

A Study of Tourists' Characteristics in Leisure Farms - A Case of the Bank Mountain Hojia Farm

許弘華、何偉真

E-mail: 9607399@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

In this thesis, the Engel-Blackwell-Miniard (EBM) model was used to explain consumer decision-making in Hojia Leisure Farm. The farm tourists were grouped into 4 according to their travel lifestyles. The differences among these 4 segments in vital statistics, consumer behaviors and travel lifestyles were analyzed. Finally, the results of this study provided recommendations to the proprietor and related organs. On site survey with structured questionnaire and convenient sampling was carried out in Hojia farm located in Bank Mountain.. A total of 388 valid questionnaires have been collected. Statistical analyses such as Factor analysis, Cluster analysis, ANOVA and Chi-square analysis were used to analyze the original data. The findings of this research were as following: 1. The results indicated that among the visitors of the farm, females were slightly more than males. Visitors were mostly in 30's. The majority of them had at least a college diploma, university degrees or above. The wedded tourists were more than that unmarried. Most of the interviewees were students. Most of them came from Changhua county. 2. The main motivations of their travel were to relax. Most of the tourist information came from relatives and friends. More than 70% of the visitors visited the farm again and their major traveling companions were family members. The main purposes of their trips were to see animals. Most of their transportation vehicles were by their own private cars. The most of products they bought was ice cream. 3. According to tourist's traveling lifestyles, tourists were grouped into 4, namely, the "Enjoy-weekend type", "Omnifarious-travel type", "Family-entertainment type", and "Childlike-learning type". 4. The four groups under the selection norm category showed differences when analyzed statistically the factors such as tourist motivation, information search behavior, criteria of selection a leisure farm, the main activity in farm, tourist's personal career, and tourist's individual income.

Keywords : leisure farm, consumer behavior, travel lifestyle, Hojia farm

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iv	誌謝辭	vi	內容目錄	vii
.....	vii	表目錄	ix	圖目錄	xi	第一章 緒論	1
.....	1	第一節 研究動機	1	第二節 研究目的	3	第三節 研究範圍與對象	3
.....	3	第四節 研究流程及內容	7	第二章 文獻回顧	9	第一節 休閒農業的定義與發展	9
.....	9	第二節 消費者行為理論	20	第三節 生活型態理論	28	第四節 遊客消費行為及生活型態之實證研究	36
.....	36	第三章 研究方法	39	第一節 研究架構	39	第二節 變數的操作性定義與衡量	40
.....	40	第三節 問卷設計	46	第四節 抽樣設計與問卷信效度分析	48	第五節 資料分析方法與流程	51
.....	51	第四章 資料分析與實證結果	54	第一節 人口統計變數	54	第二節 遊客消費行為分析	59
.....	59	第三節 樣本資料併項	69	第四節 遊客人口統計變數在消費行為上之差異分析	72	第五節 遊客旅行生活型態之因素分析與集群分析	82
.....	82	第六節 不同旅行生活型態集群之特性分析	90	第五章 結論與建議	98	第一節 研究結論與討論	98
.....	98	第二節 研究建議	104	參考文獻	108	附錄 A 研究問卷	115
.....	108	附錄 B 卡方檢定分析表	119				

REFERENCES

- 一、中文部份 1.Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001), 消費者行為(謝文雀編譯), 台北:華泰文化, (原文於2001年出版)。
- 2.Hawkins, D. I., Roger, J. B., & Coney, K. A. (1996), 消費者行為學(簡貞玉譯), 台北:五南, (原文於1992年出版)。
- 3.交通部觀光局(2005), 中華民國94年國人旅遊狀況調查[線上資料], 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/200512/94國人中摘.html> [2006, September 25]。
- 4.交通部觀光局參山國家風景區管理處(2006), 八卦山風景區景點地圖[線上資料], 來源: <http://www.trimt-nsa.gov.tw/chinese/08bagua> [2007, June 1]。
- 5.江榮吉(1991), 休閒農業之發展, 台中區農推專訊, (114)。
- 6.江榮吉(1999), 休閒農漁業發展, 興大農業, (31), 13-17。
- 7.江榮吉(1999a), 休閒體驗農漁業的發展(上), 漁友, 257, 26-28。
- 8.江榮吉(1999b), 休閒體驗農漁業的發展(下), 漁友, 258, 22-26。
- 9.行政院主計處(2004), 國民所得統計常用資料[線上資料], 來源: <http://www.stat.gov.tw/mp.asp?mp=4> [2006, June 11]。
- 10.行政院農業委員會(2004), 農業統計年報國內生產毛額與經濟成長率[線上資

料], 來源: http://www.coa.gov.tw/htmlarea_file/web_articles/5264/002.xls [2007, June 1]。 12.吳萬益(2000), 企業研究方法, 台北:華泰。

13.李盈青(2006), 墾丁地區遊客價值觀、旅行生活型態與生活品質關係之研究, 亞洲大學休閒與遊憩管理學系研究所碩士論文。 14.周逸衡, 巫喜瑞(2003), 台灣地區休閒農場遊客旅遊動機、資訊搜尋與選擇 評估準則之研究, 觀光研究學報, 9(2), 1-23。 15.林威呈(2001), 臺灣地區休閒農場假日遊客旅遊行為之研究分析, 國立中山 企業管理學系碩士論文。 16.林琬菁(2003), 從資源永續觀點探討休閒農業與土地利用之關係, 國立政治 大學地政學系碩士論文。 17.邱湧忠(2005), 休閒農業經營學, 台北:茂昌圖書。 18.許士軍(1990), 管理學, 台北:東華。 19.陳宗雄(2004), 農業旅遊消費者行為之研究 - 以台南走馬瀨農場為例, 南華 大學旅遊事業管理研究所碩士論文。 20.陳宜美(2004), 休閒農場遊客渡假生活型態之研究, 屏東科技大學農企業管 理研究所碩士論文。 21.陳昭郎(2002), 促進農業休閒發展, 國政月刊, 2(5), 37-43。 22.陳昭郎(2005), 休閒農業概論, 台北:全華科技圖書。 23.陳墀吉, 李奇樺(2005), 休閒農業經營管理, 台北:威仕曼文化事業。 24.陳墀吉, 陳桓敦(2005), 休閒農業資源開發, 台北:威仕曼文化事業。 25.陳墀吉, 陳德星(2005), 休閒農業概論, 台北:威仕曼文化事業。 26.曾森榮(2005), 墾丁地區遊客消費行為之研究, 臺中健康暨管理學院經營管 理研究所碩士班。 27.黃裕智(2003), 遊客社經地位、渡假生活型態與其旅遊消費行為關係之研究 - 以墾丁地區遊客為例, 大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。 28.楊振榮(1999), 台灣休閒農業發展之研究, 1999 年海峽兩岸土地學術研討會 (p.227-247), 台中:逢甲大學土地管理學系。 29.廖成文(2005), 桃園縣蓮園遊客消費行為之研究, 中國文化大學觀光休閒事 業管理研究所碩士論文。 30.劉建哲(1999), 自由化、國際化衝擊下的農業發展, 政策月刊, (47), 18-24。 31.蔡淑蕙(2004), 渡假農莊型農場遊客消費行為之研究, 屏東科技大學農企業 管理研究所碩士論文。 32.鄭世元(2004), 中部溫泉區遊客休閒活動與旅遊消費行為之研究 - 以渡假生 活型態為區隔變項, 大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。 33.鄭健雄(2004), 台灣地區居民休閒生活型態與身心健康關係之研究, 行政院 國家科學委員會專題研究計畫(國科會, No.NSC 90-2416-H-468-001- -SSS), 台北:行政院國家科學委員會。 34.鄭健雄、劉孟奇(2003), 台灣本土化渡假生活型態量表之建構—以多樣本為基礎之信效度分析, 管理學報, 20(6), 1219-1244。 35.簡大仁(2005), 休閒農業牧場遊客旅遊特性之研究 - 以瑞穗牧場為例, 國立 東華大學觀光暨遊憩管理研究所碩士論文。

二、英文部份 1.Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior*. Texas:Harcourt College Publishers. 2.Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*. Orlando: The Dryden Press. 3.Engel, J.F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1968). *Consumer behavior*. New York Holt:Rinehart and Winston, Inc. 4.Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1982). *Consumer behavior*. Chicago:Dryden Press. 5.Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1978). *Consumer behavior*, Orlando Florida:Dryden. Press. 6.Glock, C. Y., & Nicosia, F. M. (1963). *Sociology and the study consumer*, *Journal of Advertising Research* ,3,21-27. 7.Guieford, J. P. (1965). *Fundamental statistics in psychology and education*. New York: Mcgraw. Hill Inc.. 8.Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1992). *Consumer behavior: Implications for marketing strategy*. Chicago:Richard D. Irwin. 9.Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1998). *Consumer behavior- Building marketing strategy*. Boston:McGraw-Hill. 10.Kotler, P. (1998). *Marketing management : Analysis,planning, implementation and control*. New Jersey:Prentic-Hall. 11.Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning, Implementation and control*. New Jersey: Prentice-Hall. 12.Kotler, P. (1997). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall. 13.Lazer, W. (1963). *Life style concepts and marketing*. In Stephen Greyser (Ed.). *Toward Scientific Marketing*. Chicago:American Marketing Association. 14.Plumer, J. T. (1974). *The concept and application of life style segmentation*. *Journal of Marketing*. 38, 34-35. 15.Reynolds, F. D. & Darden, W. R. (1974). *Constructing life style and psychographics*. In William D. Wells (Ed.). *Lifestyle and psychographics*. Chicago: American Marketing Association. 16.Schiffman, L. G & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. Singapore: Prentice-Hall International Inc.. 17.Thomas, P. H. & Pessemier, E. A. (1974). *The Development and Applicant of Psychographics Life Style and Associated Activity and Attitude Measures*. In William D. Wells(Ed.). *Life Style and Psychographics*. Chicago: American Marketing Association. 18.Walters, C. G.(1978). *Consumer behavior: Theory and practice*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin. 19.Williams, T.G. (1982). *Consumer behavior fundamental and strategies*. Saint Paul, Minnesota: West Publishing Co.. 20.Wind, Y. H., & Green P. E. (1978). *Some conceptual measurement and analytical problem in life style research*. In William D. Wells (Ed.). *Lifestyle and psychographics*. Chicago: American Marketing Association.