市場區隔下之效益評估與相關分析 —以宜蘭地區休閒農場爲例

林雲雀、林豐政、陳凱俐

國立宜蘭大學應用經濟學系助教、副教授、教授

摘要

本文係以宜蘭地區休閒農場為例,在市場區隔下進行效益評估與相關的研究與分析工作。文中首先應用市場區隔理論,將休閒農場之30個重視特性,萃取成「安全便利」、「自然生態」、「旅遊體驗」、「經濟服務」、「諮詢導覽」和「設施設備」等六個構面因素。同時亦根據這些因素,將遊客區分成「安全與導覽型」(以男性,而年齡層以30至39歲為主)、「體驗與設施型」(以男性,而年齡層以20至29歲為主)和「生態與經濟型」(以女性,而年齡層以20至29歲為主)三個區隔市場。

其次,分別依據文中的公式計算出全體資料之遊憩效益指標(補償變量,CV),並在三個區隔市場之下進行相關的驗證與分析,同時得到如下的四項結論:(1)在三個區隔市場間的平均CV值差異性分析方面,由檢定結果顯示,三群間的CV值大致相同;(2)在區隔市場內不同休閒農場類型間的平均CV值差異分析方面,由檢定結果顯示,三個市場內的據點類型間之平均CV值並不完全相同;(3)在遊憩效益指標與特性項目滿意度間的關聯性分析方面,由散佈圖與相關分析顯示,兩者間不具一定趨勢的關聯性;因之,兩者關係在本研究中將無法驗證出其相互推估的可能性;(4)在「傾向滿意」與「傾向不滿意」群間的平均CV值差異性分析方面,由檢定結果顯示,除全體資料具顯著性差異外,三個區隔市場皆不具顯著性,但由平均數可知,「傾向滿意」群的CV值皆高於「傾向不滿意」群許多。

關鍵字:休閒農場、區隔市場、遊憩效益指標、滿意度

Recreational Benefit Evaluation and Related Analysis under Market Segmentation—An Example of the Leisure Farms in Ilan

Yun-Chieh Lin · Feng-Jenq Lin · Kai-Lih Chen

Yun-Chieh Lin, Teaching assistant, Department of Applied Economics, National Ilan University.

Feng-Jenq Lin, Associate Professor, Department of Applied Economics, National Ilan University.

Kai-Lih Chen, Professor, Department of Applied Economics, National Ilan University.

Abstract

The recreational benefit evaluation and related analysis under market segmentation were conducted in this research with the information collected from all leisure farms in Ilan. The market segmentation theory was applied to assort the thirty focused attributes of the leisure farms into the following structural factors: safety and convenience, natural ecology, tourist experience, economic services, consulting guidance, and facilities. According to these six factors, the tourists were categorized into three segregated markets, namely, safety and guidance type (male with age between 30 to 39 in majority), experience and facility type (male with age between 20 to 29 in majority), and ecology and economic type (female with age between 20 to 29).

The recreational benefit index of this research, the compensation variation (CV), was calculated with the formula proposed in the reference. Related verifications and analyses under the three segregated markets were also proceeded to received the following four conclusions: (1) results form the

average CV difference analysis among the three segregated markets indicated that the CV were not significantly different; (2) within each segregated market, the difference analysis results of the average CV of different types of leisure farms appeared to show that were not the same; (3) the correlation analysis between the recreational benefit index and the satisfaction of attribute items showed that there was no consistent tendency of correlation between them, therefore, the possibility of estimating one by the other was low in this study; (4) the results from the average CV valued variation analysis between the groups of "incline to satisfaction" and "incline to dissatisfaction" showed that they were significantly different for the data as a whole, while were not significantly different for individual segregated market. The average CV of the "incline to satisfaction" group was much higher than that of the "incline to dissatisfaction" group.

Keywords:Leisure farms, Segmentation, Recreational benefit index, Satisfaction

一、前言

宜蘭長期以環保立縣,致力於環境的綠美化工作與山坡地的保護,並以農業生產爲主,典型的農村生活型態加上淳樸的鄉村景色,是最適合居住及從事休閒活動的理想場所,加以鄰近台北都會區的優勢,因此在縣政府及各鄉鎮公所、地區農會的全力配合與輔導下,發展休閒農業成爲宜蘭縣極重要的規劃項目之一。在台灣多數縣市飽嘗各種污染之苦之際,宜蘭有如沙漠中的奇葩,一枝獨秀地展現其保育生態環境所帶來的果實,不僅積極推動休閒農業,同時在農政單位及休閒農業業者配合之下,亦經常舉辦大型的農業產業文化活動,因此宜蘭縣雖無發達的工商業爲基礎,卻能妥善利用農業資源開發出商機。依據「蘭陽農業旅遊手冊」中的介紹,宜蘭地區已有117處農業旅遊景點及休閒農業區,其中有100家是實際從事休閒農業的休閒農場。

國內自1989年開始推動休閒農業,累積至今,以休閒農業經營管理 爲研究議題的論文爲數頗多,從發展休閒農業的可行性(如游誌明和林育 慈,1996)到休閒農業的規劃、發展(如陳英仁,1993;陳昭郎,1997; 鄭仲和簡文憲,2002;顏淑玲,1992等),以至於休閒農業或個別農場 的經營診斷(如段兆麟,1994、1997)、整體發展評估模式之建立(如王小 璘和何友鋒,1997;方珍玲,2001)、行銷策略(如林豐瑞,2000;鄭智 鴻,2000;鄭健雄,2001;李奇樺,2002等)、消費者方面之研究(如王俊 豪,1993;羅碧慧,2000;何幸修,2001;黃宗成和吳忠宏,2000;張 恕忠和林晏州,2002等);唯對於休閒農業的經濟分析亦較少,僅鄭詩華 (1991)、鄭蕙燕(1995)針對臨近大台北都會區的慈暉農場及有木里農場進 行遊憩效益評估,鄭蕙燕(1996)探討遊憩需求函數的選擇,陳凱俐等人 (1996)、汪眞滿和陳凱俐(2000)、陳凱俐和張高誠(2003)針對宜蘭縣內的 單一或多個休閒農場、遊憩區、產業文化活動進行經濟效益的評估。

以上之休閒農業的相關研究文獻內容,研究方向大致可歸納成兩 大類:第一類是僅針對單一休閒農場的進行全面性研究,另一類則是針 對不同區域之個別休閒農場進行比較研究。此兩類型的分析方向,仍不 脱離針對特定休閒農場間進行個案研究或比較,而對於整個區域內不同類型之休閒農場的研究方向則少有著墨;又文獻中亦未曾有學者以行銷活動中的區隔市場下來探討休閒農業之經濟效益的相關議題。基於前述兩項動機,本研究以宜蘭地區休閒農場爲研究範圍,期望藉由不同的區隔市場,對所創造出之產值利益與經濟效益,作整體性評估與研究。因此,有關休閒農場以及大型的農業產業文化活動之推廣,其在追求利益因素下,遊客之區隔市場的組成特徵是否存在顯著性?經濟效益是否存在差異性?各區隔市場內不同型態之休閒農場的經濟效益是否有不同?這些農政單位與休閒農業業者所關心的重要議題,即爲本研究欲探究的重要方向之一。除了前述之驗證性分析外,爲瞭解遊客在休閒農場上經濟效益(包括願付價格與實付價格)與特性項目滿意度間是否具顯著之關聯性,本研究亦在全體資料與區隔市場下探索性地分析兩者間的關係強度,以期望藉此建立未來彼此相互間推估的可能性。

基於此,本研究以問卷調查方式,經由問訪休閒農場的遊客來評估 宜蘭地區休閒農場所創造的經濟效益;同時,將針對所問訪的休閒農場 遊客,進行利益追求之構面因素與市場區隔的建立工作,以執行前述各 項議題之研究與分析。而此一研究的結果,將可提供相關之農政單位, 未來在休閒農業施政上以及農民將傳統農業轉型爲休閒農業時,在不同 區隔市場下之經濟效益與重要因素評估上的參考指標與方向。

而由前述的研究動機,本研究以宜蘭地區的11個行政區爲分層,依 各行政區內之休閒農場全年遊客人數佔總遊客人數的比例進行層內各休 閒農場遊客之抽樣調查工作,期望經由問訪的結果達到下列目的:

- (1)經由遊客對休閒農場的重視特性,建立不同類型之追求利益構面因素。
- (2)以前述之追求利益構面因素為基礎進行市場區隔,藉以探討樣本的 基本資料在各區隔市場間的差異性,以取得不同區隔市場的人口統 計特徵。
- (3)分析各區隔市場間遊憩效益之差異性,同時亦評估各區隔市場內不 同類型之休閒農場遊憩效益的異同。

- (4)探索各區隔市場間之整體遊憩效益與農場特性滿意度間的關聯性分析。
- (5)分析全體資料或各區隔市場內傾向滿意與傾向不滿意兩群體之遊憩 效益的差異性。

二、研究方法

(一)抽樣設計

- 1. 調查範圍:以財團法人蘭陽農業發展基金會所出版之「蘭陽農業 旅遊手冊」中宜蘭地區100個實際從事休閒農業的休 間農場爲調查範圍。
- 2. 調查對象:以宜蘭地區前述之100個休閒農場的遊客爲抽樣調查的對象。
- 3. 調查時間: 民國93年7月6日至7月29日。
- 4. 調查方式:
 - (1)在樣本個數規劃方面:本研究在給定最大估計的誤差上界0.03且信賴係數至少達95%下,依據如下公式,規劃抽樣個數n至少 應達1068個以上。 $n = \frac{1}{4} (\frac{z_{\alpha/2}}{d})^2$

其中d爲最大估計的誤差上界,而 $Z_{\alpha/2}$ 爲信賴係數 $100(1-\alpha)$ %下之臨界值。

(2)在抽樣方法和設計方面:本研究係採分層比例抽樣方法,並以 人員問訪方式進行樣本資料的蒐集工作。首先,依宜蘭地區各 行政區爲分層,各層則依照陳凱俐(2004)對宜蘭縣休閒農業業 者訪談所估計之各行政區全年遊客人數佔總遊客人數的比例來 分配各分層的樣本個數。

(二)問卷設計

本研究根據所整理的參考文獻和欲採行的分析性架構,將問卷內容 區分成三大部分,其中問項有關重視度和滿意度者,皆採行李克特五點 量表(Likert five-point scale)衡量之,其內容依序爲非常重視(滿意)、重視(滿意)、普通、不重視(滿意)、極不重視(滿意),由受訪者勾選其中一項;在後續的量化分析中,本研究將非常重視(滿意)、重視(滿意)、普通、不重視(滿意)、極不重視(滿意)分別給予5、4、3、2、1的分數以量測之。

第一部份:休閒農場的旅遊行為

本部份主要有10個問項,詢問受訪者休閒農場的旅遊行為,問項內容包括:到全台灣休閒農場旅遊的次數、到宜蘭地區休閒農場旅遊的次數、取得休閒農場訊息的管道、此次旅遊同行人數、此次旅遊停留的時間、此次旅遊的交通工具、花費的金額、再到宜蘭地區休閒農場的可能性、以及是否會推薦親友前往旅遊等項目。

第二部份:休閒農場各種特性的期望重視和實際滿意度

本部份主要有30個問項,其係朝住宿、餐飲、設施、資源、活動與服務等6個方向蒐集休閒農場的重要特性項目,同時亦參考本研究所列文獻中的問項,經集思廣益、去蕪存菁篩選出30項具代表性的問項,以此問項詢問受訪者對休閒農場各種特性的重視度和滿意度,用以進行本研究之追求利益因素的建立與滿意度分析工作。問項內容包括:

邏輯方向	住宿	餐飲	活動
特性項目	。具田園風味或完善的 住宿 。價格低廉合理 。環境清潔衛生	。供應風味餐或完備的 餐飲服務 。特產品販售中心 。飲食的衛生	。當地歷史人文展示 。具有民俗童玩的體驗 。傳統農作歷史回顧 。具農業生活體驗活動 。可親近農場動植物機會
邏輯方向	設施	資源	服務
特性項目	。具會議設施與場地 。具有多媒體簡報會議 室 。設置景觀花園或觀景 點 。消防安全與設備 。提供停車之便利性 。適當公共設施與管理 措施 。設置危險和警告標誌	。具有特殊自然景緻 。提供原野步道以親近 自然 。具有優美的地形資源 。提供欣賞天象的好去 處 。設置保育園區提供生 態教學	。提供遊客申訴服務 。旅遊資訊詳盡 。可與鄰近景點連結 。具產業與資源解說人員 。園區路線導覽與諮詢 。網路資源服務 。具緊急醫療協助網絡

第三部分:人口統計變數

本部分主要是蒐集受訪樣本的一些基本資料,以作為前述各項分析 之用,其中包括性別、年齡、職業、教育程度、每月個人平均所得、居 住地區等六項,除年齡、居住地爲開放式設計,以及每月個人平均所得 爲區間尺度外,其他均爲名目尺度。

(三)分析架構與方法

有關本研究的分析性架構與所使用的統計方法,如圖1中所示:

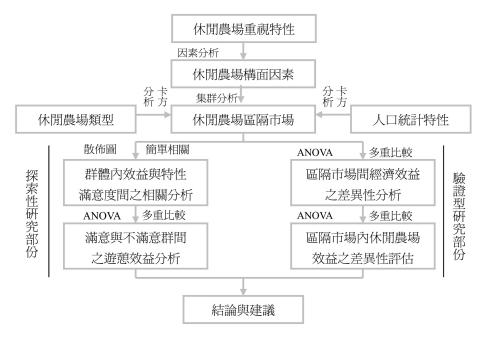


圖1 市場區隔下之效益評估與相關分析之研究架構圖

在研究架構圖中,休閒農場型態係依農場的主要作物或特色歸納成七種類型,其分別爲第一類型的水果、花卉與蔬菜類、第二類型的茶葉類、第三類型的畜產類、第四類型的蜂蜜、蜜餞和釀酒類、第五類型的漁業類、第六類型爲民宿類、第七類型爲綜合類。其次,經濟效益係指遊憩效益而言。爲評估遊憩效益,可採用旅遊成本法(Travel Cost Method, TCM)。旅遊成本法的構想源自於Hotelling (1947),他從不同的居住區

中觀察旅遊距離和參與率,並據此導出遊憩需求函數,進而推估遊憩效益,而其模型的具體化則是Clawson和Knetsch (1966)將其應用於戶外遊憩資源價值之推估。一般而言,旅遊成本(即遊憩價格)較高者,其需求量較低,符合需求法則(law of demand)。假設消費者的遊憩效用受到旅遊次數(q,每次旅遊成本爲p)及合成商品(Z,其價格爲1)之影響,在所得(Y)限制下,消費者的效用極大化問題爲:

$$\max U(Z,q)$$
s.t. $Z+pq=Y$ (1)

求解(1)式的效用極大化問題,可得到消費者對旅遊地的旅遊需求函數 $(trip\ demand\ function,\ TDF)$ 為:

$$q^*=q^*(p, Y) \tag{2}$$

一旦(2)式推估出來後,即可估算代表性旅遊者的消費者剩餘 (consumer surplus, CS),如圖2斜線部分的面積。

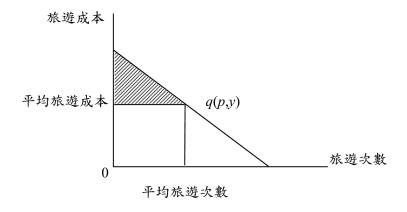


圖2旅遊需求的消費者剩餘

在實證研究上,影響旅遊需求的解釋變數除了旅遊成本外,也可能包括個人的社經特徵(socio-economic characteristics)變數,因此建立如下的迴歸模型:

$$q=f(X_1, X_2, \cdots, X_n, p, Y)$$
(3)

其中 X_1 , X_2 ,…, X_n 分別代表個人的社經特徵(socio-economic characteristics)變數,如性別、年齡、教育程度、職業別、至此地點旅遊的其他訊息等自變及旅遊成本(p)和所得(Y)。黃宗煌(1989)等多篇文獻¹找出遊客個人的遊憩效益需求函數後,依據此函數即可以積分法計算消費者剩餘,以作為遊憩地點的遊憩經濟效益。其計算如下:

$$S = \int_{p_L}^{p_H} f(X_1, X_2, ... X_n, p, Y) dp$$
 (4)

式中 $f(X_1, X_2, \cdots, X_n, p, Y)$ 為旅遊需求函數, p_H 為所有樣本中最高的旅遊支出, p_L 為所有樣本中最低的旅遊支出。至於其他相關自變數對需求函數的影響則視為常數,以各自變數的樣本平均值代入函數中,並假設不再變動,如此便可將旅遊支出的變動視為消費者剩餘變化量的唯一原因。

另一種評估模型由Cameron(1992)提出,其模型不以旅遊需求線為推估對象,而是直接假設效用函數的型態,並以最大概似法(maximam likelihood estimation, MLE)推估效用函數之參數。在(2)式下的概似函數為:

$$\ln L = -\frac{n}{2} \ln(2\pi) - n \ln v - \frac{1}{2} \sum_{i} \left[\frac{q_{i-} g_{i}(x_{i}, \beta)}{v} \right]^{2}$$
 (5)

式中 $g_i(x_i,\beta)$ 代表旅遊需求函數,爲(1)式之解,假設 $q_i=g_i(x_i,\beta)+\eta_i$,而 η_i 爲平均數爲0、標準差爲v之常態分配的隨機變數, x_i 代表影響消費者i之旅遊需求的解釋變數向量, β 爲旅遊需求函數參數向量。進一步依補償變量(compensation valuation, CV)及對等變量(equivalent valuation, EV)的定義,即可推估遊憩效益:

$$\max_{q} U(Y - pq, q) = U(Y + CV, 0)$$
(6)

$$\max_{q} U(Y - pq - EV, q) = U(Y, 0) \tag{7}$$

其他諸如蘇紀維(1993)、劉國寶(1994)、林淑瑜(1996)、黃世賢(1998)、黃珮玲(1998)、 鄭蕙燕等人(2000)、孫文宏(2000)、陳詩璋(2000)、詹雅文(2001)、賀天俊(2001)、黃惠 如(2002)、陳麗琴等人(2002)、劉癸君和林喻東(2003)、廖祥亨(2003)、蔡明欽(2003)、 吳振銘(2003)、陳澄津(2003)、沈珍珍(2003)等,也都採用此種方法。

陳凱俐和溫育芳 (1995)採用此架構,而將效用函數由Cameron (1992) 的二次式修正為Cobb-Douglas函數的單調轉換函數形式,將消費者至遊 憩區旅遊次數(q)及對合成商品(z)之效用函數2設定為:

$$U(z,q) = a \ln z + (1-a)\ln(q+1)$$
(8)

而消費者的預算限制為Y = z + pq ,因此,(8)式概似函數中之 $g(x_i, \beta)$ 為:

$$g(x,\beta) = \arg\max \ a \ \ln(Y - pq) + (1-a) \ln(q+1)$$

$$= (1-a)(\frac{Y}{p}) - a$$
(9)

式中, $arg\ max$ 表示由極大化問題解得之q函數,此需求函數即爲線性支出(linear expenditure)型式。效用函數中參數 \hat{a} 之最大概似估計式爲: Y Y

$$\hat{a} = \frac{\sum (1 + \frac{Y}{p})(\frac{Y}{p} - q)}{\sum (1 + \frac{Y}{p})^2}$$
(10)

由效用函數 $U(z,q) = a \ln z + (1-a) \ln(q+1)$ 之假設,利用(6)式及(7) 式經過代數運算,可求得:

$$CV = a(1-a)^{(1-a)/a} (Y+p)^{1/a} p^{-(1-a)/a} - Y$$
(11)

$$EV = Y + p - Y^{a} p^{1-a} a^{-a} (1 - a)^{-(1-a)}$$
(12)

不論是哪一種模型,理論上皆可評估消費者剩餘、補償變量與對等變量三種遊憩效益指標。經理論推導,發現其實這兩種評估方法並無不同,僅在函數設定上有所不同。在「由旅遊需求估計遊憩效益」方面,包括黃宗煌(1989)等許多文獻直接設定旅遊需求線為線性、半對數或雙對數性函數,而後估計消費者剩餘;而Huang(2004)則由線性、半對數、雙對數需求函數推導出支出函數,並進而推導出補償變量與對等變量。

² 陳凱俐和林雲雀(2005)曾比較三種不同旅遊之需求函數設定下之遊憩效益,設定在理 論上雖難以評斷,需有先驗資料予以佐證;而則以本研究此種需求函數設計較無高估 效益之虛,因此本研究採用之。

在「由效用函數估計遊憩效益」方面,陳凱俐和溫育芳(1995)設定修正的 Cobb-Douglas形式之效用函數,再據以推導補償變量與對等變量,但由 其效用函數可知旅遊需求函數爲線性支出形式,可推導出消費者剩餘。 因此當旅遊需求函數形式設定爲線性、半對數或線性支出形式,皆可同時估計消費者剩餘、補償變量及對等變量等三種遊憩效益。由個體經濟理論得知,補償變量、消費者剩餘與對等變量之間的大小關係隨財貨性質而有所不同,例如價格下跌時之正常財,其對等變量大於消費者剩餘,且消費者剩餘大於補償變量。但本文作者之一曾針對宜蘭縣各類型遊憩區進行實證分析,結果發現所得效果並不顯著,估計之補償變量消費者剩餘與對等變量皆極爲接近,彼此間並無顯著性差異,其主要原因在於所得效果不顯著。

本研究之重點並不在於遊憩效益評估方法之探討,而在於採用其中 一種方法估計出遊憩效益後,以此結果進行區隔市場下之相關分析。

三、實證研究

(一)樣本結構分析

本研究資料蒐集的抽樣設計係採分層比例抽樣方法,以宜蘭地區的 11個行政區爲分層,而各層則依照陳凱俐(2004)所估計的各行政區內之休 閒農場,全年遊客人數佔總遊客人數的比例來分配各分層的抽樣個數。 而爲確保回收之有效樣本的分佈在實際上具母體分佈的代表性,本研究 以「行政區別」爲控制變數,將行政區內之所有休閒農場的有效樣本加 總,進行適合度檢定工作。

1.樣本回收狀況及母體分佈適合度之檢定

在民國93年7月6日至7月29 日,以人員訪問方式於宜蘭地區各行政區內所規劃取樣的休閒農場進行問卷調查並取得樣本資料,原以1068個樣本爲目標,經整理和剔除無效問卷後,審核最後共獲得1075個有效樣本,此時若仍在95%信賴係數下,則最大估計誤差將修正爲±0.0299。在

以「行政區」控制變數下,修正之應抽取和實際抽取之有效樣本個數情 形則如表1第3、4欄所示。

為確定所蒐集的樣本分佈具代表性,本研究將回收的1075個有效樣本,其分佈在各行政區內休閒農場的個數與母體的理論個數進行適合度檢定,結果如表1所示。由表中所計算出的卡方統計量值6.1269可知,在顯著水準5%之下其理論個數和樣本個數並無明顯的差異存在,表示本研究以控制變數「行政區別」所取得的樣本分佈具有母體分配的代表性。

表1各行政區之實際有效樣本數與母體理論次數之適合度檢定

各行政區	母體比例(P _i)	修正之理論人數(E _i)	抽樣人數(O _i)	$(O_i - E_i)^2 / E_i$
頭城鎭	0.0762	82	92	1.2195
礁溪鄉	0.0191	20	27	2.4500
官蘭市	0.1480	159	164	0.1572
土 軍郷	0.0106	11	8	0.8182
員山鄉	0.2101	226	223	0.0398
五結鄉	0.0649	70	68	0.0571
羅東鎭	0.0294	32	30	0.1250
冬山鄉	0.1924	207	205	0.0193
三星鄉	0.0473	51	44	0.9608
大同鄉	0.0952	102	97	0.2451
蘇澳鎭	0.1069	115	117	0.0348
合計	1.0000	1075	1075	6.1269

 $\hat{\mathbf{z}}: \chi^2 = 6.1269 < \chi^2_{(0.05.10)} = 18.3100$

資料來源:本研究。

2.樣本結構之整體描述

根據本研究問訪之1075個有效樣本,經整理後基本資料的結構,依調查之性別、年齡、職業、教育程度、每月個人平均所得展示之,其分佈情況如表2所示。其中在性別方面,受訪樣本中男性占53.2%,女性占46.8%。在年齡方面,則以30歲以下占多數約31.3%,平均年齡約爲36歲。而在職業方面,受訪樣本以技術人員、事務人員及服務人員占最

人文及管理學報 第四期

多,約爲35.5%。在教育程度方面,受訪樣本以大學的29.3%爲最多,其次爲大專或高職,分別是27.6%和25.2%,而平均受教育時間約爲13.71年。在每月個人平均所得方面,受訪樣本中以3萬元(含)至不到5萬元爲主,約占32.7%,而受訪樣本的每月個人平均所得約爲3.87萬元。

表2有效受訪樣本的基本資料結構

⟨±4±□□	市	結構比		不好數	抽准学
結構別	內 容	樣本數	百分比(%)	平均數	標準差
性別	男	572	53.2		
[土力]	女	503	46.8		
	30 歲以下	337	31.3		
年齡	31-39 歲	321	29.9	36.07	10.7394
十一國巾	40-49 歲	299	27.8	30.07	10.7394
	50 歲及以上	118	11.0		
	未填答	7	0.7		
	主管、經理、專業人員	327	30.4		
職業	技術、事務、服務人員	382	35.5		
	農人或工人	112	10.4		
	軍人或無職業	247	23.0		
	國小或以下	32	3.0		
	國(初)中	87	8.1		
教育程度	高中(職)	271	25.2	13.71	2.6680
教目任反	大專	297	27.6	15./1	2.0000
	大學	315	29.3		
	研究所以上	73	6.8		
	未填答	2	0.2		
	不到1萬元	132	12.3		
	1 萬元(含)-3 萬元	319	29.7		
每月個人所得	3 萬元(含)-5 萬元	351	32.7	3.87	2.6555
	5 萬元(含)-7 萬元	158	14.7		
	7 萬元(含)-9 萬元	54	5.0		
	9 萬元以上	59	5.5		
	合 計	1075	100.0		

資料來源:本研究。

(二)建立遊客對休閒農場的追求利益構面因素

為達休閒農場的市場區隔目的,本研究針對受訪者在問卷中所回答之休閒農場30個特性問項的重視度作爲區隔基礎;但因特性過多,必須適度縮減以利於解釋與分析,因此本研究應用因素分析法,將此30項特

性縮減並萃取少數幾個追求利益構面因素,然後再應用所建立的因素, 進行受訪樣本分群工作,並以此分群後的區隔市場進行後續相關的分析 工作。

1.建立追求利益構面

在進行因素構面建構之前,首先針對所選用的特性進行必要的信度分析。根據實務經驗,信度至少應達到0.75時方可接受,而本研究以Cronbach's α係數表示休閒農場特性的整體信度值;經由計算結果整體信度爲0.9375,且沒有任何問項在刪除後會使整體信度大於0.9375,可知本研究所採行之特性具極高的一致性。此外,由MSA(Measure of Sampling Adequacy)指標值0.94100可知,本研究的資料極適合執行因素分析。

其次,本研究將受訪樣本對於30項休閒農場特性反應在Likert五點尺度上之重視度分數,選擇應用因素分析中的主因素分析法進行初步因素抽取工作,並取得構面特徵值;同時進一步以變異數最大法(varimax)將原有因素結構矩陣進行直交轉軸,並由轉軸後的因素結構矩陣建立構面因素。而本研究的追求利益之構面因素的個數係依據Kaiser準則設定特徵值需大於1者,且取因素結構矩陣中因素負荷量大於0.40以上之相對大的特性爲同一構面。結果顯示,30項休閒農場特性重視度可縮減爲6個構面因素,其累積的解釋變異量亦高達62.08%;而所建立的六個構面名稱、構面所包含的特性、特徵值和解釋變異量等統計量皆列於表3中。表中追求利益構面的因素名稱,係依所包含之休閒農場特性內容而得,並以此名稱作爲市場區隔分析的基礎。

2.區隔市場的形成

根據追求利益構面的因素分析結果,本研究以其為市場區隔的基礎,進行二階段集群分析(two-stage clustering approach)的分群工作,以期形成不同的區隔市場。

在第一階段中,本研究以華德法(Ward's method)進行層次集群,結果發現當集群個數由三群減至二群時,其解釋能力降幅最大,F統計量亦最具顯著性、且RMSSTD(Root Mean Square Standard Deviation)最小(如表4中所示)。因此分群數以三群最爲適當。接著,再以此三群各因素的平均數爲K平均數法之種子點(seed),依歐幾里得距離(Euclidean Distance)之遠近,進行第二階段之非層次集群工作,由此階段將受訪樣本分群,歸納成三個區隔市場子群。而在1075個有效樣本中,剔除因在問訪內容中未完整回答的25個樣本無法歸群外,其餘1050個樣本在各區隔市場的比率爲18.19%、64.10%與17.71%。

爲了進一步瞭解各區隔市場在休閒農場特性重視度之構面因素上的差異,而給予區隔子群適當名稱,以下針對三個區隔市場與追求利益構面的因素分數執行單因子變異數分析(One-Way ANOVA)與Scheffe檢定工作,其結果如表5所示。由表中的F統計量與P-VALUE可知,各個構面因素在三個區隔子群間之因素分數皆具顯著性,由此可證明因素分數對於不同區隔子群間具一定區隔力,亦即依此因素分數高低來區隔市場是適當的。

而由表5中的因素分數可知:區隔市場一中的因素分數最高的是「安全便利因素」與「諮詢導覽因素」,因此與相較於其它因素而言,此區隔市場顯然較重視此兩項因素,因此將區隔市場一命名爲「安全與導覽型」。區隔市場二中因素分數最高的分別是「旅遊體驗因素」與「設施設備因素」,且均高於其他兩個區隔子群,故將其命名爲「體驗與設施型」。而區隔市場三中因素分數最高者分別是「自然生態因素」及「經濟服務因素」,且均高於其他集群,因此將區隔市場三命名爲「生態與經濟型」。

又欲瞭解樣本分群後的穩定性,本研究再以此1050個樣本的歸群與 其在6個構面上的因素分數,進行鑑別分析(discriminant analysis)以探討各 集群的區隔效果,結果顯示其平均正確的區別率高達96.09%,足見區隔的效果相當地穩定。

表3休閒農場追求利益構面之彙整結果

因素	特性	刪除後之 α 係數	構面因素 (特徴値)	因素負荷量	解釋變異量 (累積)
	消防安全與設備	0.93575		0.75896	_
	飲食的衛生	0.93552		0.71736	
	具緊急醫療協助網絡	0.93630	安全便利	0.67079	0.3663
因素	環境清潔衛生	0.93741		0.67011	
<i>⊼</i> ∵	設置危險和警告標誌	0.93624	(10.98801)	0.64774	(0.3663)
	提供遊客申訴服務	0.93547		0.55489	
	提供停車之便利性	0.93529		0.49590	
	具有優美的地形資源	0.93517		0.79220	
	提供欣賞天象的好去處	0.93620	卢松丛蛤	0.76865	0.0046
因	具有特殊自然景緻	0.93520	自然生態	0.74534	0.0846
素二	提供原野步道以親近自然	0.93571	(2.53915)	0.69761	(0.4509)
_	設置保育園區提供生態教學	0.93530	(2.33713)	0.60708	(0.4307)
	適當公共設施與管理措施	0.93498		0.42899	
	傳統農作歷史回顧	0.93673		0.73142	
-	當地歷史人文展示	0.93727	+/= : : : : : : : : : : : : : : : : : : :	0.70558	0.0520
因素三	具有民俗童玩的體驗	0.93538	旅遊體驗	0.62076	0.0539
	具農業生活體驗活動	0.93469	(1.61581)	0.59136	(0.5048)
_	可親近農場動植物機會	0.93537	(1.01301)	0.49694	(0.5040)
	設置景觀花園或觀景點	0.93512		0.41164	
	供應風味餐或完備的餐飲服務	0.93501	000 >±c 1101 ₹/cr	0.60596	0.0407
因素四	具田園風味或完善住宿	0.93496	經濟服務	0.60102	0.0427
糸 四	價格低廉合理	0.93740	(1.28140)	0.58233	(0.5475)
Н	可與鄰近景點連結	0.93532	(1.20140)	0.56592	(0.5475)
	具有產業與資源解說人員	0.93510	ミヤジー・シ首氏を	0.68085	0.0277
因	旅遊資訊詳盡	0.93574	諮詢導覽	0.53990	0.0377
素五	園區路線導覽與諮詢	0.93486	(1.12992)	0.51020	(0.5851)
	網路資源服務	0.93453	(1.12))2)	0.46375	(0.3631)
因	具會議設施與場地	0.93458	設施設備	0.81447	0.0356
因素六	特產品販售中心	0.93491	2	0.76278	
_ 六	具有多媒體簡報會議室	0.93500	(1.06868)	0.62891	(0.6208)

資料來源:本研究。

表4 華德法下區隔市場個數之解釋能力分析

區隔個數	R-Square	RMSSTD	F 統計量	
2	0.085	0.9368	97.5	
3	0.163	0.7835	102.0	
4	0.216	0.9988	96.1	
5	0.261	1.0113	92.1	

資料來源:本研究。

表5各區隔市場在追求利益重視程度之因素分數比較表

因素構面		區隔市場			P-VALUE	Scheffe's Test
	_	=	二			比較結果
安全便利	1.22191	-0.32556	-0.07678	270.76	<.0001*	1>2;1>3;3>2
自然生態	-0.49734	-0.17668	1.15001	223.89	<.0001*	1<2;1<3;2<3
旅遊體驗	-0.27390	0.31678	-0.86493	139.74	<.0001*	1<2;1>3;2>3
經濟服務	-0.70335	0.10367	0.34711	70.26	<.0001*	1<2;1<3;2<3
諮詢導覽	0.08711	0.10000	-0.45128	24.04	<.0001*	1>3; 2>3
設施設備	-0.41320	0.23121	-0.41229	55.29	<.0001*	1<2; 2>3

註:1表區隔市場一,2表區隔市場二,3表區隔市場三

資料來源:本研究。

3.區隔市場之基本資料分析

在完成受訪樣本的集群工作之後,本研究根據分群結果對不同的基本資料進行交叉分析(表6),以期探究出各區隔市場與基本資料間的特徵和關聯性。而由卡方統計量與P-VALUE的檢定結果可知,三個區隔市場在職業類別、教育程度和個人平均所得的分類上並不具顯著性,但在性別和年齡層上則具顯著性差異,此即表示三個區隔市場的人口統計特質在性別和年齡層上的分佈是明顯的不一致。其中「安全與導覽型」市場以男性,年齡層在20至29歲爲主,「體驗與設施型」市場以男性,年齡層在20至29歲爲主,而「生態與經濟型」市場則以女性,年齡層在20至29歲爲主。

4.區隔市場下之休閒農場型態分析

倘若再根據區隔市場的分群結果對不同的休閒農場類型進行次數

的交叉分析,其中有關不同的休閒農場型態如前之所述,第一類型爲水果、花卉與蔬菜類、第二類型爲茶葉類、第三類型爲畜產類、第四類型爲蜂蜜、蜜餞與釀酒類、第五類型爲漁業類、第六類型爲民宿類、第七類型爲綜合類。而其在各區隔市場的分類樣本個數比率,如表7所列。由其中的卡方統計量(88.8188)與P-VALUE(0.0001)的顯著性檢定結果可知,三個區隔市場在7個休閒農場型態的分佈不具一致性。其中「安全與導覽型」市場在第五類型與第四類型之休閒農場的比率較高,而「體驗與設施型」與「生態與經濟型」市場則是在第七類型與第四類型之休閒農場的比率較高。

表6各區隔市場與人口統計資料之交叉比較表

	百分比(%)				
基本資料	安全與導覽	體驗與	生態與	· 卡方 統計量	P-VALUE
	女王兴等見	設施	經濟	ルロー里	
性別					
女	39.79	47.40	53.23	6.9209	0.0314*
	60.21	52.60	46.77		
年齡	2 < 12		40.06		
20~29歲	36.13	27.93	40.86		
30~39歲	29.32	30.46	26.88	15.3572	0.0177*
40~49歲	26.70	29.42	22.04		
超過50歲	7.85	12.18	10.22		
職業					
主管、經理、專業人員	29.63	31.00	31.15		
技術人員、事務人員、服務人員	31.22	38.15	32.24	11.3232	0.0789
農人、工人	12.70	9.99	7.10		
軍人或無職業	26.46	20.86	29.51		
教育程度					
國小或以下	1.57	2.97	4.84		
國(初)中	8.90	8.02	6.45		
高中(職)	29.32	26.15	18.82	12.2695	0.2674
大專	29.32	26.00	29.03		
大學	25.65	29.72	33.33		
一研究所以上	5.24	7.13	7.53		
個人月平均所得	1466	11 17	15 14		
不到1萬元	14.66	11.16	15.14		
1萬(含)~不到3萬元	28.27	29.91	29.73	12 01 (1	0.2241
3萬元(含)~不到5萬元	37.70	31.10	31.89	12.8161	0.2341
5萬元(含)~不到7萬元	13.09	15.33	15.14		
7萬元(含)~不到9萬元	3.66	5.65	4.32		
9萬元以上	2.62	6.85	3.78		

資料來源:本研究。

休閒農			區隔市場	易(百分比,%		
場型態	包括項目	安全與導覽	體驗與設施	生態與經濟	卡方 統計量	p-value
第一類	水果、花卉、蔬菜	7.33	16.49	13.98		
第二類	茶葉	5.24	10.85	15.05		
第三類	畜產	7.85	4.01	3.23		
第四類	蜂蜜、蜜餞、釀酒	26.18	26.45	16.67	88.8188	0.0001*
第五類	漁業	27.23	9.21	9.68		
第六類	民宿	6.28	1.93	3.76		
第七類	綜合	19.90	31.05	37.63		
	樣本數	191	673	186		

表7休閒農場類型與三個區隔市場間之交叉分析表

資料來源:本研究。

(三)市場區隔下的遊憩效益

推估遊憩效益係採用(11)式之補償變量(CV),而此式需利用(10)式推估之效用函數參數,由於旅遊支出(p)為分母,若受訪遊客的消費金額為0,或是遊客沒有提供個人總收入時,則無法推估遊憩效益值。以前述三群遊客,扣除無法估計遊憩效益的的樣本101個後,可估計樣本將減為949個。

首先,在「安全與導覽型」市場中共175個可供使用的樣本,其中包括:第一類(水果類、花卉與蔬菜類)樣本11個、第二類(茶葉類)樣本10個、第三類(畜產類)樣本15個、第四類(蜂蜜、蜜餞與釀酒類)40個、第五類(漁業類)49個、第六類(民宿類)12個及第七類(綜合類)38個;「體驗與設施型」市場共有609個樣本,其中包括:第一類(水果類、花卉類與蔬菜類)樣本97個、第二類(茶葉類)樣本71個、第三類(畜產類)樣本24個、第四類(蜂蜜65類、蜜餞類與釀酒類)150個、第五類(漁業類)59個、第六類(民宿類)12個及第七類(綜合類)202個;「生態與經濟型」市場共有165個樣本,其中包括:第一類(水果類、花卉類與蔬菜類)樣本20個、第二類(茶葉類)樣本27個、第三類(畜產類)樣本6個、第四類(蜂蜜類、蜜餞類與釀酒類)24個、第五類(漁業類)17個、第六類(民宿類)7個及第七類(綜合類)64個。

1.區隔市場間遊憩效益之差異性分析

現若欲將三個區隔市場的平均CV值進行差異性檢定,首先檢驗各區隔市場CV值之變異是否相同,本研究以Levene檢定進行分析,則可得F統計量為1.76(其P-VALUE為0.1722),可知各區隔市場間的變異無顯著性差異,因此可假設各區隔市場的CV值之變異數相同。因此,在三個區隔市場的平均CV值方面,經由表8的變異數分析之F統計量(2.19)與P-VALUE(0.1125)可知,三個區隔市場間的平均CV值不具顯著差異性,表示研究中所建立的三個區隔市場間的平均CV值大致相同。

表8各區隔市場間之CV值的變異數分析

分析項目	安全與導覽	平均數 體驗與設施	生態與經濟	F統計量	P-VALUE
CV値	426.45	418.56	535.68	2.19	0.1125

資料來源:本研究。

2.區隔市場內遊憩效益之差異性分析

其次,為進一步瞭解三個區隔市場內各類型休閒農場之遊憩效益是否存在顯著性差異,首先在各區隔市場內之休閒農場類型的CV値之變異檢定上,除了「安全與導覽型」市場內的變異具顯著性差異(其F統計量為2.63與P-VALUE為0.0183)外,「體驗與設施型」市場與「生態與經濟型」市場皆不具顯著性差異,表示此兩群內的農場類型間之CV値的變異應是相同的。但為取得一致性分析起見,本研究仍假設「體驗與設施型」市場內各休閒農場類型之CV值的變異相同,而應用單因子變異數分析進行平均數檢定的工作。由表9中的F統計量與P-VALUE可知,三個區隔市場內的休閒農場類型間之平均CV值皆具顯著性的差異,表示各區隔市場內不同的休閒農場類型之平均CV值並不完全相同。若進一步以多重信賴區間法比較之,則可發現:在「安全與導覽型」、「體驗與設施型」與「生態與經濟型」三個區隔市場中,皆是以第六類型休閒農場的平均CV值分別顯著高於第三類型與第五類型休閒農場的平均CV值。

	平均數				
農場類型 包括項目	安全與導覽	體驗與設施	生態與經濟		
第一類 水果、花卉、蔬菜	331.5	367.2	407.0		
第二類 茶葉	717.9	619.4	768.9		
第三類 畜產	212.5	122.3	104.1		
第四類 蜂蜜、蜜餞、釀酒	375.2	364.5	283.9		
第五類 漁業	193.6	276.2	215.0		
第六類 民宿	916.5	983.1	1287.9		
第七類 綜合	661.2	462.0	615.3		
F統計量 (P-VALUE)	5.49 (0.0001*)	4.85 (0.0001*)	3.05 (0.0075*)		
Scheffe's Test比較結果	3<6.5<6	3<6_5<6	3<6 5<6		

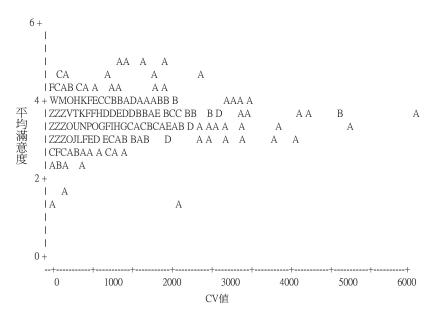
表9各區隔市場在不同休閒農場類型中CV值之變異數分析

註:1表第一類,2表第二類,3表第三類,以此類推。

資料來源:本研究。

3.遊憩效益與滿意度之關聯性分析

為 馬爾整體遊憩效益與據點特性項目滿意度間是否具顯著的關聯性,本研究分別依全體資料與三個區隔市場之特性項目平均滿意度值與



註: 圖中A表1個座標值, B表2個座標值重疊, 其餘以此類推。

圖2 全體資料之平均滿意度值與遊憩效益值之散佈圖

遊憩效益值繪製成散佈圖,以初步探索兩者間是否具一定程度的趨勢關聯度。由圖2之全體資料的結果可發現,兩者間並沒有一定的線性或某種函數趨勢的關聯度可言,若進一步以Pearson相關係數衡量之,則兩者間之相關程度僅呈現低度相關。不僅全體資料的關聯度是如此,本研究亦同樣發現三個個別區隔市場內之平均滿意度值與遊憩效益值的散佈圖亦與整體資料的散佈圖極爲相似,同樣呈現出無一定趨勢的關聯性。因之,由本研究所呈現的資料結果,若欲經由經濟效益與整體特性項目滿意度間相互進行推估工作的可能性將是極爲勉強的。

又若將農場特性項目平均滿意度低於3分者歸爲「傾向不滿意」群, 高於3分者歸爲「傾向滿意」群,而來檢驗兩群間的平均遊憩效益是否具 顯著差異時,則可由Levene檢定結果可知,全體資料與三個區隔市場的F 統計量(或P-VALUE)皆不具顯著性,可知此四者之「傾向滿意」與「傾向 不滿意」群間的CV値之變異無明顯差異,可假設兩群體之CV値變異是相 同的。因此,由表10的變異數分析中之F統計量與P-VALUE可知,除了全 體資料在兩群間的平均CV值具顯著性差異外,三個區隔市場則是皆不具 統計上的顯著性。不過,若直接由表中的平均數來看,「傾向滿意」群 的遊憩效益值確實皆明顯高於「傾向不滿意」群。

表10「傾向滿意」與「傾向不滿意」群間之CV值的變異數分析

項目			· F値	P-VALUE	Scheffe's Test 比較結果
全體資料	304.90	453.70	4.12	0.0426*	1<2
安全與導覽	308.70	440.80	0.90	0.3442	
體驗與設施	269.76	432.16	3.20	0.0741	
生態與經濟	419.60	547.30	0.36	0.5507	

註:1表傾向不滿意,2表傾向滿意。

資料來源:本研究。

四、結論與建議

本研究以宜蘭地區整個休閒農場爲研究範圍,期望藉由不同的區隔 市場,對所創造出的經濟效益,作整體性的評估與研究。

文中透過遊客對休閒農場之重視特性,應用因素分析法,將30項特性縮減並萃取成「安全便利」、「自然生態」、「旅遊體驗」、「經濟服務」、「諮詢導覽」和「設施設備」等六個因素。且應用構面的因素分數進行二階段集群分析工作;結果發現,可將遊客區分成「安全與導覽」型(以男性,而年齡層以30至39歲爲主)、「體驗與設施」型(以男性,而年齡層以20至29歲爲主)和「生態與經濟」型(以女性,而年齡層以20至29歲爲主)三個區隔市場。

根據三個區隔市場對七個不同休閒農場類型進行交叉分析,結果顯示,三個區隔市場在此七個休閒農場類型的分佈不具一致性。其中「安全與導覽」市場在第五類型與第四類型之休閒農場的比率較高,而「體驗與設施型」與「生態與經濟型」市場則在第七類型與第四類型之休閒農場的比率較高。

在三個區隔市場間的平均遊憩效益(以補償變量CV衡量)差異性分析方面,由檢定結果可知,三群間的CV値大致相同。但在區隔市場內不同休閒農場類型間的平均CV値之差異性分析方面,則由檢定結果顯示,各區隔市場內之休閒農場類型的平均CV值並不完全相同。其中「安全與導覽型」市場與「體驗與設施型」市場中的第六類型休閒農場的平均CV值分別顯著高於第三類型與第五類型,而「生態與經濟型」市場中第三類型休閒農場的平均CV值分別顯著低於第五類與第六類型。

在遊憩效益與農場特性項目滿意度間的關聯性分析方面,無論是經由全體資料或是三個個別區隔市場所繒製之散佈圖可知,兩者間不具一定趨勢的關聯性。因之,若欲經由兩者的關係進行相互推估的可能性在本次研究資料中將是無法直接達成。而在「傾向滿意」與「傾向不滿意」群間的平均CV值差異性分析方面,由檢定結果可知,除了全體資料

具顯著性差異外,三個區隔市場則皆不具統計上的顯著性差異,不過由 數據顯示,「傾向滿意」群的CV值確實皆大過於「傾向不滿意」群。

雖然本研究在效益與特性滿意度間之關連性的探索性研究部份,在 此次實證資料中未能得到預期建立未來彼此相互間推估的可能性結果, 但這並不表示兩者間就真的無明顯關連性。因此,建議有興趣者可由採 行多個不同估計遊憩效益的方法來推算遊憩效益,並與滿意度間進行相 關分析。其次,亦可由個別或是同類型農場的遊憩效益,來探索與分析 其與農場特性滿意度間的關連性。

伍、參考文獻

- 方珍玲,<休閒農場經營評估系統之規劃與設計>,《景文技術學院學報》,11 期第2冊,2001年,頁15~28。
- 王小璘、何友鋒,<休閒農業整體發展評估模式之建立>,《戶外遊憩研究》, 第10卷第2期,1997年,頁59~80。
- 王俊豪, <休閒農園之遊客需求分析>,《台灣農業》,第29期,1993年,頁 47~64。
- 汪眞滿、陳凱俐,<遊憩資源之遊憩效益評估一以宜蘭縣爲例>,《宜蘭技術學報》,第5期,2000年,頁91~104。
- 李奇樺,<休閒農業形象整合行銷傳播之研究-以宜蘭縣休閒農業爲例>,(世新大學觀光學系碩士論文,2002年)。
- 何幸修,<休閒農業的顧客關係管理>,《農業世界》,第219期,2001年,頁 97~99。
- 沈珍珍,<臺灣賞鯨豚活動之遊憩效益評估>,(國立海洋大學應用經濟研究所碩士論文,2003年)。
- 吳振銘,<國立海洋生物博物館經濟管理之經濟研究>,(國立海洋大學應用經濟研究所碩士論文,2003年)。
- 林豐瑞,<談如何研擬休閒農業行銷策略>,《農業經營管理會訊》,第24期, 2000年,頁12~17。

人文及管理學報 第四期

- 林淑瑜,<雪霸國家公園遊憩效益評估研究>,(國立中興大學資源管理研究所 碩士論文,1996年)。
- 段兆麟,<休閒農業之經營診斷>,《臺灣農業》,第13卷第3期,1994年,頁 34~42。
- 段兆麟,<頭城休閒農場經營診斷分析>,《臺灣農業》,第33卷第4期,1997 年,頁22~38。
- 孫文宏,<臺灣北海岸娛樂漁業之經營分析>,(海洋大學漁業經濟研究所碩士 論文,2000年)。
- 陳英仁,<高雄區休閒農業資源規劃之探討>,《臺灣農業》,第29卷第1期, 1993年,頁94~103。
- 陳昭郎,<休閒農業區之發展與農村整體規劃之整合>,《農業世界》,第169 期,1997年,頁16~18。
- 陳凱俐、林雲雀,2005,<不同旅遊需求函數設定下之遊憩效益比較一以宜蘭縣 爲例>,《農業與經濟》,第34期,頁91~120。
- 陳凱俐主編,2003。蘭陽農業旅遊手冊。宜蘭:財團法人蘭陽農業發展基金 會。
- 陳凱俐,2004,2003年宜蘭休閒農業經濟效益評估。財團法人蘭陽農業發展基金會委託計畫,國立宜蘭大學應用經濟學系。
- 陳凱俐、吳菁樺、簡雅鳳、鍾毓芳、林筑君(1996),「觀光果園之消費意向調查 與經濟效益評估一以官蘭縣爲例」,農業經營管理年刊,2,頁94~122。
- 陳凱俐、張高誠,<休閒農業及產業文化活動之經濟效益評估-以宜蘭縣爲例 >,《官蘭大學學報》,第1期,2003年,頁91~103。
- 陳凱俐、溫育芳,<遊憩區經濟效益評估法之應用一以國立宜蘭農工專科學校實驗林場爲例>,《農業經濟叢刊》,第1卷第1期,1995年,頁87~116。
- 陳詩璋,<碧砂漁港發展多功能利用之經濟效益評估>,(國立海洋大學應用經濟研究所碩士論文,2000年)。
- 陳澄津,<梧棲漁港多功能利用之經濟分析>,(國立海洋大學應用經濟研究所碩士論文,2001年)。

- 陳麗琴、汪大雄、黃進睦、林國銓,<福山植物園遊憩經濟效益之評估>,《台灣林業科學》,第17卷第3期,2002年,頁375~385。
- 張恕忠、林晏州,<遊客對休閒漁業活動之態度與體驗之研究>,《戶外遊憩研究》,第15卷第4期,頁27~48。
- 黃宗成、吳忠宏,「休閒農場遊客遊憩體驗之研究」,《戶外遊憩研究》,第 13卷第4期,2000年,頁1~25。
- 黃宗煌,「台灣地區國家公園之遊憩效益的評估」,《臺灣銀行季刊》,第41 卷第3期,1989年,頁282~304。
- 黃世賢,<國家公園遊憩經濟效益值之評估一以陽明山國家公園爲例>,(國立中興大學都市計畫研究所碩士論文,1998年)。
- 黃珮玲,<國有森林遊樂區之遊憩效益評估一以奧萬大森林遊樂區爲例>,(國 立中興大學森林研究所碩士論文,1998年)。
- 黃惠如,<小琉球發展休閒遊憩活動之潛力與效益評估>,(國立海洋大學應用經濟研究所碩士論文,2002年)。
- 游誌明、林育慈,「台灣發展休閒農場可行性之研究—以中部酪農村休閒農場 爲例」,《台灣土地金融季刊》,第33卷第4期,1996年,頁91~122。
- 賀天俊,<深澳漁港之娛樂漁業經營與遊憩效益分析>,(國立海洋大學應用經濟研究所碩士論文,2001年)。
- 詹雅文,<墾丁國家公園發展生態旅遊之效益評估>,(東海大學景觀學系碩士 論文,2001年)。
- 廖祥亨,<陽明山國家公園旅遊資源經濟價值評估>,(中國文化大學經濟學研究所碩士論文,2003年)。
- 蔡明欽,<台灣北海岸休閒漁港市場區隔與遊憩效益之分析>,(國立海洋大學應用經濟研究所碩士論文,2003年)。
- 劉癸君、林喻東,「阿里山森林遊樂區之遊憩效益-以條件評估法與旅遊成本法 評估爲例」,《林業研究季刊》,第25卷第3期,2003年,頁87~106。
- 劉國寶, <忠勇山登山步道景觀資源遊憩效益之研究>, (東海大學景觀學系研究所碩士論文, 1994年)。

人文及管理學報 第四期

- 鄭仲、簡文憲,「休閒農業的整體發展策略」,《花蓮區農業專訊》,第39 期,2002年,頁7~10。
- 鄭智鴻(2000),「北台灣休閒農場市場區隔與市場定位分析」,世新大學觀光學 系碩士論文。
- 鄭健雄,「農業旅遊行銷通路與策略聯盟之研究」,《農民組織學刊》,第3 期,2001年,頁89~116。
- 鄭詩華,「休閒農業計畫之經濟評估原理與方法」,《台灣農業》,第27卷第4期,1991年,頁88~100。
- 鄭蕙燕,「臺灣地區休閒農場遊憩經濟效益之估測」,《臺灣經濟》,第228 期,1995年,頁57~65。
- 鄭蕙燕,「臺灣休閒農業之遊憩需求函數的選擇」,《臺灣經濟》,第338期, 1996年,頁69~72。
- 鄭蕙燕、張偉祐、林政德,「四草野生動物保護區遊客之遊憩效益與時間成本:截斷式撥爾生模型之應用」,《農業經濟半年刊》,第67期,2000年,頁161~178。
- 顏淑玲,「休閒農業之文化與教育性體驗活動規劃經營」,《臺灣經濟》,第 28卷第4期,1992年,頁60~68。
- 羅碧慧,<休閒農業供需行爲之研究-以九斗村休閒農場爲例>,(臺灣大學農業 經濟學研究所碩士論文,2000年)。
- 蘇紀維,<遊憩效益評估之最適模型選擇>,(國立台灣大學經濟學研究所碩士 論文,1993年)。
- Cameron, T.A., "Combining Contingent Valuation and Travel Cost Data for the Valuation of Nonmarket Goods," Land Economics.16(5):1992, pp.302~317
- Clawson, M. and J.L. Knetsch, 1966. Economics of Outdoor Recreation, Washington, D.C.: Resources for the Future.
- Hotelling, H, "Letter to the National Parks Service, June 18.(1947)," Studies of Outdoor Recreation, Outdoor Recreation Review Commission, Washington, D.C.

附錄 2004宜蘭縣休閒農業據點遊客問卷

問卷編號:
訪查日期:93年月日 據點名稱: 訪員:
第一部分:休閒農業據點的旅遊行為
1.請問您最近一年到全台灣休閒農業據點旅遊過幾次(包含此次)?
□(1)1次 □(2)2次 □(3)3次 □(4)4次 □(5)5次以上
2.請問您最近一年到宜蘭地區休閒農業據點旅遊過幾次(包含此次)?
□(1)1次 □(2)2次 □(3)3次 □(4)4次 □(5)5次以上
3.整體而言,請問您主要是透過何種管道取得有關休閒農業據點旅遊地
的訊息?(可複選)
□(1)報章雜誌 □(2)電視或廣播報導 □(3)親友告知 □(4)網路
□(5)旅行社安排 □(6)路標或旅遊導覽中心 □(7)旅遊展覽
□(8)其他
4.您這一次旅遊是否只(預計)到這個休閒農業據點?□是 □否
5.您這一次旅遊大約花多少時間在交通上(來程加回程)?小時。
6.您這一次旅遊總共安排多久的時間?
□(1)沒有事先安排,隨意走走 □(2)半天 □(3)1天 □(4)2天
□(5)3天 □(6)4天以上
7.您這一次旅遊,在這個休閒農業據點(預計)停留小時。
8.請問您到這個休閒農業據點的主要交通工具爲:
□(1)機車 □(2)自用車 □(3)遊覽車 □(4)火車 □(5)公車
□(6)其他
9.請問您這次旅遊的花費
(1)在這個休閒農業據點內之花費,總花費元其中,餐飲
元(共餐)、住宿費元(共
晚)、其他花費元(請詳答第10題)
(2)全程車資、油資、交通費
(3)所有在此次旅遊內之餐飲費元(共餐)【全程,
含在這個休閒農據點】

人文及管理學報 第四期

(4)所有在此次旅遊內之住	:宿費_		亡(共	晚)	【全程,
含在這個休閒農據點】					
(5)所有在此次旅遊內之其	他花費		_元【全程	,含在這個	固休閒農
據點】					
這次旅遊總共花費		元【全程,	含在這個	休閒農據縣	點】
10.請問您此次在這個	固休閒島	農業據點內參	加的項目包	见括哪些?((可複選)
各項目若需單獨付費	,請說	明付款金額	0		
□(1)參觀(_元)	□(2)購買產	TII (元)	
□(3)採蔬果(元)	□(4)參加DI	Y或體驗活	·動(元)
□(5)參加導覽解說(_		元) □	(6)露營(元)
□(7)烤肉(_元)	□(8)其	他(元)	
請說明項目					
11.您這一次旅遊同行的親	友人數	7總共	_人。		
12.未來一年內,在考慮悠	区的預算	算與休閒需求	,請問您何	會再到宜同	纂地區休
閒農業據點的可能性如	何?				
□(1)一定不會 □(2)相	當不可	能 □(3)普通	到能 □(4	1)相當可能	E E
□(5)一定會					
13.請問您對於目前已去過	圖的休閒	引農業據點,	推薦親友友	亦前往旅遊	遊的可能
性如何?					
□(1)一定不會 □(2)相	當不可	「能 □(3)普遍	通可能 □((4)相當可	能 □(5)
一定會14.一般而言	,休閒剧	農場可以依她	的利用基础	楚及利用	
14.一般而言,休閒農場下	可以依然	她的利用基			
礎及利用型態區分如右	逼的(A	A)生態體驗		自然資源體系為基礎 觀光表謝 自然風景	
型、(B)農業體驗型、	` ′		農業型体間 市民農園	教育農園 特定區 公路花園 生態保護區	生態型体間
(D)農村旅遊或鄉村體	驗型等	四類。您	/ / /	(京教教教 生馬林祖教	以
認爲您這次旅遊的這个	個休閒	農業據點		假展場登 休閒哀常 体閒哀常	80 dt
最適合歸類爲哪一型?	_		減假型休閒 觀光飯店	(株間 (供幣部) (株形) (株形)	文化製作開
第二適合歸類爲哪一	型?_			水湖波似中心 文化古蹟 人為資源體系為基礎	
第三滴合歸類爲哪一:	刑?				

第二部分:以下為休閒農業據點的各種特性,請您依個人的期望重視程 度和實際感受程度勾選最適答案。

及	,和貝际心文任及习恶取迥合条。	
個人期望	實際感受	
極		非極
不不	thete but.	常不不
重普重重	特性	滿滿普滿滿
要通要要	like Nike who time till. Its	意 意 通 意 意
	1.旅遊資訊詳盡	
	2.可與鄰近景點連結	
	3.供應風味餐或完備的餐飲服務	
	4.價格低廉合理	
	5.具有產業與資源解說人員	
	6.具緊急醫療協助網絡	
	7.提供遊客申訴服務	
	8.園區路線導覽與諮詢	
	9.環境清潔衛生	
	10.網路資源服務	
	11.具田園風味或完善的住宿	
	12.提供停車之便利性	
	13.適當公共設施與管理措施	
	14.特產品販售中心	
	15.具會議設施與場地	
	16.設置危險和警告標誌	
	17.設置景觀花園或觀景點	
	18.傳統農作歷史回顧	
	19.當地歷史人文展示	
	20.具有民俗童玩的體驗	
	21.具農業生活體驗活動	
	22.具有多媒體簡報會議室	
	23.可親近農場動植物機會	
	24.消防安全與設備	
	25.飲食的衛生	
	26.設置保育園區提供生態教學	
	27.提供原野步道以親近自然	
	28.具有特殊自然景緻	
	29.提供欣賞天象的好去處	
	30.具有優美的地形資源	
	50.只日度大时地心具你	

人文及管理學報 第四期

第二部分:個人資料
1.性別:□(1)男 □(2)女
2.年齡:
3.職業:□(1) 主管、經理、專業人員(如公民營機構主管、教育機構主
管人員研究人員、醫護人員、律師、會計師、作家與教
師、政府行政監督、企業業務監督、財務及銷售助理等)
□(2) 技術人員、事務人員、服務人員(如出納、櫃臺、文書、
郵務等佐理人員、旅運、餐飲、保全等服務工作人員)
□(3)農人、工人(農、林、漁、牧、狩獵工作者、水泥工、機
車裝修工、印刷排版工、汽車駕駛、發電設備操作工、小
販、兜售員、家庭傭工、搬運工等)
□(4) 軍人或無職業(包括家庭主婦、學生等)
□(5) 其他(請註明)
4.教育程度:
\square (1)國小或以下 \square (2)國(初)中 \square (3)高中(職) \square (4)大專 \square (5)大學 \square (6)
研究所以上
5.每月個人平均所得(含零用錢):
□(1)不到1萬元 □(2)1萬元(含)-不到3萬元 □(3)3萬元(含)-不到5萬元
□(4)5萬元(含)-不到7萬 □(5)7萬元(含)-不到9萬元 □(6)9萬元(含)-不
到11萬元 □(7)11萬元(含)-不到13萬□(8)13萬元(含)以上