

The Study of Tourism Image of Leisure Agriculture in Taichung County

蔡政郎、李俊憲

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

ABSTRACT

The purpose of the study was to understand the cognition of tourists and leisure operators on the tourism image of the leisure farming, in which further was to investigate the relation between tourist and leisure operators affecting by the tourism image. The literature reviews and empirical researches on the tourism image of the leisure farming were applied. According to the features, the five categories for the tourism image of the leisure farming in Taichung County were organized, including the "Element of Space Component", "Tourism Attraction", "Service Quality", "Management Style", and "Negative Image". The survey questionnaire research was conducted for this study. The tourists and leisure operators in the 19 legal register leisure farms and 5 leisure farming districts in the Taichung County had been selected as studying subjects for this research. The 540 questionnaires had sent out, the 531 questionnaires had been returned, which the returning rate was 98% and the valid rate was 100%. The results showed that tourists were mostly female. There were about 80% of the subjects aged between 36 to 65, and about 90% of the subjects had a middle to high academic degree. More than half of the subjects, their careers were categorized in the "service industry" and the "military and government personnel". In addition, the most of studied tourists were living in the central of Taiwan. Travel distance was one of factors for consideration of taking a trip. The frequency of visiting was more than fourth, which indicated a high willingness to revisit. Moreover, the main source of travel information was from family members or relatives, which revealed the recommend among people was more likely taken. Most of the leisure operators lived in the local area, who mostly were prime young male, and had an education with at least a college degree. The overall of five features of the tourism image, the "Service Quality" had a highest rate for the tourism image for touring in leisure farms or leisure farming districts in Taichung County. Obviously, both tourists and operators had the consistence with the needs and cognition for the "Service Quality". In the sub-title of the tourism image presented that "Firefly Ecology" had the highest tourism image, and followed by the "Flowers and Forest Field". Finally, this study will compile the above results as a reference for the leisure farming management and the future studying.

Keywords : image、tourism image、leisure farming、leisure farming district

Table of Contents

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	第二節 研究假設	42
. 43 第三節 研究工具設計	43	第四節 抽樣方法	43
與設計 48 第五節 統計方法分析	48	第四章 資料分析	48
與討論 50 第一節 樣本描述性統計分析	50	第二節	50
假設驗證 57 註 釋	71	第五章	71
結論與建議 72 第一節 研究結果摘要	72	第	72
二節 研究建議 80 第三節 後續研究建議	80	參	80
考文獻 82 附錄A 休閒農業觀光意象問卷調查	96		96

REFERENCES

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未出版之碩士論文。 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未出版之博士論文。 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{%AAp%BBP%AD%B1%C1{%B0%DD%C3D%A4%A7%B1%B4%B0Q-%A7d%A6s%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 [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:公平易文祕資料網, <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), 休閒農業與鄉村渡假的發展, 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., & Ritchie, 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.