001a), 休閒農業暨特殊教育報告, 宜蘭:宜蘭縣政府。宜蘭縣政府(2001b), 考察德國休閒農業暨特殊教育報告, 宜蘭:宜蘭縣政府。宜蘭縣政府(2002c), 考察荷蘭德國休閒農業、環境保育暨城鄉規劃報告, 宜蘭:宜蘭縣政府。宜蘭縣政府(2002d), 德國休閒農業、環境保育暨城鄉規劃報告, 宜蘭:宜蘭縣政府。林妙娟(2000a), 我所看到的德國休閒農業, 花蓮區農業專訊, 32, 25-27。林妙娟(2003b), 休閒農業談日本稻草應用之文化, 花蓮區農業專訊, 43, 16-20。林佳慧(1997), 國民旅遊目的地形象之研究, 國立台灣大學商學研究所未出版之碩士論文。林宗賢(1996), 日月潭風景區旅遊意象及視覺景觀元素之研究, 私立東海大學景觀學研究所未出版之碩士論文。林欣瑩(2006), 認知與溝通, 台北:台北光啟高中。林威呈(2001), 台灣地區休閒農場假日遊客旅遊行為之研究, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。林若慧, 陳澤義, 劉瓊如(2003), 海岸型風景區之旅遊意象對遊客行為意圖之影響 - 以遊客滿意度為中介變數, 戶外遊憩研究, 16(2), 1-22。邵恬宜(2001), 東京、大阪大學生對台灣觀光形象認知之研究, 國立交通大學經營管理研究所未出版之碩士論文。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, 私立世新大學觀光研究所未出版之碩士論文。侯錦雄, 莊士瑩(1998), 攤販與遊憩體驗之關係—以松柏嶺受天宮為例, 東海學報, 39(6), 63-80。段兆麟(2007), 臺灣休閒農業回顧與未來發展策略, 農政與農情, 177, 64-70。容繼業, 張凌翔, 陳怡如(2002), 歐洲地區旅遊目的國觀光意象認知之研究—以台灣地區綜合旅行業為例, 收於國立高雄餐旅學院編, 2002觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會, 高雄:國立高雄餐旅學院。徐光國(1996), 社會心理學, 台北:五南。胡忠一(2003), 日本觀光休閒農業內涵與發展方向, 收於中國農業經營管理學會編, 中日國際休閒農業研討會會議實錄(pp. 3-15), 宜蘭:中國農業經營管理學會。栗志中(2000), 主題園遊客遊憩行為與意象關聯之研究, 私立朝陽大學企業管理研究所未出版之碩士論文。張春興(1989a), 心理學, 台北:三民。張春興(2004b), 現代心理學, 台北:東華出版社。張春興, 林清山(1999), 教育心理學, 臺北市:臺灣東華。張紋菱(2006), 主題園遊客旅遊動機、觀光意象與忠誠度關係之研究, 以月眉探索樂園為例, 私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。曹勝雄, 林若慧, 邱新雅, 范文嘉(2002), 旅遊意象、旅遊滿意度與重遊意願之關係研究, 收於國立高雄餐旅學院編, 第二屆觀光休閒暨餐旅產業永續經營研討會論文集(pp. 65-77), 高雄:國立高雄餐旅學院。許承宏, 蔡秉義(2003), 書寫系統與認知結構:認知心理學與神經語言學的發現, 網路社會學通訊期刊, 34, 34-37。陳信榕(2004), 德國休閒農業出國考察報告書, 台中:臺中縣政府農業局。陳昭郎(2003a), 休閒農業經營合法化問題探討, 收於國立台灣大學農業推廣學系編, 休閒、文化與綠色資源論壇論文集(上), 台北:國立台灣大學農業推廣學系。陳昭郎(2009b), 休閒農業概論, 台北:全華。陳皎眉(2004), 人際關係與人際溝通, 台北:雙葉書廊。陳惠美(2001a), 九二一地震對於觀光市鎮景觀意象衝擊之研究, 收於中華民國戶外遊憩學會暨靜宜大學觀光系編, 2001休閒、遊憩、觀光研究成果研討會論文集(II)(pp. 145-160), 台中:中華民國戶外遊憩學會暨靜宜大學觀光系。陳惠美(2004b), 休閒農場旅遊意象與景觀知覺對於旅遊滿意度之影響, 收於中華民國造園學會暨台灣大學園藝系編, 第五屆造園景觀與環境設計成果研討會(pp. 55-60), 台北:中華民國造園學會暨台灣大學園藝系。陳逸珊(2008), 從生態旅遊的觀點探討大樹鄉休閒農業發展之要因, 私立義守大學土木與生態工程學系碩士班未出版之碩士論文。游文宏(2008a), 台灣休閒農業發展策略, 台北:台灣休閒農業發展協會。游文宏(2008b), 田園交響[線上資料], 來源:台灣休閒農業發展協會, [http://big5.am765.com/zt/ztkb/200805/t20080503\\_351285.htm](http://big5.am765.com/zt/ztkb/200805/t20080503_351285.htm) [2008, May 3]。黃章恆(2005), 生活型態與渡假村觀光意象之研究 - 以台糖尖山埤江南渡假村為例, 私立靜宜大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。楊文燦, 曾良宇, 李艾琳(1999), 旅遊意象與旅遊偏好之關係 - 以台中縣集集鎮為例, 收於中華民國戶外遊憩學會編, 1999年休閒、遊憩、觀光研究成果研討會論文集, 台中:中華民國戶外遊憩學會。楊安琪(2006), 休閒農業產品及服務、屬性、利益及個人價值影響關係研究 - 以嘉義農場生態渡假玩國為例, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。葉重新(2000), 心理學(2版), 台北:心理。農村經濟(2009), 日本都市農業的發展做法[線上資料], 來源:南京市農林局, <http://zw.njaf.gov.cn/col1/col16/folder1553> [2009, February 5]。雷鳴(2009), 日本觀光農業旅遊經濟的發展及啟示[線上資料], 來源:公平易文秘書資料網, <http://www.govyi.com/lunwen/2009/200902/297094.shtml> [2009, February 21]。廖友吟(2003), 泰國全備旅遊產品使用者之旅遊風險、觀光目的地形象認知與旅遊型態、購後行為關係之研究, 私立世新大學觀光研究所未出版之碩士論文。廖建宏(1998), 亞太地區旅遊目的國形象與旅遊意願關係之研究, 私立中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。蔡曉娟(1999), 消費者對國際速食連鎖餐廳意象認知之研究, 私立中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。劉柏瑩(2001), 日月潭國家風景觀光意象之探討, 收於中華民國戶外遊憩學會編, 2001休閒遊憩觀光研究成果研討會, 台中:中華民國戶外遊憩學會。劉柏瑩, 黃章展(2001), 日月潭國家風景區觀光意象之評估, 收於中華民國戶外遊憩學會編, 2001休閒遊憩觀光研究成果研討會論文集(I)(pp. 76-88), 台北:中華民國戶外遊憩學會。劉欽泉(1995), 台灣與德國休閒農業之比較, 台灣土地金融季刊, 32(2), 177-193。劉欽泉, 鄭蕙燕(1995), 台灣地區休閒農場遊憩經濟效益之估測, 台灣經濟, 228, 57-65。鄭健雄(2005a), 休閒農業與鄉村度假的發展, 收於台灣休閒農業學會編, 休閒農業定位暨發展方向學術研討會, 台北:台灣休閒農業學會。鄭健雄(2008b), 兩岸休閒農業發展的結構性差異, 台灣休閒農業會訊, 10, 28-29。鄭健雄, 陳昭郎(1996), 休閒農場經營策略思考方向之研究, 農業經營管理年刊, 2, 123-144。鄭詩華(1994), 農場經營診斷手冊, 台中:國立中興大學農業經濟研究所。鄭蕙燕, 劉欽泉(1995), 臺灣與德國休閒農業之比較, 臺灣土地金融季刊, 32(2), 177-193。蕭如妙(2005), 影響遊客對農村酒莊觀光意象因素之研究 - 以樹生酒莊為例, 私立靜宜大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。錢小鳳(2005), 台灣休閒農業發展現況與市場行銷, 台北:臺北市農會。謝淑芬(1994), 觀光心理學, 台北:五南出版社。顏建賢(2006), 農業和鄉村發展的藍海策略, 農政與農情, 167, 51-56 藤田武弘, 楊丹妮(2009a), 休閒農業的可能性--農林水產業區域再生的方法與政策[線上資料], 來源:上海農業網, <http://www.shac.gov.cn/> [2009, April 28]。藤田武弘, 楊丹妮(2009b), 休閒農業發展之日本借鑒, 農村工作通訊, 7, 77-93。蘇影倫(2006), 國際觀光客對台灣觀光夜市之觀光意象、旅遊體驗與旅遊購後行為關係之研究, 私立銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。饒見維(1994), 知識場論:認知思考與教育的統合理論, 台北:五南圖書出版公司。二、英文部分 Anand, P., Holbrook, M. B., & Stephens, D. (1988). The Formation of effective Judgments: The Cognitive Affective Model versus The

Independence Hypothesis. *Journal of Consumer Research*, 15, 386-391. Baloglu, S., & Brinberg (1997). Affective images of tourism destination. *Journal of Travel Research*, 35(4), 11-15. Baloglu, S., & Mangalolu, M. (2001). Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by Us-based tour operators and travel agents. *Tourism Management*, 22, 1-9. Bandura, A. (1980). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 8, 122-147. Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31, 657-681. Boulding, K. E. (1956). *The image: Knowledge and life in society*. Michigan: University of Michigan Press. Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that Image. *Journal of Travel Research*, 17(4), 18-23. Dichter, E. (1985). What ' s in an Image. *The Journal of Consumer Marketing*, 20, 75-81. Dobni, & Zinkhan (1990). In Search Of Brand Image: A Foundation Analysis. *Advances in Consumer Research*, 17, 110-119. Dowling, G. R. (1988). Measuring corporate image: A review of alternative. *Journal of business research*, 17, 27-34. Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991a). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2-12 Echtner, C. M., & Ritche, J. R. B. (1993b). The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of Travel Research*, 31(3), 3-13. Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective , first time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16. Gartner, W. C.(1993). Image Formation Process. In M. Uysal & D. R. Fesenmaier (Eds.), *Communication and Channel Systems in Tourism Marketing* (pp. 191-215), New York: Haworth. Gensch, D.C. (1978). Image-Measurement Segmentation. *Journal of Marketing Research*, 13(2), 40-56. Gunn, C. A. (1972a). *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. Austin: University of Texas. Gunn, C. A. (1988b). *Vacationscapes: Designing Tourist Regions*. New York: Van Nostrand Reinhold. Holbrook, M. B. (1978). Beyond Attitude Structure: Toward the Informational Determinants of Attitude. *Journal of Marketing Research*, 15, 545-556. Hunt, J. D. (1975). Image as a Factor in Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 13(3), 1-7. Jenkins, O. H. (1999). Understanding and Measuring Tourist Destination Images. *International Journal Of Tourism Research*, 1, 1-15. Kotler, P., Brown, J., & Makens, J. (1996). *Marketing for hospitality and tourism*. New Jersey: prentice-hall. Lynch, K. (1960). *The Image of the city*. Massachusetts: Cambridge MIT Press. McClellan, T. (1998). Tourism marketing-A question of perception. *Journal of Vacation Marketing*, 4(4), 408-414. Middleton, E. (1998). *Falvonoids in the Living System*. New York: Plenum Press. Milman, A., & Pizam, A. (1995). The Role of Awareness and Familiarity With a Destination: The Central Florida Case. *Journal of Travel Research*, 33(3), 21-27. Moutinho, L. (1987a). Consumer Behavior in Tourism European. *Journal of Marketing*, 21, 5-44. Moutinho, L. (1997b). Consumer Behavior in Tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 3-44. Oxenfeldt, A. R. (1975). Developing a Favorable Price-quality Image. *Journal of Retailing*. 50(4), 8-14. O ' Neill, M. J., & Jasper, C. R. (1992). An evaluation of model of consumer spatial behavior using the environment-behavior paradigm. *Environment and Behavior*, 24(4), 411-40. Pearce, P. L. (1982). Perceived Changes in Holiday Destinations. *Annals of Tourism Research*, 9, 145-164. Piaget, J. (1955). *The language and thought of the child*. Cleveland: The World Publishing Co.. Pike, S. (2002). Destination Image Analysis-a Review of 142 Papers from 1973 to 2000, *Tourism Management*, 23, 541-549. Reilly, M. D. (1990). Free elicitation of descriptive adjectives for tourism image assessment. *Journal of Travel Research*, 28(4), 21-26. Ross, G. F. (1993). Destination Evaluation and Vacation Preferences. *Annals of Tourism Research*, 20, 477-489. Schneider, I., & Sonmez, S. (1999). Exploring the Touristic Image of Jordan. *Tourism Management*, 20, 539-542. Selwyn, T. (1996). *The Tourist Image*. England: Wiley. England. Ward, L. M., & Russel J. A (1981). The Psychological Representation of Molar Physical Environments. *Journal of Experimental Psychology, General*, 110(2),121-152.