

休閒農場遊憩意願研究 Willingness to Leisure Recreation under the Farm

簡嘉蕙* 劉再峰 盧淑瓊 簡志宏

Chia Hui Chien*, Tsai Feng Liu, Shu Chiung Lu, Chih Hung Chien

黎明技術學院企業管理系

Department of Business Administration, Lee-Ming Institute of Technology

摘 要

隨著科技進步、知識普及與資訊多元，民眾對休閒育樂價值的改變更伴隨著周休二日，使國人有更多時間從事休閒活動，因此民眾越來越重視休閒生活的品質及家人朋友間情感維繫，民眾會利用休閒假日前往郊外進行休閒遊憩活動，自然景觀與生態環境是提供民眾休閒旅遊、放鬆心情、舒解壓力及維繫情感的最佳方法。對於現代人強調健康、天然與舒解壓力都具有其正面價值與意義，也因此帶動了休閒旅遊的盛行。近年來台灣農業積極與觀光旅遊業合作，將傳統農場轉型為對外開放並提供休閒、育樂、遊憩的觀光農場。如此不僅是對休閒活動需求增加，同時對場地設施、活動設計以及服務品質的要求也相對越來越高，休閒農場唯有整合發展提供更完善更貼心的服務品質及獨特差異化活動設計來滿足民眾的需求；另外，消費者之主要需求在於「接近自然」，故休閒農場營運主題應盡量與「自然」緊密結合，但亦需兼顧本身的特殊性，以免與其他對手的營運主題重覆，如此才能吸引更多顧客前來。

關鍵詞：休閒農場、市場區隔、目標界定、市場定位

Abstract

With advances in technology, literacy and information diversity, people change the value of recreation when accompanied by a two-day weekend more, so people have more time to engage in leisure activities, thus increasing emphasis on the quality of the people and their families and friends leisure life between emotional support, people will take advantage of leisure holidays to the outskirts of conduct recreational activities, natural landscape and ecological environment is to provide the public leisure travel, relax, relieve stress, and the best way to maintain emotional. For the modern emphasis on health, both of the natural and relieve



stress have their positive value and significance. Thus driving the popularity of leisure travel. In recent years, Taiwan's agricultural active cooperation with the tourist industry, the transformation of the traditional farm offers leisure opening, recreation, recreation tourist farm. This will not only increase the demand for leisure activities, on site facilities, activity design and quality of service requirements are relatively higher and higher, leisure farms only provide better integration of developing more intimate service quality and unique design differentiated activities to attract more customers to come.

In this study, questionnaire survey for the general consumer issued 400 questionnaires were collected 400 questionnaires, hoping to understand the will of the people of Leisure and Recreation Farm expectations of requirements, hoping to reference the leisure farm development.

Key Words: Leisure farm, Market segmentation , Goal setting , Market positioning



1. 前言

今因科技的快速發展及生活型態的改變，對於農務經營工作辛勞、收益偏低導致人力投入困難，故許多傳統農務經營者便將傳統農場轉型為休閒農場方式經營。目前台灣的休閒農場主要提供遊客活動有：自然學習、農村文化與環境教育等多樣化的體驗活動，例如：親近動物、實際採果、品嚐美食、手工製作、彩繪、生態解說、民俗體驗等〔1〕。根據行政院農委會(2011)指出，農村休閒旅遊人數，98年1,000萬人次、產值55億元，99年農村休閒旅遊人數達1,200萬人次、產值65億元，100年農村休閒旅遊人數達1,400萬人次、產值72.8億元，98至100年共3,600萬人次。旅遊人次100年較98年成長40%，三年整體休閒農業及農業旅遊產值達192.8億元〔2〕。因而如此休閒遊憩產業也就愈加興盛。休閒農場是結合原有農業資源與休閒遊憩資源而形成的一種創新產業。由於現今都市人口密度高及生活步調快速、工作壓力大，故休閒遊憩越來越受到現代人之重視。而現今欲在休閒遊憩產業盛行及休閒農場、民宿等高度競爭下，唯有加強農場之功能：如教育知識、體驗生活、休閒舒壓、養生保健、文化傳承及資源再利用等〔3〕〔4〕，並對農場硬體設施、環境衛生安全、活動設計多元以期能滿足不同年齡層需求以及服務品質嚴格要求，如此才能滿足消費者多元需求。

2. 主要內容

休閒農場定義：休閒農業區則不同於農村社區，依據「農業發展條例」第3條之定義，休閒農業係指利用田園景觀、自

然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營；而休閒農場係指經營休閒農業之場地。另外，在行政院農業委員會民國89年7月31日所發布施行的「休閒農業區設置管理辦法」及「休閒農業輔導辦法」中指出「休閒農業是利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營」〔5〕。換言之，休閒農業是結合生產、生活與生態三生一體的農業，在經營上則結合產銷、農產加工及遊憩服務等三級產業的經營型態，所以具有初級產業、二級產業及三級產業於一體的農企業特性，可說是近年來發展的農業經營新型態〔11〕。它是將農業生產主體及其環境和休閒觀光遊憩活動相結合的一種活動型態，是親近自然、體驗自然的活動。在發展上具多目標的功能，包括經濟功能、社會功能、教育功能、環保功能、遊憩功能、醫療功能、文化傳承功能〔3〕〔4〕。依據〔6〕影響遊客參與休閒農場體驗活動之因素為：

- 一、鄉村旅遊體驗活動以「欣賞優美自然景觀」、「主題設計別緻」、「地方美食品嚐」三大類型體驗活動最具吸引力，文化慶典類活動有待農場經營者進行創意規劃。
- 二、參與休閒農場體驗活動型態與其休閒動機、或休閒阻礙間部份具顯著相關。

因為地理環境及文化背景之影響，故台灣休閒農場發展非常發達，而休閒農場大致可分成以下數種形態：觀光農場、市



民農園、民宿、休閒農場等〔7〕。從資源論作為基礎出發，以休閒農場的核心產品之自然或人為資源作為主要區隔變項，分為以自然資源為基礎及以人為資源為基礎兩構面以此營造出不同的資源吸引力，接著再以資源之利用或保育導向作為區隔依據，將台灣之休閒農場劃分為四種不同類

型：農業體驗型、生態體驗型、渡假農莊型、農村旅遊型〔8〕〔9〕。

休閒農場產業的興起並非平地而起，也是經過長時間的蛻變，慢慢經營不斷改進，才得以有今天的發展。台灣休閒農場的發展歷程〔10〕如表一說明：

表一、台灣休閒農場的發展歷程

類別 分期	成長期前段
時間	探索期 休閒農業
時期	民國69年至78年
休閒農業轉變	台灣休閒農業在三大農場的帶動下蓄積一股衝勁，但共同的問題是對休閒農業的定位與走向都在探索、磨合、適應。三大農場：彰化縣農會東勢林場、台南縣農會走馬瀨農場、宜蘭縣香格里拉休閒農場。
政府涉入程度	1. 民國69年台北市政府在木柵推行觀光茶園計畫，這是政府推廣休閒農業的肇始。 2. 民國71年台灣省政府執行「發展觀光農業示範成長期前段計畫」，將觀光農業在省內推行。
類別 分期	成長期中段
時間	茁壯期 休閒農業
時期	民國79年至89年
休閒農業轉變	農業界及社會積極投入休閒農業，代表農業轉型發展的急迫性及民眾自然生態旅遊及農業體驗的高度需求。
政府涉入程度	1. 民國78年，農委會委託台灣大學農業推廣系舉辦「發展休閒農業研討會」，會中確定「休閒農業」的名稱，這項定名對於休閒農業成長中段的定位與走向產生關鍵性的影響。 2. 農委會同時發布實施「森林遊樂區設置管理辦法」，發展森林旅遊。開始積極推行發展休閒農業的相關計畫項目。 3. 81年，農委會訂定「休閒農業區設置管理辦法」，這是台灣發展休閒農業的首部法規。 4. 85年，修訂為「休閒農業輔導辦法」，區別休閒農業區與休閒農場的概念，並賦予不同的輔導方式。



類別 分期	成長期後段
時間	倡導期 休閒農業
時期	民國89年至92年
休閒農 業轉變	政府對休閒農業的重視，從政策面提升到法律面。
政府涉 入程度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 民國 89 年，農業發展條例增定休閒農業的基本規定。 2. 89 年將「休閒農業輔導辦法」訂定為「休閒農業輔導管理辦法」，放寬申請休閒農場成長期後段的面積到 0.5 公頃的規定，奠定休閒農業在本階段蓬勃發展的基礎。 3. 90 年行政院經建會公佈「國內旅遊發展方案」及交通部觀光局訂定「21 世紀台灣發展觀光新戰略」，均提出發展生態旅遊、箭康旅遊的策略，使休閒農業與國家觀光旅遊政策相呼應。 4. 農年農委會推行「農漁園區計畫」，策訂以後四年休閒農業的輔導模式。
類別 分期	發展期
時間	發展期 休閒農業
時期	民國93年迄今
休閒農 業轉變	休閒農業發展到前階段可未達到了千家的高峰，固本期不再追求量的增加，而是企求質的提升。將休閒農業推向另一個高檔台階，促進永續發展。
政府涉 入程度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「休閒農業輔導管理辦法」在民國 93、95 年先後修訂三次，主要精神在提升服務品質，促進穩定發展。 2. 休閒農場評選、評鑑等措施都開始直行；鼓勵創意開發，參加國際旅展，試辦常宿休閒，都在帶動品質。 3. 93 年全國服務業發展協會建議規劃與推動具國際觀光水準的休閒農區，對提升區域性休閒農業品質具有鼓舞的作用。

資料來源：整理自段兆麟〈2007〉

依據Kolter(2002)〔30〕STP策略及針對消費者市場常用的二大類區隔變數(1)消費者特徵：人口統計項(2)消費者反應等來規劃一滿足消費市場之休閒場地：

一、市場區隔：

主要是針對台灣的家庭旅遊和公司同事旅遊為目標市場，職業從學生、上班族至退休族群都有，期望利益是希望能帶給消費者娛樂性、休閒性與溫馨性。家庭旅



遊主要是能夠拉近每個成員之間的距離，也能夠更貼近大自然；而公司同事旅遊則是能夠讓上班族放鬆身心、調適心情和減低壓力，讓公司內部更加和諧。

二、目標界定：

根據Kolter(2002)〔30〕的選擇性專業化策略來界定市場，共分為16~20歲、21~30歲。這兩個年齡層是分別為學生與就業人士；在16~20歲這段年紀，是跟父母一起出去遊玩或同學一起出遊的年紀，而21~30歲是同事或朋友間旅遊，培養彼此情感及更可拉近彼此距離。

三、市場定位：

因週休二日再加上生活品質提高，導致國內休閒旅遊風氣的盛行，政府積極推動觀光休閒產業，單純的農場經營方式已無法滿足民眾需要，需改變以往的傳統經營模式，才能夠去滿足民眾需求。

3. 結果與討論

本研究透過問卷調查的方式，於民國101年7月1日至8月31日，於大台北地區針對一般消費者發放400份問卷回收400份問卷，有效問卷384份，利用統計方法探究消費者對休閒農場的喜好程度，以及日常生活中之活動、興趣與意見對消費族群人口進行問卷調查。在不同消費族群以及各年齡層人口之旅遊行為、對休閒所持之態度、產品偏好等做出問卷設計。

根據數據得知有85%民眾有出遊意願，由於受限上班、上學的因素，因此遊客的旅遊天數多以當天來回，或兩天一夜的旅遊方式為主。多數遊客是一天來回或利用假期以星期六、日兩天為主，由問卷

結果中消費者行為可看出，旅遊同伴為朋友(31%)、家人(28%)及同學(14%)佔了較高的比例。旅遊資訊的獲得，隨著網際網路的發達多數民眾由網路(26%)獲得為主要管道，其次為受親朋好友的推薦(23%)以及電視旅遊節目(18%)介紹等，透過這些管道來得知相關旅遊資訊。

研究發現一半以上(81%)民眾對參與「體驗活動」有高度意願，其中有28%民眾想親近小動物，23%民眾想做餅乾等DIY課程，24%民眾想體驗摘種蔬果等田園活動所以一般民眾對於休閒農場的認知為：休閒農場是提供遊客休閒、遊憩的功能場所，能夠從事健康的休閒活動，遠離都市、身心放鬆並親近大自然及動物，體驗農村生活，追求生活樂趣回歸大地的感覺，藉以達到平日紓解緊張壓力的目的，因此，休閒農場更須強調遊客親自體驗的各項體驗活動設計，也就更為的重要，以期能滿足遊客的需求。

透過「體驗差異」創造競爭優勢，成功建立情感偏好的關鍵，提供具體的差異性，以期能維繫遊客回流的忠誠度。

除此之外，另可利用以下幾種方式加強本身之優勢：

一、多元化套裝行程以提供遊客體驗為目的，擬定出體驗行銷策略：

遊客遊程時間方面以兩天一夜比例佔最多，休閒農場可配合鄰近各地不同季節與傳統節令之主題特色故建議提供多元化套裝行程，讓遊客每次來到都會有不同的體驗，以增加對農場的滿意度，增加重遊意願。



二、注重遊客特性設計活動：

針對與朋友前來及家人旅遊等遊客設計多元性活動與親子互動活動，這將影響遊客重遊意願。農場可依地方節令時程之不同，增設計多樣化、主題式的體驗活動內容與路線，以增進家人和子女間的情感，以提升遊客遊憩幸福感的產生。

三、建造學習環境：

利用農場資源，配合幼稚園、中、小學之戶外教學課程，安排學童至牧場參觀或參加體驗活動，達到教育學習的目的，另外在活動設計上同時需著重家庭同樂的主題上，設施要考量到不同年齡層的需要，所提供的服務要能全家共享，特別是小朋友及老年人，以營造一個適合全家同樂的氣氛。

四、促銷方式：

業者可利用非假日時段從事公關活動，定期在大都會地區固定場所，舉辦農特產品展售，招待記者媒體或旅遊專欄作家，以提升景點知名度。業者可在非假日時段推出各式活動，包括價格折扣、優惠券、贈品等，以增加顧客購買意願。

五、開發年長者老人休閒市場：

由於醫學、保健科技發達，促使人口結構的改變，目前全球的開發、已開發國家，都有人口老化的趨勢。老年顧客未來將為休閒農業帶來一個非常具有潛力的市場。

六、休閒農場應加強在產品美感與設計：

在空間視覺設計中，農場外觀建築以

及室內裝潢為遊客最重視的項目，故須於傳統與現代化間做連結迎合消費者的喜愛；農場販售地方相關商品及農場特色及紀念品皆須以精緻化包裝設計或時尚環保概念等成為伴手禮並提升農場及產品形象具有收藏價值。

七、國際觀光宣傳推廣：

現為地球村的社會，再加上網路資訊的蓬勃發展，利用旅遊資訊平台及傳播管道將台灣美麗風光及風俗民情傳達至全世界以吸引國際觀光客的注意。

4. 結論

對於經營業者而言，可運用農場環境、景觀、設備的資源，發揮地方特色，達成多樣化、精緻化與獨特性的休閒農場設施。並透過活動設計與設施的安排，從事體驗或休憩的活動需求，創造體驗的差異，開創出更具有其特色的體驗項目和活動內容，讓遊客在教育學習中體驗生態，如餵食、親作等活動，和其他競爭對手作出區隔，建立獨特品牌形象。

休閒農場之經營，除了建構農場本身的優勢與特色之外，必須結合新的行銷方式，將農場行銷出去，唯有強有力之行銷手法，始能讓農場獲取更多的利潤。目前休閒農場經營狀況較佳者，幾乎都已使用網路行銷的方式，擴張農場的知名度，網路行銷的成功與否已經成為農場經營的關鍵因素。

誌謝

本研究為黎明技術學院102年研究案，編號為1023011，承蒙邱氏鼎食品企業股份有限公司支持，特致上最高的感謝。



參考文獻

1. 劉瓊如，林濰榕，林若慧，戶外遊憩研究，25卷第3期，第59-81頁，國立嘉義大學觀光休閒管理研究所，嘉義，台灣，2012。
2. 行政院農委會，推動農村休閒旅遊，台北，台灣，2011。
3. 李謀監，周淑月，台灣休閒農場之經營發展及其消費行為之研究，台灣經濟，200期，台北，台灣，1993。
4. 陳昭郎，休閒農業的發展方向，休閒農牧業專輯，大自然季刊。第50輯，第5-13頁，台灣，1996。
5. 行政院農業委員會，休閒農業輔導辦法，台北，台灣，2007。
6. 羅鳳恩，林翠香，馬克魯，夏先瑜，生物產業科技管理叢刊，第4卷第1期，第2-15+17頁。台灣，2013。
7. 王偉哲、賴美蓉，遊客在休閒農業區中從事遊憩活動之遊憩動機、體驗與滿意度之探討，休閒觀光產業，中華民國戶外遊憩學會編，第9-24頁，台北，田園程式文化事業有限公司，台灣，1997。
8. 鄭健雄，陳昭郎，休閒農場經營策略思考方向之研究，農業經營管理年刊，第二期，第123-144頁，台北，台灣，1996。
9. 陳冠宏，遊客對龍門露營區遊憩活動體驗之研究，世新大學觀光研究所碩士論文，台北，台灣，2004。
10. 段兆麟，台灣休閒農業發展回顧與未來發展策略，農業推廣文彙，第51輯，屏東，台灣，2007。
11. 蔡進發，張良漢，鄧雪娟，休閒農場策略行銷規劃之研究—以巔頭休閒農場為例，國立嘉義大學休閒事業管理研究所碩士論文，嘉義，台灣，2006。
12. 邱博賢，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，世新大學觀光學研究所，台北，台灣，2003。
13. 張琬敏，休閒農場經營關鍵成功因素之研究-以台灣四家休閒農場為例，經國管理暨健康學院健康產業管理研究所，基隆，台灣，2009。
14. 黃宥達，休閒農場消費者行為之調查—以走馬瀨和嘉義農場為例，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，嘉義，台灣，2008。
15. 方威尊，休閒農業經營關鍵成功因素之研究-核心資源觀點。國立台灣大學農業推管系研究所未出版之碩士論文，台北，台灣，1997。
16. 劉富善，台灣休閒農場之設立、輔導及檢討，農會金融論叢，中國農民銀行，台灣，1996。
17. 楊政榮，台灣休閒農業發展之研究。海峽兩岸土地研究研討會。第229-230頁，台灣，1999。
18. 吳慧玲，台灣休閒農場服務品質量表之發展，國立交通大學經營管理研究所未發表之碩士論文，新竹，台灣，2003。
19. 陳墀吉，陳德星，休閒農業概論，威仕曼文化，台北，台灣，2005。
20. 陳昭郎，休閒農業園區發展策略，農業推廣文彙第53輯，台灣，2008。
21. 劉蕙燕，劉欽泉，台灣與德國休閒農業之比較，台灣土地金融季刊，第32卷，第2期，1995年6月，台北，台灣，1995。
22. 江榮吉，休閒農漁業的發展，興大農業，第31卷，第13-17頁，台中，台灣，1999。
23. 周文賢，行銷管理—市場分析與策略規劃，智勝出版社，台北，台灣，1999。



24. 郭振鶴，行銷研究，華泰文化事業公司，台北，台灣，1999。
25. 戴國良，行銷策略分析與實務，五南圖書，台北，台灣，2003。
26. 楊琬琪，休閒農場經營管理策略之研究—以嘉義縣綠盈農場為例，屏東科技大學熱帶農業暨國際合作研究所博士生研究所博士論文，屏東，台灣，2007。
27. 李銘輝，旅館經營管理實務，揚智文化。(2-2. 1)，台北，台灣，1996。
28. 廖世平，高鐵完工後對休閒產業行銷策略影響之研究—以主題遊樂園為例，國立台北大學企業管理學系碩士論文，台北，台灣，2002。
29. 王俊豪，周孟嫻，鄉村旅遊與休閒農業之競合關係，台灣休閒農會訊，10，第 7-9 頁，台北，台灣，2006。
30. Kotler, Philip, Marketing Management, 11th ed, New Jersey, Prentice-Hall, 2002。

