

# The Influence of Consumption Value on the Consumption Choice of Recreation Farm

張志宏、黃麗君

E-mail: 9607568@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

This study is based on the theories of consumption value. Aim to understand compatriot's consumption value to the recreation farm, and research the consumption value influence the consumer's choice behavior. This study adopts personnel's questionnaire investigation, direct the recreation farm of the middle part: Taichung, Changhua, and Nantou, the questionnaire respondent based on visitor aged 18 and above. The investigation is during the end of March of 2007 to the end of May, send out 400 questionnaires totally, 371 shares of effective questionnaire, the questionnaire are extracted out nine consumption value factor by the factor analyzed: self-definite, pursuit prevails amazingly, keep the healthy, relax tense with pressure, intimate nature, experiencing rural culture, promoting kith and fine friendship, cooperating with season situation, expanding social activity, the result points out consumption value reach the dominance standard when visitors will go to recreation of farm by regression analyzes, the result points out that choosing the recreation farm type reaches the dominance standard only in citizen's farm and educational farm in by multinomial logistic regression. Compatriot's demand for the quality of the life is higher and higher, the relevant units of future are while promoting the recreation farm, can be by recommending the concept of keeping in good health, combine the abundant natural ecology and tourism resources, peculiar folk custom skill culture, match and explain serving, seasonal flowers and fruits and experience the activity of relevant groups, For compatriot seek naturally rural life and reduce pressure, promote rural culture are managed and developed continuously forever.

Keywords : experience economy ; tourism motivation ; factor analyze

## Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	
1 第二節 研究目的	3	第二章 文獻探討	
4 第一節 台灣地區休閒農業之概況	4	第二節 休閒遊憩消費行為	
16 第三節 休閒農場的消費行為	20	第四節 消費價值理論	
29 第三章 研究方法	34	第一節 研究架構	
與假設	34	第二節 變數操作性定義與衡量	35
設計	43	第三節 問卷	
資料分析方法	45	第四節 抽樣方法	44
樣本結構分析	49	第五章 資料分析	49
第三節 效度及信度分析	52	第一節 第一節 休閒農場消費行為分析	51
第五節 迴歸分析	60	第二節 第二節 積差相關分析	57
64 第五章 結論與建議	69	第六節 第六節 多項式邏輯迴歸分析	
69 第一節 第一節 結論		第一節 第一節 結論	
73 第二節 第二節 管理意涵	71	第二節 第二節 後續研究建議	
73 參考文獻		75 附錄A 研究問卷	
82			

## REFERENCES

- 一、中文部分: 王濟川, 郭志剛(2003), Logistic迴歸模型-方法及應用, 台北:五南圖書出版有限公司。交通部觀光局(2005), 國人旅遊狀況調查報告[線上資料], 來源: <http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/200512/94國人中摘.htm> [2006, December 10]。休閒農業輔導管理辦法(2000), 第一章, 第三條, 「...」。行政院農業委員會(2001), 加入WTO農業因應對策[線上資料], 來源: <http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=50> [2006, November 11]。行政院主計處(2005), 家庭收支調查報告[線上資料], 來源: <http://fies2.tpg.gov.tw/211.asp?year=94> [2007, January 1]。行政院農業委員會(2005a), 國民生產毛額[線上資料], 來源:

[http://www.coa.gov.tw/htmlarea\\_file/web\\_articles/7236/002.xls](http://www.coa.gov.tw/htmlarea_file/web_articles/7236/002.xls) [2006, November 11]。行政院農業委員會(2005b), 台中區合法休閒農場[線上資料], 來源 <http://ezgo.coa.gov.tw/web/search.php> [2007, March 11]。沈進成, 李朝宗(2005), 農會發展休閒農業之策略-以嘉義縣農會為例, 台灣鄉村研究, 5, 59-82。林于稜(2002), 台灣地區休閒農場消費者行為之研究, 國立中興大學應用經濟學系未出版之碩士班論文。林俊昇(2005), 不同類型遊客的遊憩動機與滿意度對重遊意願之關聯性分析 - 以渡假型休閒農場為例, 戶外遊憩研究, 18(2), 25-47。周逸衡, 巫喜瑞(2002), 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。吳明隆, 塗金堂(2005), SPSS統計應用學習實務, 台北:松崗電腦圖書資料股份有限公司。吳明隆(2006), SPSS統計應用學習實務:問卷分析與應用統計, 台北:知城數位科技股份有限公司。吳韻儀(1999), 體驗經濟時代已經來臨, 收於發展都市農業計畫(88農建-7.5-輔-01(2)), 體驗的新農業新經營研討會論文集(pp. 1-3)。段兆麟(2002), 體驗經濟與教育農園, 農業推廣文彙, 47, 209-224。段兆麟(2006), 台灣休閒農業未來發展的方向, 農業世界雜誌, 270, 78-83。陳宗雄, 沈進成(2004), 農業旅遊遊客之遊憩動機、體驗、滿意度及重遊意願之關係研究-以台南走馬瀨農場為例, 台灣鄉村研究, 3, 99-121。陳昭郎(2002), 促進休閒農業發展, 國家政策論壇, 5(2), 37-43。陳昭郎, 段兆麟(2004), 休閒農場家全面性調查計劃報告(行政院農業委員會農業發展計劃93農發-10.1-輔-17), 台北:行政院農業委員會。陳昭郎(2005), 休閒農業概論, 台北:全華科技圖書股份有限公司。陳勁甫, 蔡郁芬, 蕭玉華(2005), 台中地區市民農園參與者動機、參與頻率與滿意度關係之研究, 旅遊管理研究, 5(2), 157-171。陳堦吉, 李奇樺(2002), 休閒農業形象之遊客重視因素分析-以宜蘭縣休閒農業為例, 再創觀光新顛峰(觀光 Double)學術研討會(pp. 105-116), 台北:中華觀光管理學會、私立銘傳大學。陳堦吉, 陳德星(2005), 休閒農業概論, 台北:威仕曼文化事業股份有限公司。張國雄(2004), 行銷管理, 台北:雙葉書廊有限公司。黃光政(2001), 台灣休閒農業分類與經營發展規劃, 農業推廣文彙, 46, 175-189。黃宗成, 吳忠宏, 高崇倫(2000), 休閒農場遊客遊憩體驗之研究, 戶外遊憩研究, 13(4), 1-25。葉姿芳(2006), 娛樂性農業商品之消費價值研究-以台灣地區花卉商品為例, 私立大葉大學人力資源暨公共關係學系未出版之碩士論文。曾慈慧(2002), 由國外農場觀光經驗談台灣休閒農業發展。農業推廣文彙, 47, 173-184。蔡仁卓, 楊文君(2006), 休閒農場遊客的選擇評估行為之研究-以春天農場為例, 2006年健康休閒暨觀光餐旅產官學研討會(pp. 169-183), 台南:私立立德管理學院。蔡進發, 張良漢, 黃清雲, 葉耀禎(2006), 休閒農場遊客行為之研究, 運動休閒餐旅研究, 1(2), 1-21。鄭殷立, 郭蘭生(2005), 休閒農場經營管理, 台北:華立圖書出版社, 163-165。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, 2, 123-144。鄭健雄(2002), 休閒農業旅遊市場區隔化之研究-以宜蘭休閒農場為例, 農業經營管理年刊, 8, 144-160。鄭惠燕, 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。魏勝賢, 侯文祥(2002), 休閒農園遊客屬性與參與意願之探討-以台北市士林區為例, 農業推廣文彙, 47, 247-266。謝邦昌(2002), 休閒農業需求之調查分析, (行政院農業委員會委託研究計畫報告91農管-7.2-統-03), 台北:私立輔仁大學統計資訊學系。二、英文部分: Beard, J. G., & Ragheb G. M. (1983). Measuring Leisure Motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(2), 219-228. Busby, G., & Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism, *Tourism Management* 21, 635-642. Clark, J. (1996). Farm accommodation and the communication max. *Tourism Management*, 17(8), 611-616. Crandall, R. (1980). Motivations for Leisure. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 45-53. Davies, E. T., & Gilbert, D. C. (1992) A case study of the development of farm tourism in Wales. *Tourism management*, 13(1), 56-63. Frater, J. M. (1983). Farm tourism in England: Planning, funding, promotion and some lessons from Europe. *Tourism Management*, 4(3), 167-179. Hoyland, I. (1982) The development of farm tourism in the UK and Europe: Some management and economic aspects. *Farm Management*, 4(10), 383-389. Ilbery, B., Bowler, I., Clark, G., Corckett, A., & Shaw, A. (1998). Farm-based tourism as an alternative farm enterprise: A case study from the Northern Pennines, England. *Regional Studies*, 32(4), 355-364. Nancy, G. M., & Kyungmi K. (2004). Motivation for Agri-Tourism Entrepreneurship, 43(2), 161. Pearce, P. L. (1990). Farm tourism in New Zealand: A social situation analysis. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 337-352. Ryan, C., & Glendon, I. (1998). Application of Leisure Motivation Scale to Tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 169-184. Sheth, J. N., Newman, B. I., & Newman, B. I. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22, 159-170. Weaver, D. B., & Fennell, D. A. (1997). The vacation farm sector in Saskatchewan: A profile of operations. *Tourism Management*, 18(6), 357-365.