

遊客對觀光農園資訊需求之研究

林木忠 林文雄

摘要

為探究遊客對觀光農園之觀感、期望、態度與消費行為，於觀光農園開放期間採現場問卷調查方法，訪問有效問卷283份，調查個人基本資料，喜歡前往之農園，對觀光農園之認知與評價及其相關資訊之獲取等。所得資料由DBASE III建檔，經SAS統計分析程式行頻度分析。結果顯示：遊客對草莓觀光農園喜好度(52.7%)較其他農園為高；觀光農園農產品售價40.7%認為很合理；觀光農園政策尚有8.6%不知道；68.3%贊成政府增設觀光農園；38.6%獲知觀光農園資訊，係經由親友告知，及31.3%經親友獲知採果知識；60%認為電視為最佳傳播媒體；52.8%希望以手冊說明採果方法；觀光農園經營者對遊客之服務態度甚獲好評，然其環境衛生，廁所清潔管理及人行道之整修均得加強。

前言

由於國內社會環境變遷，工商業發達，國民所得提高，相形之下，農業生產值占總體經濟生產比值下降，加上國際貿易自由化，農產品生產過剩之衝擊，導致農業的發展空間越來越狹隘。有鑑於此，農政單位為促使現階段農業開創新契機，由傳統型的農業生產功能轉向多元化目標發展，運用農業天然資源，結合生產、觀光遊憩與教育為一體之目標，在全省各地輔導成立觀光農園，成為民衆假日旅遊好去處。

本研究目的在配合政府推行觀光農園計畫，瞭解遊客對觀光農園之觀感、期望、態度、消費行為及意見反應等。並將調查分析結果提供輔導觀光農園之參考資料，改進觀光農園經營者經營效率與服務品質，達成遊客消費及教育目的，以及本場製作觀光農園教育、宣導視聽教材之依據。

材料與方法

一、調查時間

本調查自81年7月1日起至82年6月30日止。

二、調查方法

採「現場問卷調查法」作業，設計半封閉式調查表，於觀光農園開放採果期間，隨機進行遊客調查，共調查遊客300名，包括柑桔觀光農園遊客100名，草莓觀光農園遊客100名，桃、李觀光農園遊客100名，回收有效問卷283份做分析研究。

三、調查內容

1. 基本資料：包括遊客性別、年齡、職業、教育程度及務農經驗等。
2. 消費行為：包括遊客對觀光農園喜好種類、產品價格意見及消費目的等。
3. 意見反應：包括遊客對觀光農園的認知程度，態度觀念、需求程度及評價等。
4. 資訊需求：包括遊客對觀光農園資訊需求種類、需求程度及需求管道。
5. 意見陳述：採行開放式陳述法，由遊客自由陳述意見或建議事項。

四、資料整理分析

訪問調查資料，以DBASE III (7)建立資料檔、經由SAS(8)統計分析程式，行頻度(Frequency)分析。

結果與討論

一、遊客類別之分析

根據觀光農園遊客之屬性及是否務農類別，探討接受調查意願，結果如表1～3所示。

表1. 觀光農園遊客性別、年齡所佔比例
Table 1. Percentages of sex and age of tourists visited the sight-seeing farm.

性別 Sex	人數 Number	百分比 Percentage	年齡 age	人數 Number	百分比 Percentage
男	168	59.8	10以下	2	0.8
女	113	40.2	11~20	21	7.5
			21~30	92	32.8
			31~40	105	37.5
			41~50	42	15.0
			51~60	14	5.0
			61以上	4	1.4

表2. 觀光農園遊客職業別、教育程度所佔比例
Table 2. Percentages of profession and education of tourists visited the sight-seeing farm.

職業 profession	人數 Number	百分比 Percentage	教育程度 Education	人數 Number	百分比 Percentage
公	38	13.8	研究所以上	1	0.4
教	7	2.5	大學	25	9.2
工	77	27.9	專科	56	20.6
商	65	23.6	高中	116	42.8
農	11	4.0	國中	51	18.8
學生	33	12.0	小學	20	7.4
家管	18	6.5	識字	1	0.4
服務業	4	1.4	不識字	1	0.4
無	23	8.3			

表3. 觀光農園遊客務農別所占比例

Table 3. percentages of Farming experience of tourists the sight-seeing farm.

項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage	項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage
有務農經驗	134	48.7	上一代務農	198	71.2
無務農經驗	141	51.3	上一代無務農	80	28.8

觀光農園遊客願意接受調查之性別差不大，顯示社會結構改變，女性遊客樂意接受訪問調查佔40.2%；在年齡層方面以31~40歲人數最多37.5%，因該年齡層已有相當經濟基礎，且處於社交活動較旺盛之人生階段；職業別以工最多27.9%；教育程度以高中最多42.8%；喜歡到觀光農園之遊客與上一代務農相關性高達71.2%。

二、遊客消費行為分析

由表4~5顯示遊客以草莓觀光農園之喜好程度較高52.7%；前來觀光農園最大目的以觀光郊遊53.7%，對觀光農園農產品價格認為很合理或普通者分別為40.7%及39.9%。

表4. 遊客喜好光顧觀光農園種類及目的之反應（複選）

Table 4. Preferences and objectives of tourists visited the differet types of farms.

農園種類 Farm	人數 Number	百分比 Percentage	消費目的 Purpose	人數 Number	百分比 Percentage
柑桔園	90	31.8	買較便宜新鮮農產品	48	17.0
蓮霧園	52	18.4	觀光郊遊	152	53.7
花圃	45	15.9	滿足好奇心	21	7.4
楊桃	24	8.5	前三者都有	101	35.7
草莓園	149	52.7	其他	0	0
桃李	84	29.7			
其他	12	4.2			

表5. 遊客對觀光農園產品價格之意見

Table 5. Responses of tourists to the prises of farm products.

項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage
很合理	111	40.7
普通	109	39.9
太貴	19	6.9
無意見	34	12.5

三、遊客意見反應分析

綜合表 6 ~ 7 分析遊客所反應之意見，遊客對政府在推行觀光農園的政策尚不很瞭解，略為知道者和不知道者各為 75.9% 及 8.6%；而高達 99.3% 遊客贊成政府撥款輔導觀光農園；73.0% 認為觀光農園最大的功能是提供觀光旅遊；贊成應多增設觀光農園者佔 68.3%，可見輔導設立觀光農園有其功能性及必要性。

表 6. 遊客對政府輔導觀光農園認知程度及功能意見
Table 6. Perceptions of tourists on the functions of the sight-seeing farm.

項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage	項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage
知道詳細	43	15.5	提供觀光旅遊	200	73.0
略為知道	211	75.9	提供新鮮農產品	60	21.9
不知道	24	8.6	提供價廉農產品	10	3.6
			其他	4	1.5

表 7. 遊客對政府撥款輔導觀光農園及增設觀光農園意見
Table 7. Responses of tourists to the government financials support for the sight-seeing farm.

項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage	項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage
贊成	275	99.3	贊成	187	68.3
不贊成	2	0.7	不贊成	19	6.9
無意見	0	0	無意見	68	24.8

四、遊客對觀光農園資訊需求分析

從表 8 ~ 10 資料顯示，遊客對觀光農園最需要的資訊是觀光農園開放採果時間，次為農園作物種類，分別為 63.3% 及 19.5%，遊客決定到那一處觀光農園的資訊來源以親友告知為主，次為報紙，分別為 38.6% 及 28.8%；其採果知識之取得以親友及報紙告知為主要來源，分別為 31.3% 及 28.4%；遊客認為最有效的傳播媒體是電視及報紙，分別為 60.0% 及 31.5%；希望以編印手冊方式說明採果方法有 52.8%。

表 8. 遊客對觀光農園資訊需求及資訊來源之反應（複選）
Table 8. Responses of tourists to the information requirement and source for the sight-seeing farm.

項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage	項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage
農園開放時間	169	63.3	報紙	77	28.8
農園經營面積	14	5.2	雜誌	15	5.6
農園作物種類	52	19.5	親友	103	38.6
主要交通路線	24	9.0	廣播	9	3.4
包括附近名勝	7	2.6	電視	51	19.1
其他	1	0.4	廣告招牌	7	2.6
			其他	5	1.9

表9. 遊客對採果知識來源及有效傳播媒體之反應

Table 9. Information sources for fruit harvesting and effectiveness of promote media.

項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage	項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage
報紙	76	28.4	報紙	85	31.5
農業雜誌	22	8.2	農業雜誌	7	2.6
親友	84	31.3	廣播	11	4.1
推廣手冊	9	3.3	電視	162	60.0
廣播	5	1.9	宣傳單	4	1.5
電視	60	22.4	其他	1	0.4
講習會	2	0.8			
觀摩會	3	1.1			
其他	7	2.6			

表10. 遊客對使用媒體說明採果方法之反應

Table 10. Responses of tourists to the report of harvesting techniques through the different media.

項目 Item	人數 Number	百分比 Percentage
手冊	143	52.8
單張	28	10.3
廣播錄音帶	29	10.7
錄影帶	53	19.6
幻燈圖片	13	4.8
其他	5	1.8

五、遊客對觀光農園意見陳述分析

調查內容採開放式的意見陳述，由遊客自由陳述表達意見，但由於國人民族性保守，只有5%遊客表示意見，綜合意見為：

1. 觀光農園經營者對遊客的服務態度良好。
2. 觀光農園內，人行道欠缺美化、綠化及整修。
3. 環境衛生、廁所管理清潔應加強。

結論

綜上所述，可獲如下之結論：

1. 遊客接受調查的年齡層以30~40歲最多，在此年齡層者大都是已有相當經濟基礎，社交活動旺盛且屬家庭決策者。
2. 遊客接受調查的職業別以工人最多，顯示國人重視休閒與工作交替，藉以提高生活水準。
3. 遊客對觀光農園資訊取得來源以電視及親友為主要管道，因此將來政府開放有線電視台，將不失為有效利用之一種傳播媒體。
4. 觀光農園普遍受到民衆（消費者）之喜愛，且多數受訪者表示支持政府應增設。為因應發展國民旅遊，提昇農業升級，觀光農園未來發展空間很大。

5. 遊客對觀光農園的資訊尙嫌不足，為加強其認知，農政單位可以考量規劃編印觀光農園導遊指南，以發揮觀光農園具有生產、觀光、教育的多項功能。
6. 觀光農園內人行道路應予系統規劃，包括綠化、美化及廁所清潔管理，以提昇經營品質。
7. 在調查過程中，大多數的觀光農園經營者表示，部分之遊客不愛惜果園，常把採摘之果實隨意拋棄於園內，或由於遊客不熟悉果實之成熟度，採到不成熟的果實後隨意拋棄，造成園主之損失，破壞農園之環境清潔。因此遊客在採果之前有教育之必要。如編印採果須知手冊或單張，現場播放廣播錄音帶或錄影帶等，皆可提供教育遊客的資訊管道，解決前述問題。
8. 本場已應用現有設備逐年製作各種觀光農園宣導教育錄音帶及錄影帶，可拷貝提供觀光農園經營者使用，初步的成果良好。

致謝

本研究計畫承台大農推系教授陳昭郎指導，本場廖助理欽佃、李助理洪書調查及邱鈺舒小姐資料整理，得以順利完成特此誌謝。

參考文獻

1. 楊孝榮 1977 傳播研究方法總論。
2. 鄭貞銘、賴國洲、許佳正、鄧萬成 1989 傳播媒介與社會上、中、下冊。
3. 黃新生、關尙仁、劉幼琍、吳奇為 1990 廣播與電視上、下冊。
4. 李文瑞、陳昭郎、關尙仁、侯志欽、林東泰、吳翠珍 1991 農業視聽媒體應用與製作研討會論文集。
5. 陳昭郎、張婷媛、石崇賢、馮祥勇 1991 改進農業傳播策略之研究。
6. 中華民國造園協會 1992 苗栗縣大湖鄉雲洞山觀農園區整體規劃研究期中報告。
7. 王安邦 1988 DBASE III plus 入門與程式設計探討 松崗電腦圖書有限公司。
8. SAS Institute Inc. 1985 SAS procedure Guide for personal computers. Version 6 Edition.

Study on the Information Demand of Agricultural Tourism

Mu-Chung Lin and Wen-Hsiung Lin

Summary

In order to get the better understanding of the response, perceptions, consumer manner and behavior of agricultural tourism, a total of 283 visitors were investigated. The inquiry data including their response to what type of farm they prefer to visit, their understanding and evaluating of agricultural tourism, and how to obtain information of agricultural tourism etc. The collected data were created by DBASE III and for analyzing frequency using SAS program. The results showed that visitors preferred strawberry farm (52.7%) rather than others, 40.7% of visitors confirmed the price was very reasonable, 8.6% didn't understand the project of agricultural tourism, 68.3% supported to setup more agricultural tourism. Tourists got agricultural tourism information and harvest information from their relatives and friends were 38.6% and 31.3%, respectively 60% percent claimed that TV was the best transmission media, 52.8% expected that picking fruit at sight-seeing farm might get through pamphlet. Visitors had a good evaluation of agricultural tourism, but the environment sanitation, toilet cleaning and walking path should be enhanced.