

南華大學出版事業管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE INSTITUTE IN PUBLISHING ORGANIZATIONS MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

休閒農場從業人員對其專業圖書閱讀與消費行為之研究--以新光
兆豐休閒農場為例

The Study on the Reading and Consumption Behavior of Publications - Taking the
Shin-Kong Chao Feng Recreation Farm for Example

指導教授：應立志 博士

ADVISOR : PH.D. LI-CHIH YING

研究生：陳玉珈

GRADUATE STUDENT : YU-JIA CHEN

中 華 民 國 九 十 四 年 一 月

南 華 大 學

出版事業管理研究所

碩 士 學 位 論 文

休閒農場從業人員對其專業圖書閱讀與消費行為之研究
--以新光兆豐休閒農場為例

研究生：陳云珈

經考試合格特此證明

口試委員：應立志
黃漢青
鍾燕宜

指導教授：應立志

所 長：萬崇水

口試日期：中華民國 九十三年 十二月 十七日

南華大學出版事業管理研究所九十三年度第一學期碩士論文摘要

論文題目：休閒農場從業人員對其專業圖書閱讀與消費行為之研究

—以新光兆豐休閒農場為例

研究生：陳玉珈

指導教授：應立志 博士

論文摘要內容：

隨著經濟發展，休閒的概念逐漸受到重視且具有正面的意涵。傳統的休閒旅遊模式已經轉型為多據點旅遊型態。休閒可以視為放鬆心靈的調適劑，目的在於休閒不僅可以提升生活品質，還可以拓展視野、與多元文化和全球化的現象接軌，並藉由回歸自然的方式喚醒對生態保育的意識。由此可知，休閒的意義除了達到休憩與娛樂的目的，更達成自我成長、教育以及人文關懷的目標。

本研究以新光兆豐休閒農場從業人員為研究對象，主要針對台灣休閒農場從業人員之圖書閱讀及消費行為模式進行評估，並試圖以生活型態加以區分，探討從業人員在不同人口統計變項的差異性。其次，就人口統計變項分別與圖書閱讀及消費行為變項進行評量，分析各變項之間的特徵與差異。最後，彙整統計資料及歸納分析結果，評估休閒農場從業人員之圖書閱讀及消費行為是否與增進台灣休閒農場的專業知識相關，並提供台灣休閒農場從業人員專業知識養成之依據，及提供台灣出版業對休閒旅遊出版品的出版計畫與行銷策略之參考。

本研究分析結果如下：在回收的 118 份有效問卷中，經整理及統計得知：1.不同人口統計變項的休閒農場從業人員對其專業圖書在閱讀行為之閱讀習慣、閱讀頻率、閱讀時間、閱讀種類、閱讀型態與閱讀動機上部份有顯著差異。2.不同人口統計變項的休閒農場從業人員對其專業圖書消費行為之消費習慣、消費頻率、消費冊數、消費種類、消費型態、消費地點與消費圖書出版品之動機上部份有顯著差異。3.不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書對其在閱讀動機、購買因素上部份有顯著相關。

關鍵詞：休閒農場、閱讀行為、圖書消費行為、生活型態、新光兆豐

Title of Thesis: The Study on the Reading and Consumption Behavior of Publications—

Taking the Shin-Kong Chao Feng Recreation Farm for Example

Name of Institute: Graduate Institute in Publishing Organizations Management,
Nan Hua University

Graduate date: January 2005

Degree Conferred: M.B.A.

Name of student: YU-JIA CHEN

Advisor: PH.D. LI-CHIH YING

Abstract

This research basis studies the motive and the research object, discusses the Taiwan leisure farm jobholder's books to cook a meal the behavior. Therefore, take the new light trillion abundant leisure farm jobholders as the main research object, mainly aims at books of the leisure farm jobholders to cook a meal the behavior pattern to carry on the appraisal, and attempts to live the shape to perform to differentiate, discussion jobholders in different population statistic difference. Next, the population statistic separately cooks a meal with the books the behavior to carry on comments the quantity, analyzes various sectors the characteristic and the difference. Finally, collects the entire statistical data and the induction analysis result, appraised books of the leisure farm jobholders cook a meal the behavior whether with promotes the Taiwan leisure farm the specialized knowledge to be related, and plans for the Taiwan leisure farm jobholders specialized knowledge to foster the basis, and provides Taiwan the publication industry to plan and to sell reference the strategy to the leisure traveling publication publication.

Keywords : Leisure farm, reading behavior, books consumption behavior, lifestyles,
Shin-Kong Chao Feng

目 錄

中文摘要		i
英文摘要		iii
目錄		iv
表目錄		vi
圖目錄		x
第一章	緒論	1
1.1	研究動機與研究對象	1
1.1.1	研究動機	1
1.1.2	研究對象	2
1.2	研究問題與研究目的	2
1.2.1	研究問題	2
1.2.2	研究目的	2
1.3	研究架構與與研究流程	3
1.3.1	研究架構	3
1.3.2	研究流程	4
第二章	文獻探討	6
2.1	休閒旅遊	6
2.2	休閒農場	7
2.2.1	新光兆豐休閒農場概況	14
2.3	解說員	19
2.4	閱讀行為及相關研究	21
2.5	消費行為理論	24
2.5.1	消費者行為模式	26
2.5.2	影響消費者行為之因素	30
2.5.3	圖書消費行為相關研究	31
2.6	生活型態理論	35
2.6.1	生活型態的定義	35
2.6.2	生活型態的內涵	36

第三章	研究設計與方法	39
3.1	研究架構	39
3.2	研究假設	39
3.2.1	人口統計變項	39
3.2.2	閱讀行為變項	43
3.2.3	消費行為變項	45
3.2.4	生活型態變項	47
3.3	抽樣過程設計	49
3.4	資料分析方法	50
3.5	研究假設	52
3.6	研究限制	56
第四章	研究結果	58
4.1	樣本敘述分析	58
4.1.1	人口統計樣本敘述分析	58
4.1.2	圖書閱讀行為變項分析	66
4.1.3	消費出版品變數分析	70
4.2	生活型態變項分析	73
4.2.1	生活型態因素命名	76
4.2.2	信度分析	79
4.3	人口統計變項與閱讀行為之分析	80
4.4	人口統計變項與消費行為之分析	117
4.5	假設驗證整理	150
第五章	結論與建議	155
5.1	結論	155
5.2	建議	157
參考文獻		159
附錄一	問卷	170
附錄二	公文	174
個人簡歷		178

表目錄

表 2.1	台灣休閒農場一覽	13
表 2.2	新光兆豐休閒農場劃各主題區域表	16
表 2.3	新光兆豐休閒農場替遊客規劃其參觀行程參考表	18
表 2.4	新光兆豐休閒農場現有設施概況	20
表 2.5	國內圖書閱讀行為研究之相關文獻	30
表 2.7	國內圖書消費行為研究之相關文獻	31
表 2.8	影響消費者行為之因素	34
表 2.9	國內圖書閱讀與消費行為研究與本研究之異同比較	37
表 2.10	生活型態之構面	37
表 3.1	人口統計變項	37
表 3.2	閱讀行為變項	41
表 3.3	消費行為變項	44
表 3.4	生活型態變數量表	46
表 3.5	問卷發放過程	48
表 3.6	不同人口統計變項與閱讀行為之假設細項	52
表 3.7	不同人口統計變數與消費行為之假設細項	54
表 3.8	不同生活型態變數與閱讀行為之假設細項	55
表 3.9	不同生活型態變數與消費行為之假設細項	56
表 4.1	樣本性別之分佈表	59
表 4.2	樣本年齡別之分佈表	60
表 4.3	樣本婚姻狀況之分佈表	60
表 4.4	樣本教育程度之分佈表	61
表 4.5	樣本所屬部門之分佈表	62
表 4.6	樣本職稱之分佈表	63
表 4.7	樣本每月平均收入之分佈表	63
表 4.8	樣本每月可支配所得之分佈表	64
表 4.9	樣本目前取住地之分佈表	65
表 4.10	樣本是否有閱讀習慣之分佈表	66
表 4.11	樣本閱讀頻率之分佈表	67
表 4.12	樣本閱讀出版品的種類之分佈表	67
表 4.13	樣本閱讀型態之分佈表	68

表4.14 樣本閱讀出版品的來源之分佈表-----	69
表4.15 樣本是否有消費習慣之分佈表-----	69
表4.16 樣本消費頻率之分佈表-----	70
表4.17 樣本消費冊數之分佈表-----	70
表4.18 樣本消費種類之分佈表-----	71
表4.19 樣本圖書消費型態之分佈表-----	72
表4.20 樣本消費來源之分佈表-----	72
表4.21 生活型態因素分析之球形檢定-----	73
表4.22 生活型態各變數的共同性-----	74
表4.23 生活型態因素分析之解說總變異量-----	74
表4.24 成份轉換矩陣-----	76
表4.25 生活型態轉軸後的成份矩陣-----	76
表4.26 生活型態因素分析之信度-----	78
表4.27 不同人口統計變項之休閒農場從業人員在「閱讀行為」上之分析-----	79
表4.28 不同「性別」之休閒農場從業人員在與「閱讀行為」之卡方分析-----	81
表4.29 不同「性別」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析-----	82
表4.30 不同「性別」休閒農場從業與「閱讀行為」之T檢定分析-----	83
表4.31 不同「年齡」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析-----	84
表4.32 不同「年齡」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析-----	87
表4.33 不同「年齡」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之變異數分析-----	88
表4.34 不同「婚姻狀況」之休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析-----	90
表4.35 不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析-----	91
表4.36 不同婚姻狀況休閒農場從業人員與閱讀動機之T檢定分析-----	92
表4.37 不同「教育程度」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之變異數分析-----	93
表4.38 不同「教育程度」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析-----	94
表4.39 不同「教育程度」休閒農場從業人員在「閱讀動機」之T檢定分析-----	96

表4.40	不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析-----	97
表4.41	不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析-----	98
表4.42	不同「所屬部門」休閒農場從業人員與閱讀動機之T檢定分析-----	100
表4.43	不同「職稱」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析-----	101
表4.44	不同「職稱」的休閒農場從業人員與「閱讀總類」之變異數分析-----	102
表4.45	不同「職稱」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之變異數分析-----	103
表4.46	不同「平均收入」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之變異數分析-----	105
表4.47	不同「平均收入」的休閒農場從業人員在「閱讀總類」之分析-----	106
表4.48	不同「平均收入」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之變異數分析-----	108
表4.49	不同「可支配所得」休閒農場從業人員與閱讀行為之卡方分析-----	109
表4.50	不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析-----	111
表4.51	不同「可支配所得」休閒農場從業人員「閱讀動機」之變異數分析-----	112
表4.52	不同「居住地」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析-----	113
表4.53	不同「居住地」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之變異數分析-----	116
表4.54	不同「居住地」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析-----	115
表4.55	不同「居住地」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之卡方分析-----	116
表4.56	不同「性別」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析-----	117
表4.57	不同「性別」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析-----	119
表4.58	不同「性別」與「消費動機」之變異數分析-----	120
表4.59	不同「年齡」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析-----	122
表4.60	不同「年齡」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析-----	121
表4.61	不同「年齡」休閒農場從業人員與「消費種類」之變異數分析-----	124
表4.62	不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析-----	125
表4.63	不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析-----	126
表4.64	不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員與「消費動機」之T檢定-----	127
表4.65	不同「教育程度」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析-----	128

表4.66	不同「教育程度」休閒農場從業人員與「消費種類」之變異數分析-----	129
表4.67	不同「教育程度」休閒農場從業人員在「消費動機」之T檢定-----	130
表4.68	不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析-----	131
表4.69	不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析-----	133
表4.70	不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析-----	134
表4.71	不同「職稱」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析-----	135
表4.72	不同「職稱」休閒農場從業人員與「消費總類」之變異數分析-----	136
表4.73	不同「職稱」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析-----	138
表4.74	不同「平均收入」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析-----	139
表4.75	不同「平均收入」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析-----	141
表4.76	不同「平均收入」休閒農場從業人員與消費動機之變異數分析-----	142
表4.77	不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析-----	144
表4.78	不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析-----	145
表4.79	不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析---	147
表4.80	不同「居住地」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析-----	148
表4.81	不同「居住地」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析-----	149
表4.82	不同「居住地」與「消費動機」之變異數分析-----	150
表 4.83	不同人口統計變項與閱讀行為之假設細項-----	152
表 4.84	不同人口統計變項與閱讀行為之假設細項-----	150
表 4.85	不同人口統計變數與消費行為之假設細項-----	152
表 4.86	不同生活型態變數與閱讀行為之假設細項-----	153
表 4.87	不同生活型態變數與消費行為之假設細項-----	154
表 5.1	人口統計變項分析-----	155
表 5.2	閱讀行為變項分析-----	155
表 5.3	消費行為變項分析-----	156
表 5.4	閱讀動機變項分析-----	156
表 5.5	消費行為變項分析-----	157

圖目錄

圖 1.1	研究流程圖	4
圖 1.2	研究架構圖	5
圖 2.1	休閒農業的觀光商品化概念圖	10
圖 2.2	EKB 消費者行為模式	29
圖 2.3	購買行為模式	30

第一章 緒論

本章共分為三節，第一節說明研究動機與研究對象，第二節為研究問題與研究目的，第三節為研究架構與研究流程。

1.1 研究動機與研究對象

1.1.1 研究動機

隨著經濟發展、生活普遍富裕後，『休閒』開始被國人賦予正面積極的意義。根據李貽鴻（2000）指出，民國四十五年觀光事業在我國萌芽，而近幾年來我國的觀光事業發展非常迅速。例如民國九十年來國內觀光旅客達 261.7 萬人次，出國人數達 718.9 萬人次，外匯支出達 63.79 億美元，台灣地區主要觀光遊憩區遊客人數約 1 億人次¹，由上述統計資料可知，台灣觀光事業發展十分蓬勃。

交通部觀光局在民國九十一年出版的《週休二日實施對國人國內旅遊的影響調查報告》中指出，因台灣經濟起飛後，國內民眾愈來愈重視休閒活動，加上政府自一九九八年元月起實施公務人員「隔週休二日制」實施後，分別約有六成及六成五民眾表示一九九八年旅遊次數及旅遊支出有增加，而五成以上之旅行社及民營風景遊憩區業者表示全年營運收入增加。由以上資料顯示週休二日制的實施，確已帶動國人國內旅遊風潮，而國人的國內旅遊能量明顯增加，對提升國內觀光產出有正面效益。

因此，本論文的研究動機將著眼於台灣休閒農場（Leisure farm）從業人員對於獲取相關產業知識層面的廣度與深度，進而探討是否可

¹根據我國交通部觀光局調查，民國八十八年台灣十二歲以上的國民，全年國內旅遊平均次數為 4.01 次，推估全年國內總旅遊人次為 72,651,000 人次，而民國九十年全年國內旅遊平均數提高為 5.26 次，推估全年國內總旅遊人次為 97,445,000 人次。

以透過閱讀提升從業人員的專業認知。

1.1.2 研究對象

由於台灣觀光事業蓬勃發展，為了解台灣休閒農場從業人員圖書閱讀及消費行為之現況，本研究選擇台灣花東縱谷之新光兆豐休閒農場（Shin-Kong Chao Feng）為主要研究對象，因新光兆豐休閒農場歷經三十年的心血結晶，並積極經營將荒地蛻變為綜合性的休閒農場，帶動東部地區的經濟繁榮及奠定在地方的基礎，故本研究以新光兆豐休閒農場為研究對象，探討新光兆豐休閒農場從業人員圖書閱讀及消費行為，藉此了解農場之從業人員對獲取台灣休閒農場的專業知識之態度，進而對台灣休閒農場之產業發展有所助益。

1.2 研究問題與研究目的

1.2.1 研究問題

依據前述研究動機，本研究提出探究的問題如下：

1. 不同生活型態的台灣休閒農場從業人員在人口統計變項上是否具有差異？
2. 不同人口統計變項的台灣休閒農場從業人員在閱讀行為上是否有所差異？
3. 不同人口統計變項的台灣休閒農場從業人員在圖書消費行為（）上是否有所差異？
4. 不同生活型態的台灣休閒農場從業人員在圖書閱讀與消費行為上是否有所差異？

1.2.2 研究目的

本研究根據研究動機與研究對象，探討台灣休閒農場從業人員的圖書閱讀及消費行為。因此，以新光兆豐休閒農場從業人員為主要研究對象，主要針對休閒農場從業人員之圖書閱讀及消費行為模式進行評估，並試圖以生活形態加以區分，探討從業人員在不同人口統計變項的差異性。其次，就人口統計變項分別與圖書閱讀及消費行為變項進行評量，分析各區間的特徵與差異。最後，彙整統計資料及歸納分

析結果，評估休閒農場從業人員之圖書閱讀及消費行為是否與增進台灣休閒農場的專業知識相關，並擬供台灣休閒農場從業人員專業知識養成之依據，及提供台灣出版業對休閒旅遊出版品的出版計畫與行銷策略之參考。

本論文之研究目的如下：

1. 瞭解不同生活型態的台灣休閒農場從業人員在人口統計變項上是否具有顯著差異的特性。
2. 探討不同人口統計變項的台灣休閒農場從業人員在閱讀行為上是否具有顯著差異的特性。
3. 探討不同人口統計變項的台灣休閒農場從業人員在圖書消費行為上是否具有顯著差異的特性。
4. 瞭解不同生活型態的台灣休閒農場從業人員在圖書閱讀與消費行為上是否具有顯著差異的特性。分析休閒農場從業人員之閱讀及消費行為與其專業領域的相關程度，預期研究結果能作為提升台灣休閒農場從業人員專業知識之依據，並提供台灣出版業對休閒旅遊出版品作為研究發展之參考。

1.3 研究架構與研究流程

1.3.1 研究架構

本論文的研究架構依據研究目的及相關文獻探討而擬定。主要研究範圍涵蓋生活形態、人口統計變項、閱讀行為（reading behavior）與消費行為等四個構面，藉以瞭解不同生活形態與不同人口統計變項的休閒農場從業人員在圖書閱讀與消費行為上的差異，如圖 1.1 所示：

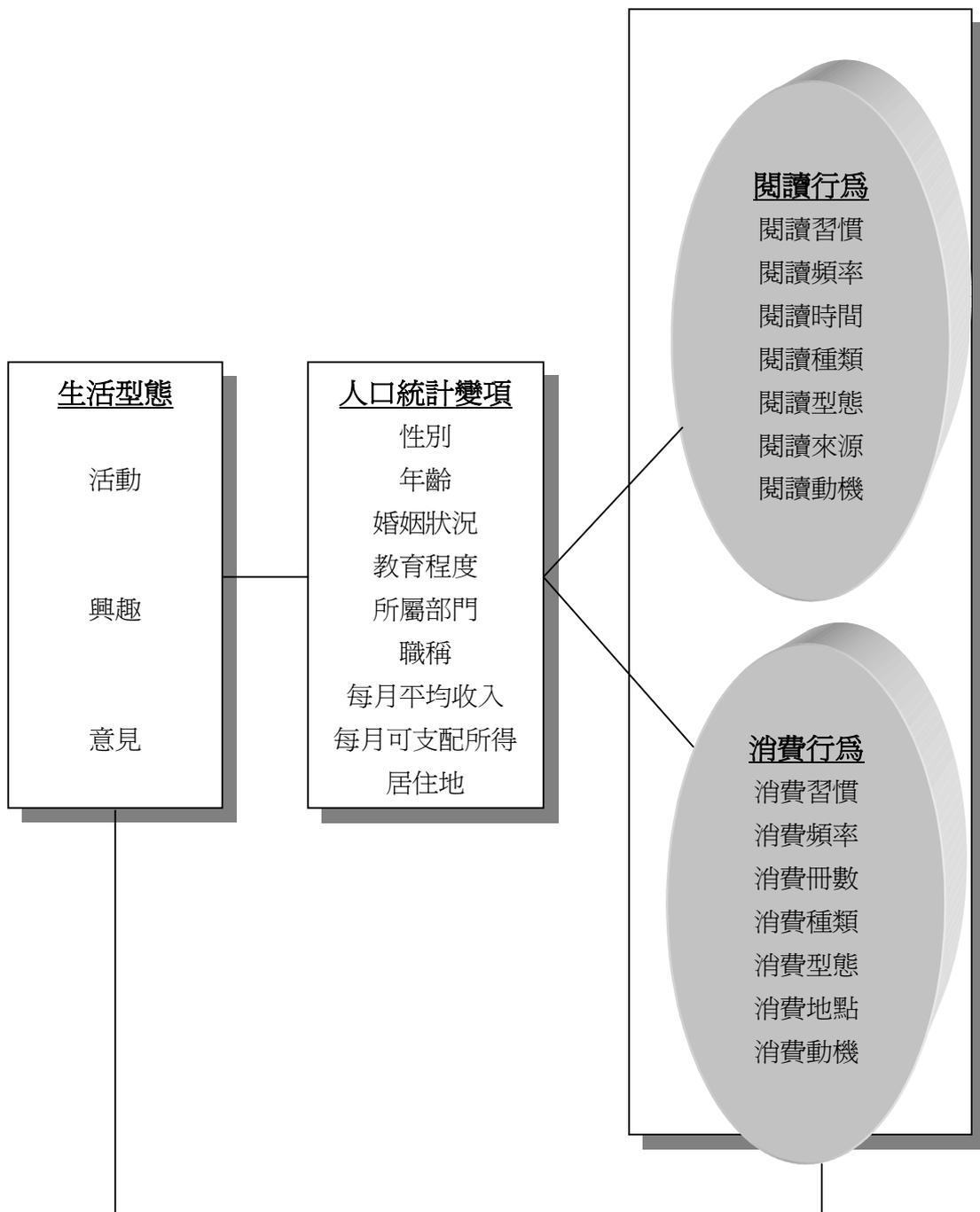


圖 1.1 研究架構圖

1.3.2 研究流程

本研究流程依據前述研究架構及各章節安排，可以分成幾個主要部分：第一章為緒論；第二章為文獻探討；第三章為研究設計與方法；

第四章為資料分析與結果；第五章為結論與建議。因此，本研究之研究流程圖如圖 1.2 所示：

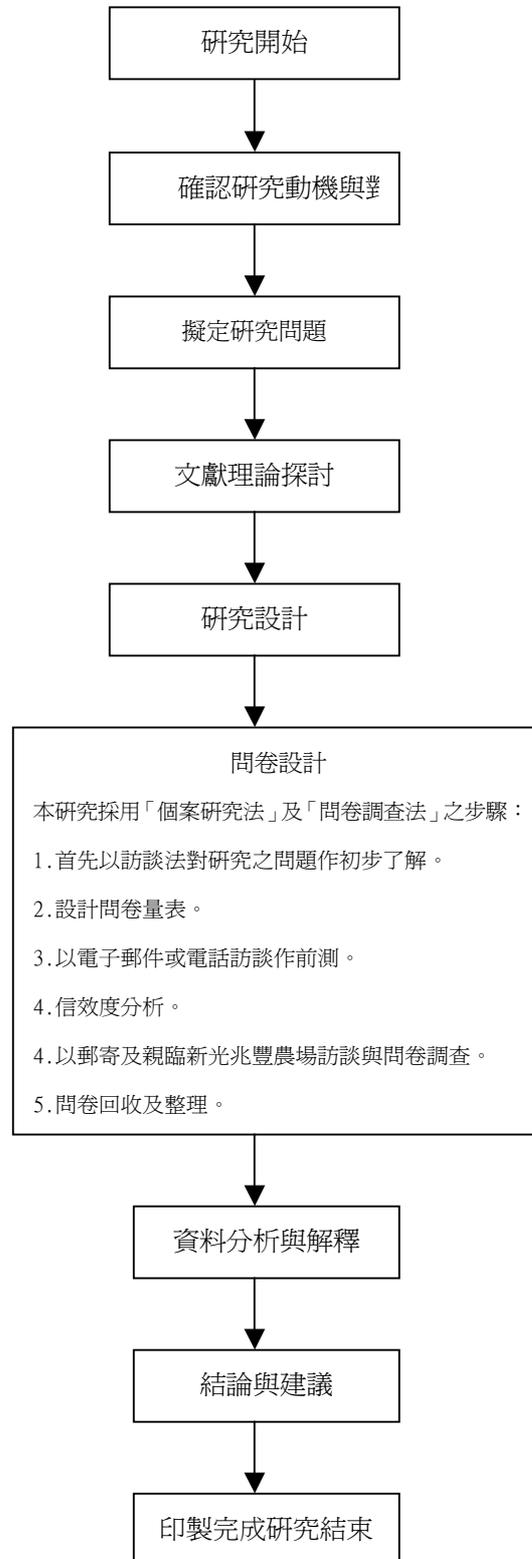


圖 1.2 研究流程圖

第二章 文獻探討

本章共分為六節，第一節為休閒旅遊，第二節為休閒農場，第三節為解說員，第四節為圖書閱讀行為與相關研究，第五節為消費行為與相關研究，第六節為生活型態（lifestyles）與相關研究。

2.1 休閒旅遊

休閒可以說是這一年台灣的新熱門話題，而它除了是經濟水準提高後的需求產物，也可能是未來台灣的賺錢行業。一位俱樂部業者預言，跨入九〇年代，休閒業將成為台灣的主要行業。

休閒（Leisure）係指人們於不須負擔責任之時段，自由抉擇其想從事之活動，不論運用得明智與否。遊憩（Recreation）係指人們於休閒時間（Leisure time）選擇參與之任何體驗，追求滿足感為其主要驅動力。由此可知，休閒實為放鬆心靈的調適劑。

近年來國民所得大幅增加，休閒生活隨之提昇，國民旅遊型態也轉變為多據點旅遊型態。然而實施周休二日使得人們對於休閒旅遊的需求日益增加，並使多據點旅遊型態轉型為定點休閒度假方式，例如『農莊渡假』提供遊客嘗試騎馬、垂釣、趕羊、親子一起餵食魚兒、摘果等多元化的休憩項目，並可參與農莊所安排的各項活動，親身體驗農村生活。

相較於參考國外旅遊的趨勢，休閒農場雖已發展多時，但仍不斷的有

新設立的地點（如新興的觀光聖地澳洲），可見休閒農場式的休閒方式已成為世界的潮流。

近年來，隨著工商業蓬勃發展，國人日益富足，閒暇時間也增加，所以休閒愈受到國人重視。Mundy 和 Odum（1979）即指出休閒教育的最終目的乃是在於提昇休閒品質和生活品質，欲達到這個目標，休閒教育應該是一個體整個發展過程，透過這個發展過程，個體藉以瞭解自我、瞭解休閒、瞭解休閒和自己生活方式的關係，以及瞭解休閒和社會的關係等。（林東泰，2002）

2.2 休閒農場

行政院農業委員會（2001）在「休閒農業輔導管理辦法」將休閒農業定義為：「指利用田園、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農業經營」。

我國休閒農業基本上是參考採用歐美先進國家的經驗，將農村資源提供觀光遊息之用，俾提高農民的所得及福祉，並增加遊憩資源之供給，滿足遊客的需求。

休閒業雖然是近年來才興起的現象，然其精神卻可遠溯自十九世紀上流階層的鄉村旅遊；二次大戰後，由於工業化及都市化的腳步加快，許多美國人有更多的財富及餘暇，然而其居住環境及家庭聯絡（family

ties) 卻與農村環境斷裂，但是在他們內心理想或實際層面上仍然認同於農村傳統，這便是過去四十多年來休閒農業興起的主要原因。

一個地區的農業會引起旅客的興趣。例如鄉村的農舍、農田及農產品、土產均可成為文化中誘人的一面。示範業制度，最為農業參觀團覺得有興趣的，如丹麥的養豬業受到世界各地豬農所嚮往參觀。紐澳二國的休閒觀光牧場，除了可觀學習農牧實際運作方式，且可留宿，實地體驗鄉村農牧生活。(吳松齡，頁6)

農業發展與農業服務，可使旅客親眼目睹各種農產品及其作業方式，甚至品嚐各式產品，例如陽明山觀光休閒果園及木柵貓空觀光茶園的一日遊，旅可在果園中採擷等水果，享受田園之樂。

陳凱俐等人(1996)也指出目前休閒農業主要係提供國人體驗農村生活、摘採農產品以及兼具旅遊的事業，依場地、環境等不同特性提供不同的服務，有僅利用農場產品者，有僅利用土地者，亦有綜合各種資源合併使用者。

台灣休閒農場發展多年，已逐漸形成一種旅遊的新風潮。北台灣休閒農場可以分為四個主要區隔市場分別是「精緻服務」、「人造景觀」、「活動設施」與「自然生態」。(吳宗瓊，鄭智鴻，2003)

台灣經歷了七十、八十年代的經濟起飛，國人不再僅鍾情於工作，

取而代之的是國人越來越重視休閒生活，尤其是講究回歸自然的休閒旅遊型態更是受到大眾青睞（鄭健雄，1998；劉菊梅，1999；陳一龍，1999），而休閒農場正是符合此一休閒型態的遊憩場所之一，復加上全面週休二日的實施，休閒農場所面臨的是急速膨脹的休閒旅遊市場機會。

休閒農場的興起，除受國人休閒風氣興起與喜好崇尚自然的休閒型態趨勢影響之外，農業本身面臨許多的挑戰，在國家整體產業上的重要性降低之危機，加上面臨加入 WTO 後對農業經營的衝擊，為突破農業經營的困境，勢必需要調整農業之傳統角色。

台灣的農業在政府輔導下，轉型為觀光導向，有些增添人工遊樂設施諸如 SPA 水池、溫泉、水上高爾夫球場等，或規劃自然景觀，增加動物園、植物生態園。但自然美景多未更動，仍保持原始風貌。甚至於擔起保育工作復育瀕臨絕種動植物，例如螢火蟲、棣慕華鳳仙花等。此外，更保留傳統農家古玩，焗窯、採果、製作手工藝品、放天燈、搗麻糬等多元化的經營，不脫農場簡素生活，卻更增添休閒樂趣，與都市遊樂截然不同。

休閒農業的推動被認為是解決農業困境的重要策略，因此政府與農民對休閒農業抱著過大的期望，籌設休閒農業的計畫紛紛成立，並投下大量的資金，造成農村處處是觀光果園，茶園、菜園、花園等（曾石南，1992）。農民希望藉此達成促銷農產品的功用，導致農業生產消褪（侯錦雄，1992；侯錦雄 1994）。大量的遊憩用地所引入的休閒活動卻只是採果、買賣農產

品的功能，其能發揮休閒遊息體驗的功能非常有限。因此如何善用農村的文化資源，透過社區的營造方式，形塑出台灣各地區特有農村文化體驗的遊憩機會，並區隔出特色有別的遊憩市場是休閒農業研究上重要的課題。

雖然國人重視休閒生活與崇尚自然的風氣，提供了休閒農場在需求面的成長機會，但休閒農場的經營同時亦面臨了許多挑戰。特別是許多休閒農場經營業者是由經營傳統農業轉型而來，對於休閒市場的了解不夠深入，尤其在市場需求面的數量與方向掌握不足下，便無法針對遊客市場，規劃真正切合其需求之活動與設施。

休閒農場雖然在農政單位積極輔導、農民積極參與以及休閒遊憩風氣興起等因素助長下，蓬勃的發展，但是其背後也面臨了許多的問題，例如法令規章的不完備與窒礙難行是主要的課題之一。當文化性商品成為人類經濟生活的重心，實體商品本身便扮演起道具的角色，成為闡述文化性意義的平台或裝置，也就是說當休閒農業變成文化性商品後，農產品（草莓、柑橘等）便扮演了道具的角色。而農業資源是否能透過文化意義來建立體驗的媒介或達到休閒的效益？是值得探討的。以下就休閒農業發展中農業文化的產品逐漸成為經濟鍊消費的上層環節時，「農村文化」、「農產品」與「農村景觀」這三個休閒農業的資源商品角色就產生轉變成休閒農業的觀光商品化概念圖（參見圖 2.1）。

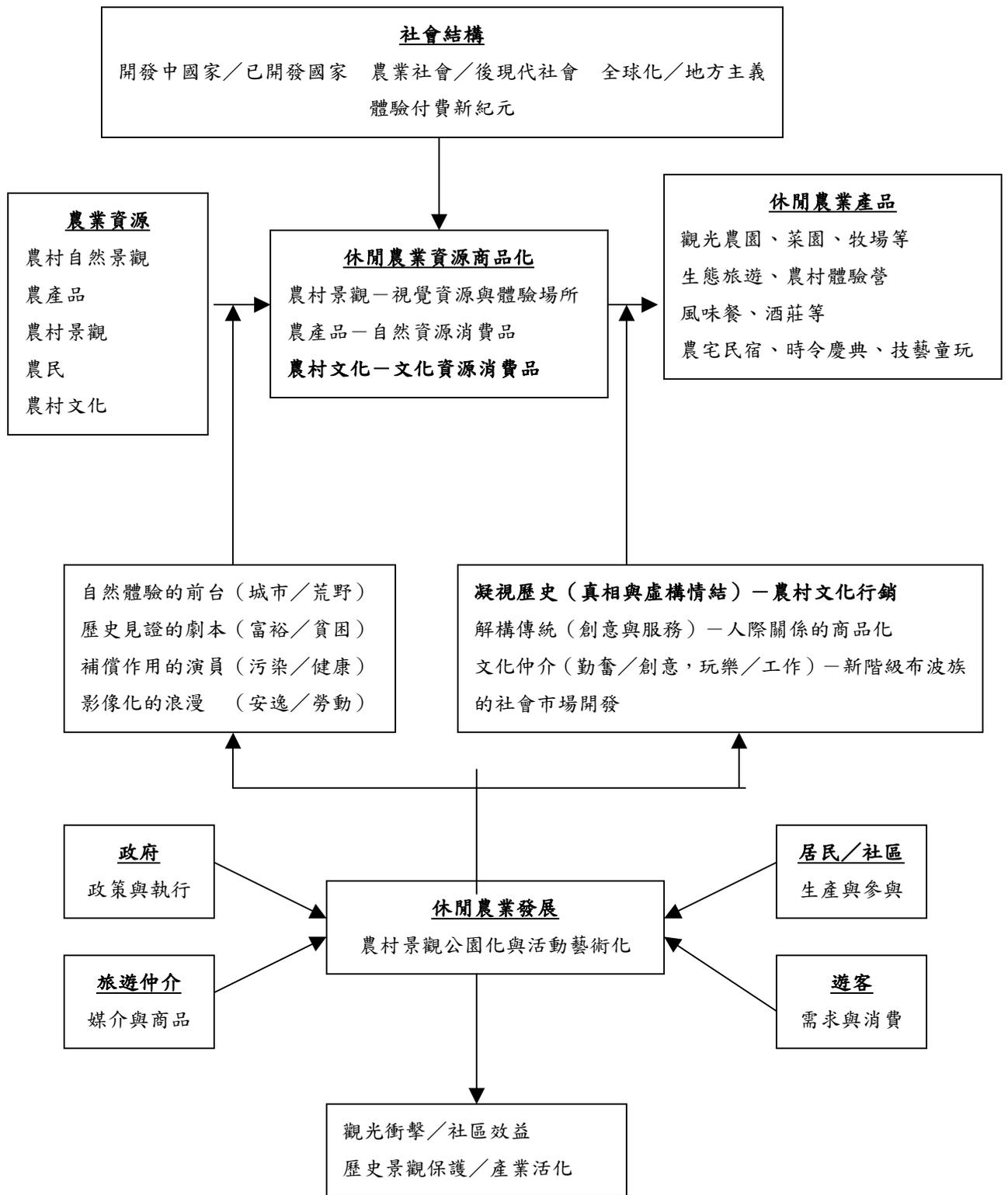


圖 2.1 休閒農業的觀光商品化概念圖

資料來源：李素馨，侯錦雄（2004）。

當一個社會變遷階段的出現，就會發明新的事物來滿足這個社會休

閒需求，因此休閒農業的類型與內容亦隨著社會族群的品味而改變。人們對這種經驗的需求與慾望是無限制的，而「農村」與「休閒農業」這個概念產品的快速發展轉變引起社會大眾的注意（侯錦雄，1992；侯錦雄 1994）。

休閒農業的經營行銷與服務性或體驗性商品一樣，其行銷策略手法需具有完整的戲劇特性，遊客如同觀眾一樣要能充分了解遊程的目的與內容才能感受場景的特色，遊客與服務人員間產生互動，而服務人員亦必須有充份的訓練與服務熱忱才能呈現給觀眾所期望的感受，因此休閒農業中除了農村（場所）景觀等硬體設備外，軟體的人、遊程、解說、表演等文化商品更是不可缺少的，尤其是「人的因素」，政府、居民、旅遊仲介均是這種重要組成的互動元素。

推行休閒農業是吻合文化商品化，並掌握農業轉型的契機，農村環境將會由「農場式」轉向「公園式」，而大部份農民亦應該轉型成為旅遊仲介的解說員或服務人員，或者是一個兼具多重身分的農業生產者。這些概念就是將農業資源加上文化產值作為觀光之商品。在文化性服務的領域中，空間與物質的商品化是起點，然後以人類時間的商品化為終點（Cohen，1974）。而傳統的社會關係亦將轉變成以金錢為本質的人際關係，因此傳統農村中質樸的民情與憨厚的人情味亦隨之消失，因此商品

化如一刀之兩刃為社區帶來了經濟效益，但相對也帶來衝擊。

近年來，休閒農業轉變為娛樂事業的範疇而非農業經營。儘管休閒農業旅遊被視為一項經驗學習的工具，但是在本質上，它的娛樂消遣性已經超越了教育與啟發性，因此所帶來的模擬性體驗較多於親身體驗。

面對體驗付費時代的來臨，休閒農業商品化的必然性轉變，更要以多面化的觀點觀察經濟對於人際關係改變的效用。農村景觀所呈現的美感、歷史文化的保存、生態系統與生物棲息地的維護變得更為重要，且這種消費機制可透過商品化過程建立農村的精緻文化秩序。(李素馨等，2004)

總之，農村的永續經營，是必須維護生物與文化的多樣性，農村的自然根基是地方、氣候、自然景色、動植物與農產，它可以藉由音樂、歌曲、舞蹈、故事傳說、藝術、建築、儀式以及慶典展現出來，只有與大自然的脈動及文化薪傳相扣，才能享受台灣新農村體驗的休閒觀光文化。(李素馨等，2004)

根據觀光局的資料，休閒農業區係依據「休閒農業輔導辦法」等法令，由農委會主管，指導地區農會，輔導農民或民團體設置。

我國國軍退除役官兵輔導委員會經營管理的武陵、福壽山、清境、嘉義、東河、高雄等六個農場，除了從事農場蔬果外，也積極發展觀光休

閒事業，歡迎民眾前來觀光休閒旅遊。由於自然環境的確優美，又加上榮民的努力開發建設的成果以致於民國八十八年對外開放給遊客住宿、餐飲、露營、烤肉、焗土窯及農業導覽休閒遊息等服務。這是一個充滿知性與感性的田園休閒活動，可使遊客了解大自然、欣賞影蝶飛舞、認識花草樹木，並且體會農家的純樸，享受親子同樂及美好的田野風光。(唐學斌，2002) 目前台灣北、中、南及花東地區休閒農場，如表 2.1 所示。

表 2.1 台灣休閒農場一覽

地區	農場名稱	農場特色
北部地區	味全埔心牧場	老字號之的味全埔心牧場以特質牛乳著名，位於桃園縣楊梅鎮。
	九斗村侑閒農場	有機蔬菜是農場最大特色，備有露營野炊野外求訓練，位於桃園縣新屋鄉。
	飛牛牧場	原名「中部靜青年酪農村」，以滿園蝴蝶和飽滿乳年相映成趣，位於苗栗通霄鎮。
	雪霸休閒農場	在海拔 1920 公尺高，有中央山脈環繞，住於新竹縣五峰鄉。
	達觀渡假農場	達觀山原名「拉拉山」，著名紅檜林巨木，位於桃園縣復興鄉（上巴陵）。
	圓山休閒農場	是座與動植物互動的農場，可開放親自割、草餵牛羊及採果等，位於苗栗通霄鎮。
	綠世界生態農場	2004 年 5 月開幕的新竹綠世界，園區都以生態工法做成適合生態觀察的好去處。
中部地區	東勢林場	面積二百公頃，海拔約 600 公尺高，夏天野百合百花齊放，隸屬彰化縣農會。
	美音觀光農場	海拔 1750 公尺，園區有 80% 種植水蜜桃，四季皆可採果，位於台中縣和平鄉。
	若茵農場	坐落在朵山的美音，擁有 270 度的超廣角視野（觀景台），能遠眺秀麗美景。
	台灣省農會水美牧場	早期進口乳牛檢疫的水美牧場，於省農會推動成台農鮮乳的本營，位於中縣外埔。
	武陵農場	在山川環繞美景渾然天成四季旅遊活動，可露營、採果與賞花，位於中縣和平鄉。
	福壽山農場	佔地 807 公頃，跨越南投、台中與宜蘭三縣市，有高山茶園，位於台中縣和平鄉。
	綠野山莊	前身為果園，1986 年韋恩颱風肆虐後轉為滑草場，有多樣體能施，位於中市北屯。
	清境農場	成立於 1961 年，因其氣候涼爽、碧草如茵，有「霧上桃源」別稱，位於南投縣。
	惠蓀林場	海拔 2000 公尺，有多條森林浴步道，具有溫帶熱帶與亞熱帶特色，位於南投縣。
	梅仙山莊	前身為「梅園」，田園風光秀麗，冬季梅樹盛開，自製梅干菜獨到，位於南投縣。
	老五民農場	可參觀梅子加工廠、香菇農場、賞蓮、餵羊及撈蝦，位於南投縣水里鄉。
雲嘉南地區	嘉義農場	早期為日本人訓練馬匹的地方，農場以四季生態為主，動植物、昆蟲與鳥類豐富。
	走馬瀨農場	日據時代已存在，佔地達 120 公頃，前遍植甘蔗，後轉型植牧草為主，位於台南。
	南元休閒農場	有六座天然湖，每年候鳥過境會在此停留，鳥園及芬多精森林步道，位於台南。
	九層嶺玫瑰渡假花園	主要以玫瑰花園為主題來吸引人潮，春天賞花、秋天看鳳凰，位於台南新化。
	大坑休閒農場	野菜與山豬以此聞名，可在園區享森林浴，亦有溫泉 SPA 水療池，位於台南新化。
	巖頭休閒農場	菜園和竹林為此特色，另有竹林步道、滑草場及纜車區，位於嘉義縣番路鄉。
	龍雲休閒農場	四季皆有螢火蟲，農場內設有藥用植物區，可安排專人解說，位於嘉義縣竹崎鄉。
	跳跳休閒農場	於嘉義縣大埔鄉三角南山 1187 公尺處，可採果、賞鳥、手工藝 DIY 及山訓場等。
	仙湖休閒農場	佔地 52 公頃的仙湖，可認識台灣原生特有樹種品嚐龍眼享受採果趣，位於台南。
	驛馬溪休閒農莊	有 1600 階的竹林步道，拾階而上，園園供採菜及挖竹筍及溪釣，位於嘉義竹崎。
	恆春生態農場	以自然資源為主，推廣昆蟲與植物的生態教育，設有螢火蟲復育區及蔬菜溫室。
	香格里拉休閒農場	可享受田園樂趣，採果、放天燈祈福住宿免費或彩繪陀螺，位於宜蘭縣冬山河。

花東地區	北關農場	位於宜蘭為觀蝶賞鳥聽自然的聲音，採果、戲水、手工藝 DIY 與自然生態共鳴。
	頭城農場	面積廣達 100 多公頃，桂竹林地竹影隨風搖曳，多樣活動體驗古早童趣。
	三富花園農場	農村體體回憶兒時點滴，鄉野生態教育細心推展，位於宜蘭縣冬山鄉。

資料來源：本研究整理。

2.2.1 新光兆豐休閒農場概況

由於社會、經濟型態的改變，傳統農牧場經營方式逐漸式微，面臨 WTO 之後全面開放農產品進口的衝擊，所以農場必須調整經營方向以適應變化快速的社會環境；新光兆豐休閒農場原名「中國兆豐農場」於 1993 年獲經建會『促進產業東移專案小組』，指定為該小組規劃中的六大觀光區之一。1999 年農委會通過修訂休閒農業輔導辦法，而該農場歐式花園、遊客活動中心、可愛動物區、鳥園區等設施也陸續完成，休閒事業初具規模，並更名為『新光兆豐股份有限公司花蓮農牧場』。

在台灣經營農場，最大的困難是土地不夠廣大，使經濟價值受到限制。一般而言，除非是大農場式的經營，否則割裂成一小塊一小塊的農場，做起來很難生存，也談不上經營的價值。這是吳火獅先生開發兆豐農場的心得。該農場之土地是壽豐溪的河川沖積地，經東部土地開發處於民國五十二年開始築堤規劃開墾，民國五十六年完成開發八百餘公頃，計劃安置西部鹽民，因土質條件太差而未獲接受；後轉供農民及榮民承購，由於地區開發後仍然遍佈石礫不適種植作物，在五年內只售出約五〇公頃，大部分土地皆未能順利出售予農民。政府為了提高新生地的資源開發利用，乃依據『台灣省東部土地開發處理辦法』，准許法人機構承購，先由台糖公司特派專家駐地勘察數月，但認為無開發價值而放棄承購。公司於民國六十三年九月為配合政府農牧政策，依『獎勵投資條例』及『台灣省東部土地開發處理辦法』之規定，向東部土地開發處承購其開發之河川放領地（七百一十八公頃），共計八千九百一十八小坵塊；並成立『中國兆豐股份有限公司坪林農牧場』，為日後艱辛的開發歷

程揭開序幕。開發歷程約可分為土地開發、作物試植、畜牧發展等三個階段。

民國六十一年，由吳火獅先生率領到花蓮縣鳳林鎮接手這塊土地時，此土地面積有七百多公頃，是一塊河床新生地。農場在開發的過程，頗為艱辛。首先必須網羅各種專業人才，例如農業、畜牧、工務、管理專家。然後採購農機和運輸車輛，進行耕地改良、挖掘地下水、整修產業道路及水圳，以提供良好的耕種環境。接栽培各類農牧產品，如甘蔗色素原料、西瓜、肉牛等，後來一度還成為『台糖公司』最大蔗農業。爾後又試種日本「香瓜」成功；「頂好無籽西瓜」，品質優良，外銷香港等地，成為聞名海內外的台灣名產。民國六十八年起，種植薩爾瓦多銀合歡樹，不但可以加強水土保持，同時可提供紙漿原料。

陪同吳火獅先生打拼的墾荒者吳家錄先生亦提及新光兆豐坪林休閒農場原為河川新生地，民國六十三年公司承購這片土地時，滿目石礫、巨石纍纍，開墾之初、苦頭吃盡。當時為了要有足夠的土壤來種植作物，利用雨季時進行放淤，導引河水流入八千餘小坵塊，一點一滴的累積表土厚度，在土壤達到一定厚度後再將小坵塊推平為大面積的耕地，這一項土地改良工作，就耗去二十多年的時間。且其間遭逢多次嚴重的颱風侵襲、河川潰堤，使辛苦積成的土地一夕之間就回復石礫遍佈的貌，農作物嚴重損失，但農場上下員工毫不氣餒，發揮拓荒精神，前仆後繼，再接再勵的不斷進行開發，目前綠草如茵、花木扶疏的景象，正是全體同仁不畏艱難、共同努力開發的成果。

新光兆豐農場能夠化荒地為綠園，是個十分成功的墾殖例子。並且提供地方上不少就業機會。在公益方面也有不少建樹，東部鐵路拓寬時，兆豐農場供地給鐵路局興建河底隧道；民國六十九年二月，又提供土地

給花蓮縣政府，由縣政府投資新台幣一億多元設立規模宏大、設備新穎的肉品市場，解決了地方上因擇地困難而發生的南北派系紛爭。新光兆豐農場山明水秀，環境優美，逐漸發展成為一觀光遊樂園，讓人們多一個休閒健身去處。

民國八十年經行政院農委會核定為東部首座休閒農場，邁入由傳統農業轉變為休閒農業之轉型期。為配合政府產業東移、繁榮東部地區政策，特聘請景觀規劃公司為新光兆豐休閒農場進行多元性的規劃，如表 2.2 所示。

表 2.2 新光兆豐休閒農場劃分各主題區域表

各區介紹	內容
住宿區	現有荷蘭村、玫瑰園渡假木屋一百二十間，附設餐飲服務及會議室。
溫泉會館	館內規劃有個人湯屋、露天風景、溫泉 SPA 池、游泳池等設施。
景觀區	闢建歐式花園、遊客中心、四秀湖、活動大草原，配合兩側中央山脈及海岸山脈的自然景色，充分展現東部的清靜秀麗。
生態鳥園區	飼養各類雉雞、世界觀賞鴿、台灣原生鳥類、鸚鵡、孔雀等珍貴鳥類約二百餘種，提供觀賞並進行繁殖，部份鳥類予以野放讓遊客能有親近及瞭解的機會。
可愛動物區	飼養溫馴的草食性動物為主，飼有雪鹿、南歐野羊、台灣山羊、迷你馬、迷你馬、小白兔、天竺鼠等供遊客觀賞。
植物園區	規劃有後花園、孳草區、玫瑰花園、百竹園等水生植物生態區，增進寓教於樂的功能。
乳牛區	1986 年開始為配合休閒事業發展並改善環境衛生，故改建肉牛場及其週邊設施，目前飼養頭數五百頭，日產乳量二千五百公斤以上。
鹿苑	六公頃的小葉欖仁林裡，放養梅花鹿、水鹿、水鹿六十隻，苑內設有步道，人可步行入內與鹿群們與鹿群們近距離觀賞。
觀光果園區	以原有六十公頃果園加以規劃成觀光果園，依四季分區開放。
造林區	配合政府平地造林及保護生態環境，種植樟樹、楓香、台灣欒樹、茄冬、及台灣欒木等，種植約六十五萬棵，面積共四百八十公頃。

資料來源：本研究整理自「新光兆豐休閒農場簡介手冊」。

在各個區域中均有其不同的特色，充分提供遊客親近自然、享受休閒的機會、並兼具教育的功能。新光兆豐休閒農場，位於花蓮縣鳳林鎮，北倚壽豐溪、東鄰花蓮溪、西面為花東公路；距花蓮市約三十分鐘車程，

距離鳳林鎮更只有十分鐘車程，交通便利；佔地 726 公頃，共結合了農、林、畜牧、景觀、鳥園、溫泉及渡假小木屋住宿等，不同的主題內容，是一綜合性的休閒生態農場。陽光、空氣、花草和水，來兆豐農場感受與大自然為伍，呼吸的空氣是新鮮的，陽光是燦爛的，花草是鮮麗的，還有潺潺的流水，在農場裡感受五星級的心靈 SPA。

國民所得增加，國民度假習性已逐漸轉變成為定旅遊，東部地區的地理位置正適合國人二至三日定點休閒度假的需求，而且保持良好的自然生態景觀是台灣最後的一塊淨土，足以吸引生活緊張的都市人口來此舒解壓力。

豐富的農業資源，如發展具農業特性的觀光遊憩活動，經由親身體驗生活，得知農業生產的過程並現場品嚐製作之產品，使遊客能在農場環境中體會恬適的農村生活達到休閒的目的地。

發展成大型國際級的觀光休閒渡假農場是新光兆豐既定的目標，而其效益在於以下幾點：

- 一、延續企業的命脈、落實政府產業東移政策、繁榮東部地區、增加地方財政收入。
- 二、緩和加入 WTO 之後，全面開放農產品進口的衝擊。
- 三、安定農業生產、提供就業機會，留住年輕人口，使農村文化得以傳

承，並可保持良好的自然生態。

配合各區環境條件優越，又具有專業之農牧技術及完善的景觀遊憩規劃，在不脫離自然與農牧的前題下採取具有特色的設計，並引進現代的經營管理方法，使農場經營得以延續必能創造本省獨樹一格的綜合性遊憩農場，新光兆豐對遊客規劃參觀行程參考表，如表 2.3。

表 2.3 新光兆豐對遊客規劃參觀行程參考表

行程	內容	行程	交通	住宿	活動
產業之旅	乳牛區、放牧區、觀光果園、畜牧及農業設施	一至二日	遊園小火車、遊園電動車	招待所	牧場參觀 果園採果 產業解說
意象之旅	參照遊園路線遊園參觀	一至二日	遊園電動車、協力車、單車	露營區	觀賞風景 動物欣賞 農場解說
休閒之旅	釣魚池、放牧區、名人植樹區、柳波湖	一至二日	協力車、單車	荷蘭村	攬勝自然 草原休憩 特產品嘗
自然之旅	以農場內的植物為主，並搭配參觀鳥園與動物區等	一至二日	協力車、單車	露營區	體驗自然 環境教育 環境解說

資料來源：「新光兆豐休閒農場整體劃報告書」東華大學，觀光暨遊憩管理研究所；宋秉明，許義忠，林再秀，許世璋，2003。

2.3 解說員

「解說」是利用各種不同的媒體或方式讓遊客或民眾瞭解環境資源。經由適當的解說，不僅可以灌輸遊客保育的觀念，也可以從互動的關係讓管理單位瞭解到民眾的需要，作為政府施政的參考，並且達到環境教育的功能。針對不同的解說對象或資源，必須在衡量各種主、客觀的因素下採取不同的解說方式；並且運用各種說技巧，才能達到解說目

的。(楊明賢，2003)

針對農場的各项設施，尤其是畜牧及農業設施，需要專業的服務人員以便對遊客所提出之各項問題做最適當的回應。因此服務人員本身必須具有良好的訓練才能應付各階層不同遊客的需求。新光兆豐休閒農場遊客中心頂樓觀景台視野遼闊，為一良好的解說地點。可設立解說牌介紹週遭景緻、遠方山脈、河川、縱谷風光、道路等。(宋秉明，許義忠等，2001)。

導覽解說是一種透過人員、媒體或設施，溝通遊客與遊憩環境間的概念，透過導覽解說的過程與方式，可以使遊客獲得親身的體驗，不但增加客的遊客滿意度與對環境的認識，更得到寓教於樂的效果。基本上，導覽解說對農場具有以下功能：

- 1.對於充實遊客的體驗有直接的貢獻。
- 2.能使遊客知覺到他們在環境中的地位，且讓他們對於與環境共存的複雜性有更深的瞭解。
- 3.可以增廣遊客的眼界，使其對園區整個環境與資源有更深的瞭解。
- 4.可以減少遊客對環境與設施的破壞行為。

然而，新光兆豐農場現有之設施種類與項目，如表 2.4 列示。

表 2.4 新光兆豐休閒農場現有之設施概況

設施種類	設施項目
農業設施	1.溫室 2.堆肥舍 3.灌溉抽水設施 4.果園區
畜牧設施	1.乳牛放牧區

	2.動物繁殖區（舍） 3.倉庫 4.水池 水禽養與魚類飼養用，位於四秀湖、賞鳥園與動物繁殖區。 5.畜舍 肉牛舍、小牛仔舍、泌乳牛舍、熊舍等。 6.禽舍 鳥舍、雞舍等 7.孵化室 8.擠乳室
遊憩設施	1. 招待所（位於露營場旁） 2. 農特產品展示中心（位於歐式花園東南側） 3. 販賣部（外位農場果園區、乳牛區動物繁殖區等處） 4. 露營場 5. 歐式花園 6. 可愛動物區 7. 兒童遊戲區 8. 鳥園區 9. 侏儸紀公園 10. 藥草／花卉區 11. 觀光果園區 12. 名人植樹區 13. 水域活動區（划船區、遙控船） 14. 餐飲設施
行政/辦公設施	1.管理室（位於露營場旁）

資料來源：「新光兆豐休閒農場整體劃報告書」東華大學，觀光暨遊息管理研究所；宋秉明，許義忠，林再秀，許世璋，2003。

楊明賢（2003）在其《解說教育》一書中之「自序」提及自然資源無止境的開發與利用導致生態環境的破壞。有幸在世界各國環境保育人士的努力之下，採取各種合作方式，以謀求人類環境的平衡發展，並藉由各種環境教育與解說的方式，使人們經由認識環境、瞭解環境進而關懷環境。

所以各風景區、遊憩區或國家公園需要訓練解說員來執行，而解說

員的訓練教材通常為導引、手冊及紀錄片等。解說員應俱備專業知識了解生態環境，主動閱讀相關出版品（圖書、雜誌、出版品、多媒體與網站）。

2.4 閱讀行為及相關研究

根據《天下雜誌》二〇〇二年「閱讀特刊」指出，進入二十一世紀，世界各國紛紛以推廣閱讀來打破先天或後天的不平等，提升國民迎接未來的能力、縮短社會上的知識落差。「閱讀是教育的靈魂，」前教育部長曾志朗指出，因為唯有透過閱讀，才能打破課堂教育的限制，也才有終身學習可能。

談到有關圖書閱讀行為之相關文獻多以國內之國中生、高中生及大學生之閱讀行為做為探討對象，研究結果：閱讀行為大都以課業為主，閱讀向實用性目的，課外閱讀多利用休閒時間進行，閱讀來源及讀量上則受父母影響；而圖書閱讀行為研究之相關文獻，如表 2.5 列示。

表 2.5 國內圖書閱讀行為研究之相關文獻

研究者	研究題目	研究範圍及內容
孫良輔 (1990 年)	企業主管之生活型態與男性雜誌閱讀行為之研究	以 182 位企業主管為對象進行問卷調查，分析出企業主管之一般及特殊生活型態，以及閱讀及不閱讀男性雜誌的原因，更進一步的找出企業主管需要什麼內容的男性雜誌，以做為業者在做行銷策略時參考之用，應用因素分析，卡方檢定、變異數分析等統計方法。
鍾宜君 (1992 年)	臺中地區報紙讀者閱讀行為及廣告態度之研究	以聯合報、中國時報、民生報、自由時報、及臺灣時報之偏好群為研究對象，探討各報偏好群對報紙內容之重視與滿意程度之差異，作為業者擬訂編輯方針的參考依據。此外，並探討報紙廣告對各報偏好群的影響程度與影響廣告吸引力的因素。
楊曉雯 (1996 年)	高中生閱讀行為研究：以臺北市立建國高級中學生為例	結果顯示，高中生日常的閱讀行為，大都以課業需求為主。而為了因應考試與作業的要求，受訪者對於閱讀的態度傾向於講求學習的速度與表現發揮的效果。至於在課外閱讀的時間與閱讀量上，則受到「同學」、「功課量」、「讀物的可得性」及其「其他休閒活動進行的時間」很大的影響。

陳明來 (2000年)	台北市公立國中生 課外閱讀之研究	以台北市公立國中生為對象,採用問卷查法為研究 架構,質性訪談法為輔,研究國中生課外閱讀行 為、動機、興趣、態度及影響閱讀因素,分析國中 生的閱讀行為。
林見瑩 (2000年)	高雄縣國民小學六 年級學童課外讀物 閱讀情況之調查研 究	以高雄縣國小六年級學童為對象,對二十所在城市 鄉村、沿海、山地的學校,採用問卷調查法,研究 分析學童課讀物的閱讀態度、閱讀動機、閱讀興 趣、閱讀地點的情況。
謝彩瑤 (2001年)	台東師院學生課外 閱讀行為調查研究	以大規模全校調查為施測單位,計發出 2,159 份問 卷,有效回收 1,742 份,回收率高達 82%,樣本可 說就是母群體。問卷經鍵入後,以因素分析、百分 比次數分配、關連性均數分析及多元迴歸、邏輯迴 歸等統計方法進行分析考驗。
林士郁 (2002年)	父母創意教養方 式、父母閱讀教養 方式、閱讀動機與 閱讀行為、創造力 之關係	本研究對抽取自台北市、台中縣、台南市與台東縣 的 487 名國小五年級學生,以「閱讀動機問卷」、「父 母創意教養量表」、「父母閱讀教養調查問卷」、「閱 讀行為調查問卷」、「閱讀策略量表」與「創意生活 經驗量表」等六項研究工具進行調查研究。
陳冠華 (2002年)	網路使用者閱讀行 為之研究:以紙本式 及電子式小說文本 為例	以淡江大學及國立台灣師範大學兩校的 BBS(Bulletin Board System, 電子佈告欄) 小說版 48 位同時具有紙本 小說及網路小說閱讀經驗之讀者為研究對象,採用質 性深度訪談方法,試圖探討 BBS 小說版的讀者在閱讀 方面相關的議題等,並探討受訪者對於印刷式閱讀和 電子式閱讀的看法。
趙維玲 (2002年)	Booktalk 對國小學 童閱讀動機和閱讀 行為之成效探討	瞭解 booktalk 教學對國小三年級學童閱讀動機和 閱讀行為的影響。研究者設計 booktalk 教學活動, 以兩個國小三年級的班級為研究對象,一班為實驗 組(32人),在閱讀課時實施 booktalk 教學,另一 班為控制組(32人),閱讀課時實施自由閱讀的教 學法,兩個班級皆由研究者擔任教學,每週一節, 共十二週,計 480 分鐘。
黃敏秀 (2002年)	學前一般兒童與發 展遲緩兒童閱讀行 為及其家庭閱讀環 境研究	透過學前融合班兩名一般兒童與兩名發展遲緩兒 童及其家長的調查、訪談與觀察,探討此四名兒童 之閱讀相關認知能力、閱讀行為表現、家庭閱讀環 境及其關連情形。在閱讀行為的探討上,本研究使 用研究者自編之「學前兒童閱讀行為檢核表」以瞭 解兒童閱讀行為之發展,並實際觀察兒童在閱讀指 定與自選圖畫故事書之閱讀行為表現。在家庭閱 讀環境的探討上,本研究使用研究者自編之「家庭閱 讀環境檢核表」、「家庭閱讀環境訪談大綱」、「家 長閱讀指導行為觀察記錄表」及「一週活動記錄單」

		來瞭解個案之家庭閱讀環境。
李胤儀 (2002年)	電子報閱聽人生活型態及閱讀行為分析	針對電子報讀者進行研究，以一般的生活型態量表做因素分析，以了解生活型態與電子報使用行為的關連性，將傳播領域中的閱聽人研究與行銷學的消費者行為研究相結合，描繪出電子報讀者的面貌。
劉勝吉 (2003年)	臺北市大專學生閱讀體育運動新聞動機與行為之研究	以臺北市大專生為研究對象，抽樣方式以台北市26所公私立大專院校學生為本研究樣本，採隨機抽樣，共發放1080份問卷，回收有效問卷1034份，有效問卷回收率為96%。資料處理採敘述統計、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析。本研究主要結論為：1.臺北市大專男生、體育系組學生其閱讀動機較高。2.經常看報紙、閱讀時間較長、閱讀時從頭看到尾及滿意體育報導內容者之大專生其閱讀動機較高。
陳怡如 (2003年)	兒童圖畫書閱讀行為與其性別角色態度之相關研究	以高雄市、高雄縣、屏東縣國小二年級兒童為母群，採分層立意取樣，抽取市區學校五所，共169人；鄉鎮地區學校五所，共159人；偏遠地區學校六所，共114人，合計442人為樣本，進行問卷調查。所使用之研究工具有「基本資料調查表」、「閱讀行為量表」、「兒童性別角色態度量表」等三種，依受試者之作答結果，進行量化資料之處理與統計分析。以「單因子變異數分析」、「單因子多變量變異數分析」、「獨立樣本t考驗」及「卡方考驗」考驗本研究之假設，以達成研究目的。
莊雅雯 (2003年)	國民小學中、高年級學童閱讀漫畫行為之研究-以台中市國小為例	以台中市國小為例研究國民小學中、高年級學童閱讀漫畫行為之研究，探討台中市國小中、高年級學童漫畫閱讀行為的影響。採用問卷調查的方法將收集到的資料作分析，以了解當前兒童所喜好的漫畫型式與內容、兒童閱讀漫畫的動機、閱讀漫畫的興趣及其漫畫資訊來源與環境的情況。研究方法採量化方式，用問卷蒐集資料進行卡方檢定分析，以期了解學童偏好閱讀漫畫的型式和內容、閱讀漫畫的動機、閱讀漫畫的興趣及閱讀漫畫的資訊來源與環境和性別、年級、智育成績及父母學歷有無顯著差異。
王瓊慧 (2003年)	台中縣國民小學學生校刊閱讀行為的探討	探討台中縣國民小學學生校刊閱讀行為，以瞭解學生對校刊內容及滿意度、投稿行為、閱讀行為及閱讀動機的現象。研究方法採問卷調查法，進行卡方檢定、t檢定、單因子變異數統計分析，以期瞭解不同類型小學、不同背景學生在校刊閱讀行為之差異。根據所得的結論提出建議，希望能提供校刊編輯老師、學校教師、學校單位、學校主管機關做參

		考。
林嘉祥 (2003年)	螢幕與書面資料閱讀行為之研究	本研究利用眼睛追蹤系統，針對頭部與眼睛在書面及螢幕媒體閱讀或搜尋作業時的閱讀行為，實驗結果顯示，不同媒體及型態對頭部俯仰角度、眼睛上下凝視角度造成影響；至於左右轉動角度影響不顯著，而且文章以書面或螢幕為閱讀呈現媒介時頭部轉動角度小於眼睛凝視角度。綜合以上結果，本研究得到以電腦螢幕閱讀或搜尋時頭部及眼睛的變化角度明顯的小於在書面媒體作業時頭部及眼睛的變化角度，此為長期操作電腦時促發頸部酸痛及眼睛疲勞的誘因之一，即在螢幕閱讀時，頭部會往前傾斜，頭部重心落在身體正中線的前方，使得頸椎承受額外壓力，肌肉也增加了許多的負擔。
蔡育妮 (2004年)	繪本教學對國小一年級學童閱讀動機與閱讀行為之影響	探討繪本教學對國小一年級學童閱讀動機與閱讀行為的影響，以提供國小教師作為教學之參考。本研究採準實驗研究法，以十本繪本對實驗組學童進行十週之教學，並利用改編之「閱讀動機量表」及「閱讀行為量表」分別對實驗組及控制組學童進行前測、後測、追蹤測，以「獨立樣本單因子共變數分析」考驗繪本教學的立即效果及延宕效果；再輔以研究者自編之「教學回饋單」、「課程回饋單」等資料，進一步瞭解學童對繪本教學課程的感受。
吳憲昌 (2004年)	台中縣國小六年級學童家庭語文背景、閱讀行為與心得寫作之相關研究	本研究以問卷調查法探討台中縣國小六年級學童家庭語文環境、閱讀行為與心得寫作，有效樣本共267位。藉由自編之「閱讀與寫作問卷」，輔以個案訪談，不同背景變項（性別、地區、學校類型）的台中縣國小六年級學童在家庭語文環境、閱讀行為與心得寫作方面，部分達到顯著相關。

資料來源：本研究整理

2.5 消費行為理論

消費行為的研究是一門結合社會心理學、社會學、人類學與經濟學等相關研究綜合學問，因此欲了解消費者的購買行為，就得先釐清消費行為的基本觀念。這個範圍將分成兩部分加以說明，第一部分為消費者行為的定義，第二部份為消費者行為模式。

許多學者根據自己的經驗及知識提出不同的意見，對消費者行為做

出闡釋，列舉如下：

- 1.Nicosia (1968) 認為：「消費，即是以非轉售為目的之購買行為。」此定義即清楚的區分中間商及製造商的消費購買行為與消費者購買行為。
- 2.Demby (1973) 認為：「人們評估、取得及使用具有經濟性的商品或服務時之決策程序與行動。」
- 3.Walters (1978) 認為：「消費者行為是人們在購買與使用產品或勞務所涉及的決策與行為。」
- 4.Williams (1982) 認為：「一切與消費者購買產品或勞務過程中，有關的活動、意見和影響，即是消費行為。」
- 5.Peter & Olson (1990) 認為：「人們在他們的生活交換過程中，對於認知、行為及環境結果的動態交互作用。」
- 6.Engel, Kollat & Blackwell (1993) 認為消費者購買行為有二種含義，狹義的購買行為即「為獲得和使用經濟性商品和服務，個人所直接投入的行為，其中包含導致及決定這些行為的決策過程」，而廣義的購買行為即「除了消費者行為之外，還有非營利組織、工業組織及各種中間商的採購行為。」
- 7.Kolter (1997) 認為：「消費者行為研究關於個人、群體與組織如何選擇、購買、使用及處置產品、服務、構想與經驗以滿足需求。」

8. 榮泰生 (1999) 認為：「消費者行為是探討採購單位 (buying unit) 及交換過程 (exchange process) 的學科，此交換過程涉及到對於產品、服務、經驗及構想的獲得、消費及處理。」

9. Zaltman (2000) 認為：「消費者行為是研究人類如何取得、消費與處置產品、服務與構想。對消費者行為有愈深入的瞭解就愈能夠瞭解其他的規律。」

根據上面多位學者的意見，我們可以發現他們有一個共通點，簡單來說，消費者行為就是一個購買的過程，其中包含產品、服務、經驗、構想等構面。

2.5.1 消費者行為模式

消費者行為理論發展多年，已經有許多學者提出不同的理論模型，比較有名的如 EKB 模型、Howard Sheth 模型、Nicosia 模型、CDP 模式等，每種模型皆有其特色。

在眾多的消費者行為模式中，CDP 模式算是目前較為完整的理論，它對於消費者的決策程序及影響決策程序的因素來源，都做了系統性與詳細的探討，因此本研究將利用 CDP 模式作為架構分析，以決策過程變數來探討消費者的特性，接下來將介紹 CDP 模式的主要內容。

CDP 模型之前身稱為 EKB 模式，是由 Engel, Kollat & Blackwell 三人

於一九六八年提出，並於一九八四年修正稱為 EBM 模式，後稱為 CDP (消費表決策過程) 模式，而成的理論架構見圖 2.2，包含四個主要部份：(1) 資訊輸入 (2) 資訊處理 (3) 決策過程 (4) 影響決策過程變數，以下分別說明其中的內容：

1. 資訊輸入 (Input)

消費者透過傳播媒體或是人際網路得到資訊，其中包括外在刺激、行銷策略或是其他資訊，接受這些資訊後，將進入資料處理的階段。

2. 訊息處理 (Information Processing)

消費者接受資訊後，將會有曝露、注意、瞭解、同意接受的動作，最後篩選資訊保留，並轉而儲存記憶系統裡。

3. 決策過程 (Decision Process)

決策過程為 CDP 模型的核心重點部分，它是消費者決策的程序，由五個步驟所構成：問題的認知、情報的蒐集、方案評估、選擇、購後行為，分述如下：

(1) 問題的認知：當消費者知覺到他的理想狀況與目前的實際狀況有差異存在時，便產生了問題的認知。問題的認知是由外在的刺激或個人內在的動機所引發，其中刺激為活動的激發因子，而動機受人格、生活型態、文化規範及價值觀的影響，

(2) 情報的蒐集：當消費者認知問題存在後，便會去尋求此問題的

有關資訊，此時消費者會嘗試由其他現有的資訊或經驗找出解決方案，若仍無法獲得必要的訊息，則他會轉由外部追尋訊息，如大眾傳播媒體、親友、其他參考群體等。至於蒐集行動會做到何種程度，端視驅力的大小、原來擁有資訊的多寡、獲得額外資訊的難易程度、對額外資訊的重視程度，以及從蒐集行動中所得到的滿足感而定。

(3) 方案評估：當消費者蒐集了需要的情報後，他便可據此評估各項可能方案。方案的評估包括四個部分，分別為評估準則、信念、態度與意願。

(4) 選擇：當消費者完成各方案評估後，便會選擇一最適方案並採取行動。通常意願愈高的產品或品牌，被選擇的機會也愈大；但是消費者可能也會受到某些無法預期的變故而改變其選擇，例如他人的態度、非預期情境因素、認知風險、購買決策（品牌決策、賣主決策、數量決策、時間決策、付款方式決策）等等。

(5) 購後行為：當消費者購買並使用某產品後，可能發生兩種結果：滿意或購買認知失調。若感到滿意，則這個購買經驗會進入其記憶中，並影響日後的信念與態度；若不滿意，其將發生購買認知失調的情形，除非尋得其它資料以支持這項購買決定，不然會降低再度購買的可能性。

4. 影響決策過程變數

影響決策過程的變數包含了動機、評估準則、生活型態、規範性順從與資訊影響力。動機將影響問題確認與消費者內心的評估準則，進而形成信念。

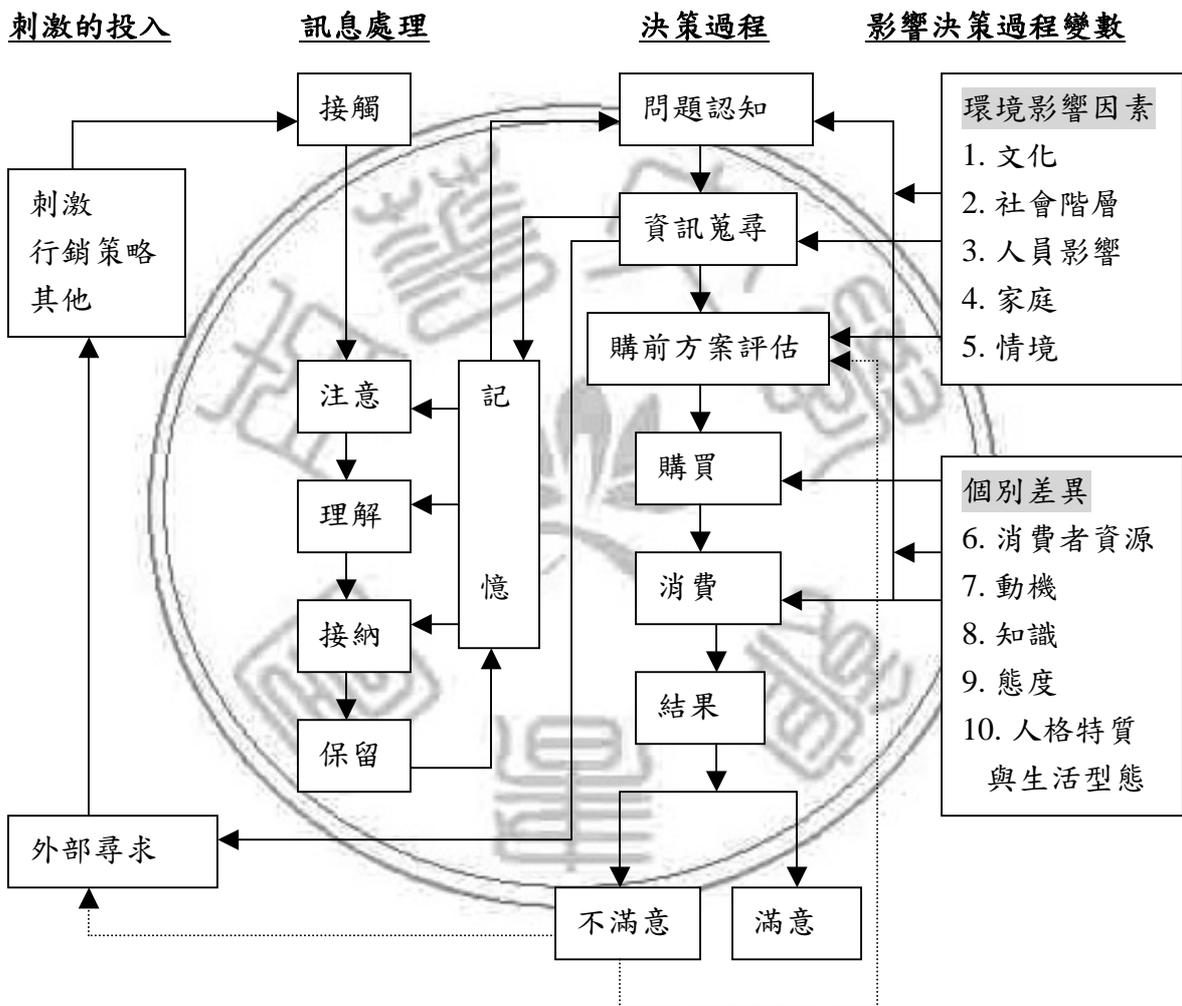


圖 2.2 CDP 消費者行為模式

資料來源：Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (2001), Consumer Behavior, 9th ed, p.536.

2.5.2 影響消費者行為之因素

Kolter (1997) 指出，消費者行為的研究是一個瞭解消費者黑箱的過程，「黑箱」是指消費者可由外在的刺激來源：「行銷活動」與「環境層

面」兩項因素接受刺激，再經由黑箱處理，產生購買的決策，其過程包含此三部份，如圖 2.3 所示：

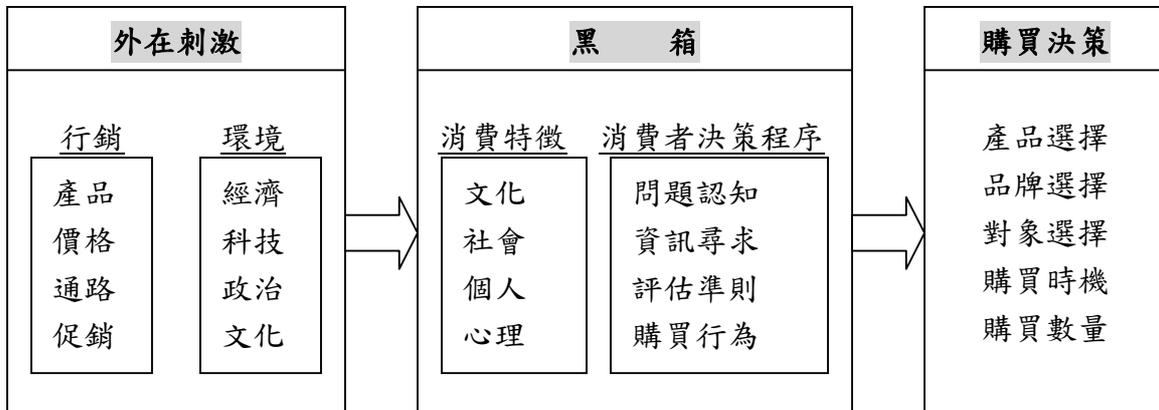


圖 2.3 購買行為模式

資料來源：Kolter.P. (1997, Marketing: Analysis, Planning, Implementation and Control, P. 172.

想要瞭解消費者黑箱作業，可從消費者的背景特徵與決策過程進行探討。消費者的背景特徵為影響消費者行為的因素之一，Kolter 將其分為文化、社會、個人、心理等四項因素，如表 2.6 所示、

表 2.6 影響消費者行為之因素

影響行為因素	內容說明
文化	文化、次文化
社會	參考群體、家庭、角色
個人	年齡、生命週期階段、職業、經濟狀況、生活型態、人格與自我概念
心理	動機、認知、學習、信念與態度

資料來源：Kolter, P. (1998) ,Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control,9th ed,p.173.

由上述探討可知，消費者在決策過程中受到外在的社會、文化、家庭、參考群體，和內在的需求動機、生活型態及人口統計變數等相關因素影響。換言之，除了產品及市場相關活動會影響消費者決策過程外，消費者本身的特性也是影響整個決策過程的重要因素之一。

2.5.3 圖書消費行為相關研究

由於本研究乃針對農場工作人員、解說員工作領域中的專業行為所吸收的訊息，故本研究偏向旅遊相關知識之圖書消費行為（books consumption behavior）。《知識的燈塔》（王岫，2003）的「美國旅遊指南的評鑑」談到，近年來國人出版旅遊研究愈來愈多，出版旅遊指南（Travel Guide）之類的圖書自然也跟著蓬勃發展；雖然網路上也可以獲得部分旅遊資訊，絕無法取代內容較豐富或較深度的紙本旅遊指南。

王岫還指出，旅遊指南的出版，以美國最為盛行，常見的各類叢書即有數十種，美國的《圖書館學刊》（Library Journal）二〇〇〇年十一月十五日這一期，即有個專欄對各種著名的旅遊指南叢書分別就其「內容撰寫」、「照片」、「地圖」、「索引」、「內部深度資訊」等項目給予評鑑，並以一顆星代表其評分。（評分方式：一顆星表示「貧乏不足」、二顆星表示「基本上能滿足讀者」、三顆星則為「良好及豐富」、四顆星表示「最佳」）。這一份評鑑係針對四類旅遊指南，一是「對主要地區（城市）的指南」類，二是「對文化歷史的導引指南」類，三是「對必看地方的指南」類，四是「對短時間該去的指南」類，所評鑑的各種旅遊叢書多達數十種。而國內圖書消費行為研究之相關文獻如表 2.7 所示：

表 2.7 國內圖書消費行為研究之相關文獻

研究者	研究題目	研究對象	研究內容及結果
楊乾輝 (1985 年)	一般書籍消費者購買行為之研究	以重慶南路書店之購買者及金石堂文化廣場月刊讀者為研究對象，採便利抽樣方式。	探討文藝類、非文藝類之重度與輕度購買者在生活型態、購買動機、購買行為等方面的差異進而瞭解經常購買者在書籍與書店屬性因素之重視程度。
柯晉忠 (1989 年)	大學生圖書購買行為與生活型態之研究	以中部及北部日間部大學生為對象，採便利抽樣方式。	探討由性別、購買量、意見領袖、追求利益所形成之各區隔之差異及瞭解生活型態與購書行為之關係。
張錫銓 (1990 年)	上班族的生活型態與圖書購買行為之研究—以台北市區上班族為	以台北區上班民眾，並剔除半工半讀者為研究對象，採便利抽樣方式。	探討各消費族群在追求利益、生活型態、情報來源、產品屬性、購書類別、購書地點及人口統計變項上之差異，進而找出有效之區隔及擬定行銷策

	例		略。
張鍊生 (1998年)	老年人生活型態與圖書消費行為之研究	以老年人為研究對象，採便利抽樣方式。	以因素分析取得變異量之十二個因素，經集群分析獲得四群不同生活型態之老人集群，在圖書消費行為方面，四群在閱讀情形、購買金額、產品屬性、通路形態、電視「銀髮族」節目、廣播「書訊」節目，有顯著差異。
蔣榮華 (1998年)	輔仁大學學生圖書消費之行為研究	以輔仁大學日間部學生為研究對象，採便利抽樣方式。	探討輔仁大學學生在性別、學院別、可支用金額等人口統計變項與生活型態在購買行為之差異，進而提供校作為推動讀書風氣及書商行銷策略之參考。
王茂晃 (2000年)	連鎖書局消費者購買行為之研究—以台北市兩大連鎖書局為例	以台北市兩大連鎖書局為對象，採便利抽樣方式。	瞭解消費者購買行為，並以人計變數、生活型態、價值觀及資訊來源等變數做為獨立變數，藉此探討消費者對書局態度、書局選擇及滿意度之間的關聯以提供建議予連鎖書局管理者做為決策上的參考。
蕭凱聰 (2002)	大陸圖書消費者購買行為之研究	台灣地區的大學生為研究對象，採便利抽樣方式。	以文學院之研究生為最大消費群體，購買書籍類別方面以國學文史類及文藝類為主要選擇，而購買動機以增加新知及寫報告之參考為主要動機，另外大陸書籍的價格便宜與否是學生在購買書籍考慮的最大因素。
郭峻宏 (2002年)	圖書購買者之涉入程度及消費行為之關聯性研究	以一年內有購書的消費者作為研究對象採 Zaichkowsky 縮減後的個人涉入量表，衡量讀者的圖書涉入程度。	不同圖書涉入程度之消費者在消費行為及人計變數上的確存在差異。不同涉入程度之消費者在下列消費行為變數如訊息處理、品牌偏好、購書方式、產品評估、閱讀習慣上有顯著差異；在人口統計變數如性別、學歷、職業及收入上有顯著差異。
黃靖真 (2003年)	文學類暢銷書購買者生活型態與消費行為之研究—以大台北地區消費者為例	以大台北地區消費者為研究對象，採便利抽樣方式。	不同生活型態類型的文學類暢銷書購買者在人口統計變項與消費行為上有顯著差異；不同人口統計變項的文學類暢銷書購買者在消費行為上有顯著差異；文學類暢銷書購買者在評估準則上對於「書籍內容」最為重視，其次為「文辭流暢、易懂」、「印刷品質」；而對於「出版社名氣」與「有無知名推薦人」最不重視，研究結果以作為出版業者擬定出版計劃與行銷

			策略時的參考。
陳慶汝 (2003年)	書店消費者購買行為之研究—以嘉義地區為例	以嘉義地區三家不同類型：連鎖、複合、傳統式的書店為主，採便利抽樣方式。	以人口統計變數、生活型態、價值觀、資訊來源等作為獨立變數，藉以探討消費者購買動機、對書店的態度—重要度以及滿意度之間的關聯，並以EKB模式觀點，試圖瞭解消費者購買行為，以找出不同的因素彼此間差異，提供書店業者在管理上制定策略時之參考建議。
黃偉豪 (2004年)	圖書購買行為與消費者特性之關聯性研究—台北市高中職學生為例	台北市高中職學生為研究對象，採便利抽樣方式。	研究在圖書與雜誌上的發現 1.生活型態 2.價值觀 3.性別、年齡、每月零用金、家庭平均收入及父母親的教育程度，對高中職學生之圖書購買行為具顯著性的影響。
朱珊玉 (2004年)	臺灣二手書籍市場消費者購買行為之研究—台北市和高雄市為例	臺北市和高雄市為研究對象，採便利抽樣方式。	以二手書籍的購買者為研究對象，試圖找出二手書籍市場的消費者行為並提供二手書店業者經營方針的參考。

資料來源：本研究整理

由於本研究乃針對休閒農場從業人員對其生態旅遊之專業圖書消費行為做研究，而針對其他主題之圖書消費行為研究如楊惠蘭（2002）以高雄地區佛教道場為對象，研究佛教類圖書閱讀行為與消費行為關聯之研究，目的在探討佛教道場中在家居士的人口特徵對於佛教類書的閱讀行為與消費行為的關聯；蔡月嬌（2003）則針對台灣天主教出版品閱讀與消費行為之研究，以雲嘉地區的教友為研究對象，運用問卷調查法，以人口統計變項、閱讀行為變項、消費行為變項、生活型態變項等設計問卷。而本研究主要探討新光兆豐休閒農場從業人員對其專業圖書出版品的閱讀與消費行為。以下表 2.8 列示本研究與楊惠蘭（2002）及蔡月嬌（2003）論文的異同性比較。

表 2.8 國內圖書閱讀與消費行為研究與本研究異同比較

研究題目	佛教類圖書閱讀與消費行為關聯之研究	台灣天主教出版品閱讀與消費行為之研究	台灣休閒農場從業人員對其專業圖書閱讀與消費行為之研究
研究者	楊惠蘭	蔡月嬌	本研究

研究時間	2002 年	2003 年	2004 年
研究對象	高雄地區佛教團體的在家眾、社會人士。	雲嘉地區天主教教友。	新光兆豐休閒農牧場(台北、花蓮)
有效問卷	630 份	240 份	118 份
研究目的	1.瞭解佛教圖書的消費者屬性。 2.針對不同讀者屬性探討佛教圖書閱讀行為的關聯。 3.針對不同讀者屬性探討佛類圖書消費行為的關聯。 4.瞭解佛教書閱讀行為與消費行為的關聯。	1.探討台灣天主教出版品的內容、種類與現況。 2.研究天主教教友對台灣天主教出版品之閱讀與消費行為。	1.認識台灣休閒旅遊類出版品的傳播媒體來源及型態。 2.了解台灣休閒農場從業人員之閱讀行為。 3.了解台灣休閒農場從業人員之圖書消費行為。
研究方法	描述性分析、一般性卡方檢定、交叉分析。	描述性分析、t 檢定、單因子變異數分析卡方檢定、雪費事後檢定分析、雪費事後檢定分析、皮爾森積差相關分析。	描述性分析、一般性卡方檢定、t 檢定、單因子變異數分析、交叉分析。
研究結果	1.其年齡、教育程度、信仰時間、參與宗教活動次數等與閱讀行為有顯著關聯。 2.在消費部分，其年齡、職業與購買有顯著關聯。 3.閱讀行為的閱讀頻率、每週閱讀時間、閱讀書籍的來源與購買有顯著關聯。	1.不同人口統計變項的天主教出版品閱讀者在閱讀行為之閱讀種類、閱讀型態、閱讀動機上有顯著差異。 2.不同人口統計變項的天主教出版品消費者在消費行為之購買頻率、購買金額、購買資訊來源、購買因素上有顯著差異。 3.不同生活型態的天主教出版品閱讀者在閱讀行為上部份有顯著差異。 4.不同生活型態的天主教出版品消費者在消費行為上部份有顯著差異。 5.不同生活型態的天主教出版品在閱讀動機、購買因素上部份	1.不同人口統計變項的休閒農場從業人員對其專業圖書在閱讀行為之閱讀習慣、閱讀頻率、閱讀時間、閱讀種類、閱讀型態、閱讀動機上有顯著差異。 2.不同人口統計變項的休閒農場從業人員對其專業圖書消費行為之購買頻率、購買金額、購買資訊來源、購買因素上有顯著差異。 3.不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書對其在閱讀動機、購買因素上部份有顯著相關。

資料來源：本研究整理

2.6 生活型態理論

生活型態的觀念最早是在六〇年代被引入行銷領域，它包含了心理學與社會學的概念，改善人口統計變數所無法提供的訊息，因為單從人口統計變數來看，會因為太簡單而無法詳細的定義市場上消費者購買行為，生活型態不但包含人口統計變數的優點，也加入豐富的心理特質，將使得行銷人員能更瞭解、掌握消費者行為，以下將討論生活型態的定義與內容。

2.6.1 生活型態的定義

1. 學者 Engel, Blackwell & Miniard (1993) 認為：生活型態可定義作為人們生活花費時間及金錢的型式。
2. Kolter (1994) 認為：生活型態是人們表現在活動、興趣與意見上的生活方式。
3. 學者 Hawkins, Best & Coney (2001) 認為：生活型態就是指我們如何過生活，是自我觀念的具體表現，由過去經驗、內心特徵、和當時情境共同塑造成形，足以影響消費行為的各個層面。每個人的生活型態都是在各個生命階段中與社會互動之下所塑造成形，足以影響消費行為的各個生命階段中與社會互動之下所塑造成形，因此會受到文化、價值觀、人口統計變數、次文化、參考群體、家庭、動機、情緒、和人格等事項影響。

Well (1971) 曾經回顧有關生活型態的文獻，發現至少有三十二種不同的定義，經其研究指出，許多學者對於生活型態的定義並不一致，不過卻有某些共通特點，整理如下：

1. 較人口統計變數的資料更為豐富。
2. 定量而非定性的，並採用大量資料。
3. 使用一般口語化而非術語來描述。

2.6.2 生活型態的內涵

從西元一九七〇年至今，國內外有關於生活型態的類型大概有三種，國外包括最早期的 AIO (Activity; Interest; Opinion) 生活型態量表，後來美國史丹佛研究機構將 AIO 加入了價值觀 (Value) 的概念而發展出 VALS (Values and Life Styles)、VALS II 生活型態量表，而有鑒於國外發展出的生活型態項目並不適合國內使用，因此國內多家廣告公司一起至國外考察，發展出 E-ICP (Eastern Integrated Consumer PRofile) 生活型態量表，其中內涵比 VALS 生活型態多了資源 (Resource) 變項，以上三種大概就是目前比較有名的生活型態理論 (林美慧，2002)。

雖然生活型態量表在國內外就有三種類型，不過目前在實務中，用以衡量人類的活動 (Activity)、興趣 (Interest)、意見 (Opinion)，簡稱 AIO 變數最常被研究者使用，因此本研究只探討 AIO 生活型態。AIO 變

數最早是由 Well & Tigert 在一九七一年所發展出三百題的量表，此量表也為日後生活型態變數奠定了基礎，表 2.9 正是他們對於活動 (Activity)、興趣 (Interest)、意見 (Opinion) 所下的定義。

表 2.9 生活型態之構面

變數	定義
活動 (Activity)	是一種具體而平常易見的活動，通常可以直接的觀察，不過很難加以直接的衡量；如媒體觀賞或是休閒生活體驗等。
興趣 (Interest)	指的是對於某些事物、事件或主題興奮程度，可使人們產生特別而且持續的注意。
意見 (Opinion)	指個人處於某種問題刺激的情境下，所給予的口頭或書面陳述的反應，可以用來描述個人對於事情的解釋、期望與評估。

資料來源：Reynolds, F. D. 1974, "Life Style and Psychographics", Chicago; AMA.

然而，在一九七四年時，學者 Plummer 將人口統計變數涵蓋在 AIO 生活型態構面之內，切入衡量生活型態，發展出三十六個生活型態的子構面，Plummer 此一生活型態量表就是廣泛被應用的 AIO 量表，如表 2.10 所示，加入人口統計變數，使得各個變數、子變數更能反應出生活型態 (Plummer, 1974)。

表 2.10 生活型態 AIO 之構面

活動	興趣	意見	人口統計變數
工作	家庭	自己本身	年齡
嗜好	家事	社會事件	教育
社交	工作	政治	所得
渡假	社區	商業	職業
娛樂	娛樂	經濟	住宅種類
社團成員	流行	教育	地理位置
購物	媒體	未來	城市大小

資料來源：Plummer(1974), The Concept and Application of Life Style Segmentation, *Journal of Marketing*, Vol.38, p.37.

第三章 研究設計與研究方法

本章內容，係對本研究進行時所採用之研究方法作更進一步的說明，包含研究架構之建立，提出研究假設，問卷設計及抽樣方法，並對樣本進行描述，最後說明本研究所使用之料分析方法。

3.1 研究架構

本研究之研究架構（如圖 1.2 所示）以新光兆豐休閒農場全體員工為研究對象，探討人口統計變項對閱讀行為的影響，人口統計變項對消費行為的影響；生活型態變項對閱讀行為的影響，及生活型態變項對消費行為的影響。

3.2 研究假設

根據本研究的研究變項共分成四大部份，包括人口統計變項、閱讀行為變項、消費行為變項、生活型態變項。問卷設計主要採取調查法中的便利抽樣法蒐集資料，問卷第一部分為閱讀行為變項，共計六題；問卷第二部份為消費行為變項，共計七題；問卷第三部份為生活型態變項，共計三十八題；問卷第四部份為人口統計變項，共計九題，有關各變項的操作型定義與問卷設計的內容說明如下節。

3.2.1 人口統計變項

- 1.性別：分為男性與女性二個選項。
- 2.年齡：考量實際閱讀行為及消費能力，本研究以五歲為間隔，依序分為：
15~19 歲、20~25 歲、26~30 歲、31~35 歲、36~40 歲、41~45 歲、46~50

歲、51~55 歲、56~60 歲、61 歲(含)以上，共十個選項。另外，為利於統計分析，此於第四章將合併成為 30 歲(含)以下，31~35 歲，51 歲(含)以上，共四個選項作分析。

3.婚姻狀況：分為未婚、已婚二個選項。

4.教育程度：分為國中(含)以下、高中(職)、專科、大學、研究所(含)以上五個選項。另外，為利於統計分析，此於第四章將合併成為高中(職)(含)以下，大專(含)以上，共四個選項作分析。

5.所屬部門：以該農場之劃分部門分為：台北總公司及花蓮農牧場課別分為管理課、工務課、休閒課、客房課、農林課、園藝課、畜牧課、業務課、餐飲課及其他，共十四個選項。另外，為利於第四章之資料統計分析，將合併成為總公司、管理課、休閒課、客房課、業務課、餐飲課及資訊課；另一為工務課、農林課、園藝課、畜牧課及其他共二個選項作分析。

6.職稱：根據該農場之組織職掌分為董事長/副董事長、總經理/副總經理、顧問、場長/副場長、稽核、課長/副課長、股長、研究員/副研究員、主任、辦事員、助理員、雇員、廚師、實習生、臨時工及其他，共十六個選項。另外，為利於第四章之資料統計分析，將合併成為：主任(含)以上，辦事員，助理員，雇員至實習生，臨時工及其他共五個選項作分析。

7.每月平均收入：指每月薪資所得，依序分為\$20,000 元(含)以下、
\$20,001~\$30,000 元、\$30,001 元(含)以上，共三個選項。

8.每月可支配所得：為每月在圖書消費之可自由支配的金額，依序分為
\$10,000 元(含)以下、\$10,001~\$20,000 元、\$20,001 (含) 元以上，共三
個選項。

9.目前居住地：區分為北部地區、中部地區、南部地區、花東地區共四個
選項。另外，為利於統計分析於第四章將合併成為北部及其他地區(中
部、南部)，花東地區，共二個選項作分析。

表 3.1 人口統計變數

變數名名稱	衡量尺度	內容
性別	類別尺度	男 女
年齡	比例尺度	15~19 歲 20~25 歲 26~30 歲 31~35 歲 36~40 歲 41~45 歲 46~50 歲 51~55 歲 56~60 歲 61~65 歲 66 歲(含)以上
婚姻狀況	類別尺度	未婚 已婚
教育程度	等級尺度	國中(含)以下 高中(職) 專科 大學

		研究所(含)以上
所屬部門	類別尺度	台北總公司 花蓮農牧場： 管理課 工務課 休閒課 客房課 農林課 園藝課 畜牧課 業務課 餐飲課 其他
職稱	類別尺度	董事長/副董事長 總經理/副總經理 顧問 場長/副場長 稽核 課長/副課長 股長 研究員/副研究員 主任 辦事員 助理員 雇員 廚師 實習生 臨時工 其他
每月平均收入	比例尺度	\$10,000 元(含)以下 \$10,001~\$20,000 元 \$20,001~\$30,000 元 \$30,001~\$40,000 元 \$40,001~\$50,000 元 \$50,001~\$60,000 元 \$60,001~\$70,000 元 \$70,001~\$80,000 元

		\$80,001 (含) 元以上
每月可支配所得	比例尺度	\$10,000 元(含)以下 \$10,001~\$20,000 元 \$20,001~\$30,000 元 \$30,001~\$40,000 元 \$40,001~\$50,000 元 \$50,001 (含) 元以上
目前居住地	類別尺度	北部地區 中部地區 南部地區 花東地區

3.2.2 閱讀行為變項

根據本研究的研究目的與性質，並參考二〇〇〇年台灣圖書市場研究報告、蔡月驕（2003）及楊惠蘭（2002）的論文，發展出下列七項閱讀行為變項。

1. 閱讀習慣：分為有及沒有二項。
2. 閱讀頻率：區分為每天看、隔幾天看、每月看及偶爾看，共四個選項。
3. 閱讀時間：區分為半小時內、半小時至一小時、一至二小時、二小時以上、從不看，共五項。
4. 閱讀種類：區分為總類（叢書群經或或特藏）、哲學類、宗教類、自然類、科學類、社會類、歷史（名人傳記）、人文地理、語文、美術（含音樂），共十類。
5. 閱讀型態：區分為平面印刷出版品（圖書、雜誌、期刊、報紙、小

冊子...等)、有聲出版品(錄音帶、CD...等)、多媒體出版品(電子報、電子書、網路資源、錄影帶、VCD、DVD...等)、其他(漫畫、地圖...等),共四項。

6. 閱讀來源:區分為自行購買(書店、便利商店)、借閱(圖書館、文化中心)、免費贈閱、其他,共四項。

7. 閱讀動機:區分為(1)增加新知(2)滿足好奇心(3)增加談話題材(4)休閒娛樂(5)訓練自己文筆能力(6)自我成長、修身(7)研習或工作專業需要,共七項。此部份之問題以Likert五等量表,依同意程度依序給予5、4、3、2、1分。

表 3.2 閱讀行為變項

變數名稱	衡量尺度	內容
閱讀習慣	類別尺度	有 無
閱讀頻率	等級尺度	每天看 隔幾天看 每月看 偶爾看
閱讀時間	比例尺度	半小時內 半小時至一小時 一至二小時 二小時以上 從不看
閱讀種類	類別尺度	總類(叢書群經或或特藏) 哲學類 宗教類 自然類 科學類 社會類

		歷史（名人傳記） 人文地理 語文 美術（含音樂）
閱讀型態	類別尺度	平面印刷出版品 （圖書、雜誌、期刊、報紙、小冊子...等） 有聲出版品 （錄音帶、CD...等） 多媒體出版品 （電子報、電子書、網路資源、錄影帶、VCD、DVD...等） 其他（漫畫、地圖...等）
閱讀來源	類別尺度	自行購買 （書店、便利商店...等） 借閱 （圖書館、文化中心等） 免費贈閱 其他
閱讀動機	Likert 五點尺度	增加新知 滿足好奇心 增加談話題材 休閒娛樂 訓練自己文筆能力 自我成長、修身 研習或工作專業需要

資料來源：本研究整理

3.2.3 消費行為變項

根據本研究的研究目的與性質，並參考二〇〇〇年台灣圖書市場研究報告、蔡月驕（2003）、楊惠蘭（2002）及蔣榮華（1998）的論文發展出下列十項消費行為變項。

1. 消費習慣：分為有及沒有二項。

2. 消費頻率：區分為一個月、二至三個月、半年以上、不曾買過，共四個選項。
3. 消費冊數：一至二本、三至四本、五本以上、不曾買過，共四個選項。
4. 消費種類：總類（叢書群經或或特藏）、哲學類、宗教類、自然類、科學類、社會類、歷史（名人傳記）、人文地理、語文、美術（含音樂），共十類。
5. 消費型態：平面印刷出版品（圖書、雜誌、期刊、報紙、小冊子...等）、有聲出版品（錄音帶、CD...等）、多媒體出版品（電子報、電子書、網路資源、錄影帶、VCD、DVD...等）、其他（漫畫、地圖...等），共四項。
6. 消費來源：實體書店（一般、主題、二手、連鎖）、網路書店、便利商店、書展、其他，共五個選項。
7. 消費動機：區分為（1）內容豐富及充實（2）價格合理或有折扣（3）作者知名度（4）封面設計、印刷排版吸引（5）親友推薦（6）有收藏價值（7）研習或工作專業需要（8）書目索引摘要、書評或指南，共八項。此部份之問題以 Likert 五五等量表，依重要程度依序給予 5、4、3、2、1 分。

表 3.3 消費行為變項

變數名名稱	衡量尺度	內容
消費習慣	類別尺度	有 無
消費頻率	比例尺度	一個月以下 一至三個月 四至六個月 不曾買過
消費冊數	比例尺度	一至二本 三至四本 五本以上 不曾買過
消費種類	類別尺度	總類（叢書群經或或特藏） 哲學類 宗教類 自然類 科學類 社會類 歷史（名人傳記） 人文地理 語文 美術（含音樂）
消費型態	類別尺度	平面印刷出版品 （圖書、雜誌、期刊、報紙、小冊子...等） 有聲出版品 （錄音帶、CD...等） 多媒體出版品 （電子報、電子書、網路資源、錄影帶、VCD、DVD...等） 其他（漫畫、地圖...等）
消費來源	類別尺度	實體書店（一般書局、主題書店、二手書店、連鎖書店） 網路書店 便利商店 書展

		其他
消費動機	Likert 五點尺度	內容豐富及充實 價格合理或有折扣 作者知名度 封面設計 印刷排版吸引 親友推薦 有收藏價值 研習或工作專業需要 書目索引摘要、書評

資料來源：本研究整理

3.2.4 生活型態變項

生活型態是指個人表現在活動、興趣、意見上的生活方式。本研究根據 Plummer (1974) 所提出的生活型態變數及廣為應用的 AIO 量表，並參考國內蔡月驕 (2003)、蕭凱聰 (2002)、莊雅文 (2002)、王福生 (2003)、陳慶汝 (2003) 郭峻宏 (2003)、張琬瑜 (2003)、陳櫻慧 (2003)、黃靖真 (2003) 及吳家楹 (2003) 等十位之碩士論文，而發展出本研究的生活型態變數量表，如表 3.4。此部份題目以 Likert 五點尺度衡量，將答案分為非常同意、同意、無意見、不同意、非常不同意五項，衡量分別給予 5、4、3、2、1 分。

表 3.4 生活型態變數量表

主構面	子構面	衡量尺度	題號與內容
活動 Activities	A1：工作、娛樂	Likert 五點尺度	1.我從事休閒旅遊業於休假時亦妥善安排生活娛樂 20.我熟悉動植物或鳥類資源 27.我有飼養小寵物或植物

	A2：嗜好	Likert 五點尺度	17.我會吸收野營或野外求生的知識 18.我每年固定會安排時間去國內（外）旅遊度假 19.閒暇時，我喜歡看小說或漫畫類叢書
	A3：社團成員	Likert 五點尺度	3.我是一個開朗樂觀、樂於助人的朋友 11.我有許多志同道合的朋友
	A4：購物	Likert 五點尺度	33.我喜歡參加音樂會、聽演講、看表演或展覽
興趣 Interests	I1：工作（職務）	Likert 五點尺度	10.我熟悉台灣各地溫泉資源 16.我認同顧客至上，以客為尊的理念 25.我注重環境保護及個人身心健康
	I2：娛樂	Likert 五點尺度	4.我樂愛大自然生態環境 8.放假時，我喜歡與家人團聚在一起 9.我喜愛美食，會參考食譜相關資訊
	I3：流行	Likert 五點尺度	2.我喜歡嚐試新鮮刺激的活動 28.我喜歡追求流行時髦的事物 30.我喜歡逛書店吸收新資訊
	I4：媒體	Likert 五點尺度	12.我喜愛研究占星或天文學 29.我喜好閱讀繪本、圖文書 34.我會善用工具書：字辭典、年鑑或百科全書
	I5：成就	Likert 五點尺度	5.工作帶給我成就感 13.我會閱讀休閒旅遊類叢書 31.我喜歡閱讀名人傳記類書
意見 Opinions	O1：自己本身、未來	Likert 五點尺度	6.我喜歡一個人獨處時的寧靜 14.我重視服務品質 23.我會傾聽他人的心事或意見
	O2：商業	Likert 五點尺度	22.我會注意金融投資的消息 32.我關心國家社會的重要時事新聞
	O3：教育	Likert 五點尺度	24.我希望加強外語能力 26.我喜歡參加學會、協會或研討會等活動 35.我有再進修的計劃
	O4：產品	Likert 五點尺度	7.我常使用網路資源作搜尋檢索 37.我熟悉花蓮農牧場的歷史、地理與人文生活環境 38.我願意將農場推展成國際觀光旅遊的景點

	O5：未來	Likert 五點尺度	15.我有宗教信仰 21.我喜好閱讀心靈成長類叢書 36.我有志成為專業的解說員
--	-------	-------------	--

資料來源：本研究整理

3.3 抽樣設計與過程

本研究主要研究對象是新光兆豐休閒農場全體員工對其專業圖書或出版品之閱讀與消費行為，限於人力與經費問題，本研究採問卷調查法（Questionnaire Survey Research），研究母群體為正職員工一百位加上臨時人員預設共計二百份，前測透過於台北總公司及花蓮農牧場回收之有效問卷四十份，而本研究共發出250份，扣除未回收及29份回答不完整的無效問卷後，共得有效問卷118份，有效回收率為47.2%。回收有效問卷118份，再以SPSS統計軟體10.0版進行分析，問卷發放過程整理如表3.5所示。

表3.5問卷發放過程

問卷發放過程	份數
同學、朋友前測	40份
問卷總回收	250份
整理後之有效問卷	118份

資料來源：本研究整理

3.4 資料分析方法

本研究將使用 SPSS 統計軟體 10.0 版進行分析，根據研究目的所採用的統計方法如下：

1.描述性分析 (Descriptive Analysis)

使用次數分配來統計有效樣本的各项人口統計變數、閱讀行為變數、消費行為變數等，使用次數分配、百分比來顯示樣本資料的分佈情形，在總樣本中分佈的情況，並求出全體樣本對各項選擇變數的重視程度及滿意程度。

2. 信度分析(Reliability Analysis)

信度分析是用來測量所使用的量表是否具有內部一致性，本研究將採用Cronbach's α 的信度檢驗，來檢驗生活型態與購買決策量表，以求各構面之內部一致性係數。

3.因素分析 (Factor Analysis)

在生活型態與購買決策因素部份，運用因素分析主要成份分析法 (Principal Components)，能將許多不同變數轉成「積差相關矩陣」 (Product-moment)，在經過球面檢定 (Sphericity test) 與正交轉軸 (Orthogonal rotation) 的方法，萃取生活型態變數裡的主要因素，將資料做有效的簡化。主要的目的在了解原始變數與變數之間的關係。

4. t檢定法 (T-test)

以t檢定分析二元變數，例如性別之閱讀行為、消費行為是否有差異。在進行T-test時，需先了解兩個變異數是否有同質性，所以先採用變異數

同質性檢定(Levenes's Test)來檢測變異數是否相等，以便選擇適當的t值，用以檢定二組樣本之平均數是否有明顯差異。

5.單因子變異數分析 (One-way ANOVA)

用以檢定多組樣本平均數是否有顯著差異存在。利用ANOVA檢定人口統計變數、閱讀行為、消費行為是否有差異。若有顯著差異，則以雪費法 (Scheffe's Method) 多重比較進行事後分析比較，了解特定群組間的差異是否達顯著水準。

6.卡方檢定 (Chi-square)

卡方檢定的主要目的是用來檢定二個以上的自變數與自變數之間是否有關聯；是一種檢定配合適度或檢定獨立性的方法，即檢定樣本的次數 (即觀察的次數分配) 與某一預期次數分配是否相同。本研究用以檢定人口統計變項及閱讀與消費行為的差異情形。不同生活型態之各消費者在閱讀與消費行為上是否具有顯著差異。

7.雪費 (Scheffe) 事後比較分析：

變數經過單因子變異數分析後，如果差異達到顯著水準 ($\alpha = 0.05$)，則必須再進行 Scheffee 事後比較檢定，比較組間之差異。

8.皮爾森積差相關分析 (Pearson Correlation)

因閱讀行為與消費行為變數屬於連續變項，因此以皮爾遜積差相關係

數分析 (Pearson Product-moment Correlation Coefficient) 加以分析考驗變數間之相關程度。

3.5 研究假設

根據研究目的及研究架構，提出以下四大虛無假設 (null hypothesis) 如下：

虛無假設一 (H₀₁)：不同「人口統計變項」的休閒農場從業人員對其專業圖書「閱讀行為」上無顯著差異。

虛無假設一之各子項目，詳見下表 3.6：

表 3.6 不同人口統計變項與閱讀行為之假設細項

假設	假設內容
H ₀₁₋₁₋₁	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。
H ₀₁₋₁₋₂	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。
H ₀₁₋₁₋₃	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。
H ₀₁₋₁₋₄	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。
H ₀₁₋₁₋₅	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。
H ₀₁₋₁₋₆	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。
H ₀₁₋₁₋₇	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。
H ₀₁₋₂₋₁	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。
H ₀₁₋₂₋₂	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。
H ₀₁₋₂₋₃	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。
H ₀₁₋₂₋₄	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。
H ₀₁₋₂₋₅	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。
H ₀₁₋₂₋₆	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。
H ₀₁₋₂₋₇	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。
H ₀₁₋₃₋₁	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。
H ₀₁₋₃₋₂	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。
H ₀₁₋₃₋₃	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。
H ₀₁₋₃₋₄	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。
H ₀₁₋₃₋₅	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。
H ₀₁₋₃₋₆	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。

H01-3-7	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。
H01-4-1	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。
H01-4-2	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。
H01-4-3	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。
H01-4-4	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。
H01-4-5	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。
H01-4-6	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。
H01-4-7	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。
H01-5-1	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。
H01-5-2	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。
H01-5-3	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。
H01-5-4	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。
H01-5-5	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。
H01-5-6	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。
H01-5-7	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。
H01-6-1	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。
H01-6-2	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。
H01-6-3	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。
H01-6-4	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。
H01-6-5	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。
H01-6-6	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。
H01-6-7	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。
H01-7-1	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。
H01-7-2	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。
H01-7-3	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。
H01-7-4	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。
H01-7-5	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。
H01-7-6	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。
H01-7-7	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。
H01-8-1	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。
H01-8-2	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。
H01-8-3	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。
H01-8-4	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。
H01-8-5	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。
H01-8-6	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。
H01-8-7	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。

H01-9-1	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。
H01-9-2	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。
H01-9-3	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。
H01-9-4	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。
H01-9-5	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。
H01-9-6	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。
H01-9-7	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。

資料來源：本研究整理

虛無假設二 (H02)：不同「人口統計變項」的休閒農場從業人員對其專業圖書「消費行為」上無顯著差異。

虛無假設二之各子項目，詳見下表 3.7：

3.7 不同人口統計變數與消費行為之假設細項

假設	假設內容
H02-1-1	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。
H02-1-2	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。
H02-1-3	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。
H02-1-4	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。
H02-1-5	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。
H02-1-6	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。
H02-1-7	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。
H02-2-1	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。
H02-2-2	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。
H02-2-3	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。
H02-2-4	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。
H02-2-5	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。
H02-2-6	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。
H02-2-7	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。
H02-3-1	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。
H02-3-2	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。
H02-3-3	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。
H02-3-4	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。
H02-3-5	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。
H02-3-6	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。
H02-3-7	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。
H02-4-1	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。

H02-4-2	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。
H02-4-3	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。
H02-4-4	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。
H02-4-5	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。
H02-4-6	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。
H02-4-7	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。
H02-5-1	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。
H02-5-2	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。
H02-5-3	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。
H02-5-4	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。
H02-5-5	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。
H02-5-6	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。
H02-5-7	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。
H02-6-1	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。
H02-6-2	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。
H02-6-3	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。
H02-6-4	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。
H02-6-5	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。
H02-6-6	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。
H02-6-7	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。
H02-7-1	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。
H02-7-2	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。
H02-7-3	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。
H02-7-4	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。
H02-7-5	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。
H02-7-6	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。
H02-7-7	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。
H02-8-1	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。
H02-8-2	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。
H02-8-3	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。
H02-8-4	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。
H02-8-5	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。
H02-8-6	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。
H02-8-7	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。
H02-9-1	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。
H02-9-2	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。

H02-9-3	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。
H02-9-4	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。
H02-9-5	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。
H02-9-6	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。
H02-9-7	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。

資料來源：本研究整理

虛無假設三 (H03)：不同「生活型態」的休閒農場從業人員對其專業圖書「閱讀行為」上無顯著差異。

虛無假設三之各子項目，詳見下表 3.8：

3.8 不同生活型態變數與閱讀行為之假設細項

H03-1-1	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。
H03-1-2	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。
H03-1-3	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。
H03-1-4	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。
H03-1-5	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。
H03-1-6	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。
H03-1-7	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。

資料來源：本研究整理

虛無假設四 (H04)：不同「生活型態」的休閒農場從業人員對其專業圖書「消費行為」上無顯著差異。

虛無假設四之各子項目，詳見下表 3.9：

3.9 不同生活型態變數與消費行為之假設細項

H04-1-1	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。
H04-1-2	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。
H04-1-3	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。
H04-1-4	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。
H04-1-5	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。
H04-1-6	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。
H04-1-7	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。

資料來源：本研究整理

3.6 研究限制

本論文之限制有下列幾項：

一、樣本選擇之偏誤

由於本研究人力、時間與經費之限制，故無法將樣本擴大到全台灣之休閒農場從業人員，僅以新光兆豐休閒農場為主要受試對象，未考慮到其他農場的人員。

二、填答者偏誤

受試者在作答時可能因對題目較敏感而更加深思熟慮，或為表示善意而做出非真實的回答。

三、重要度和滿意度同時測量

由於本研究問卷是將生活型態重要度測試、閱讀及消費行為合併一次測試，故問卷題數稍多，受訪者是否能有耐心並詳實回答，將成一項限制。

第四章 資料分析與結果

本章將依研究架構並依問卷所蒐集到的資料進行各項統計分析。第一節為信度檢定與效度分析，第二節為樣本敘述分析，第三節為生活型態變項因素分析，第四節為人口統計變項與閱讀行為之分析，第五節為人口統計變項與消費行為之分析。以下將依序說明統計分析的結果，並針對分析結果加以說明與解釋。

4.1 樣本敘述分析

本節係針對回收之118份有效問卷中的人口統計變項、閱讀與消費行為變項作次數分配分析，分析結果如下所示：

4.1.1 人口統計樣本敘述分析

本研究樣本經SPSS統計軟體中次數分配法得知，有效樣本之性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、所屬部門、職稱、每月平均收入、每月可支配所得及目前居住地等分佈狀況。

1.性別

在性別方面（參見4.1），有效樣本118份，男性有78位，佔66.1%；女性有40位，佔33.9%，樣本顯示該休閒農場中以「男性」從業人員為最多。

表4.1 樣本性別之分佈表

性別	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
男	78	66.1	66.1	66.1
女	40	33.9	33.9	100
總和	118	100.0	100	

資料來源：本研究整理

2. 年齡

在年齡方面（參見表4.2），本研究將年齡區分為三個層級，其分布狀況分別為30歲（含）以下有59人，31~50歲有47人，51歲（含）以上的有12人，結果顯示受試年齡層以「30歲（含）以下」共計59人為最多，佔樣本總數之50%，其次為「31~50歲」，佔39.8%。

表4.2 樣年齡別之分佈表

年齡	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
30歲(含)以下	59	50.0	50.0	50.0
31歲~50歲	47	39.8	39.8	89.8
51歲(含)以上	12	10.2	10.2	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

3. 婚姻狀況

在婚姻狀況方面（參見表4.3），未婚的有66位，佔55.9%；已婚的有52位，佔44.1%，顯示受試者以「未婚」者為最多。

表4.3 樣本婚姻狀況之分佈

婚姻狀況	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
未婚	66	55.9	55.9	55.9
已婚	52	44.1	44.1	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

4. 教育程度

在教育程度方面（參見表4.4），本研究樣本高中職（含）以下共計66人，大專以上的有52人，結果顯示受試者學歷以「高中職（含）以下」為最多，佔55.9%。

表4.4 樣本教育程度之分佈

教育程度	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
高中職(含)以下	66	55.9	55.9	55.9
大專以上	52	44.1	44.1	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

5.所屬部門

在所屬部門方面，根據有效問卷中，受訪者原先分類為台北總公司有5人，花蓮農場中分別於管理課有13人，工務課有8人，休閒課有7人，客房課有20人，農林課有6人、園藝課有9人，畜牧課有13人，業務課有6人，餐飲課有13人，其他（指外包清潔商...等）有17人，結果顯示此次受訪者以花蓮農場之客房課有20人為最多。

本研究為利於統計分析，依工作性質相關而將台北總公司、管理課、休閒課、客房課、業務課、餐飲課與資訊課合併（參見表4.5），共計有65人，佔55.1%；另外將工務課、農林課、園藝課、畜牧課與其他合併，共計有53人，佔44.9%；結果顯示受試者以「台北總公司、管理課、休閒課、客房課、業務課、餐飲課與資訊課」之總人數為最多，佔55.1%。

表4.5 樣本所屬部門之分佈

所屬部門	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
總公司、管理課、休閒課、客房課、業務課、 資訊課與餐飲課	65	55.1	55.1	55.1
工務課、農林課、園藝課、畜牧課、其他	53	44.9	44.9	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

6.職稱

在職稱方面，根據有效問卷中，受訪者原先分類總經理/副總有2人，稽核有1人，課長/副課長有8人，股長有6人，研究員/副研究員有2人，主任有1人，辦事員有17人，助理員有32人，

雇員有 5 人，廚師有 1 人，實習生有 12 人，臨時工有 21 人，其他有 10 人。

本研究為利於統計分析，依職稱層級而區分為五項（參見表 4.6）：其中主任（含）以上有 20 人，辦事員有 20 人，助理員有 28 人，雇員至實習生有 18 人，臨時工與其他共計 32 人；結果顯示受試者以「臨時工與其他」有 32 人為最多，佔 27.1%。

表 4.6 樣本職稱之分佈表

職稱	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
主任（含）以上	20	16.9	16.9	16.9
辦事員	20	16.9	16.9	33.9
助理員	28	23.7	23.7	57.6
雇員至實習生	18	15.3	15.3	72.9
臨時工及其他	32	27.1	27.1	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

7.每月平均收入

在每月薪資所得方面（參見表 4.7），每月平均收入 \$20,000

元(含)以下的有 35 人，\$20,001~\$30,000 元的有 56 人， \$30,001 元(含) 以上的有 27 人；結果顯示受試者之每月平均收入以「\$20,001~\$30,000 元」為最多，佔 47.5%。

表4.7 樣本每月平均收入之分佈表

每月平均收入	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
\$20,000元(含)以下	35	29.7	29.7	29.7
\$20,001元~\$30,000元	56	47.5	47.5	77.1
\$30,001元(含)以上	27	22.9	22.9	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

8.每月可支配所得

在每月可支配所得方面(參見表4.8)，每月可支配所得\$10,000元(含)以下的有47人，\$10,001~\$20,000元的有36人， \$20,001元(含)以上的有35人；結果顯示受試者每月可支配所得以「\$10,000元(含)以下」為最多，佔39.8%。

表4.8 樣本每月可支配所得之分佈表

每月可支配所得	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
\$10,000元（含）以下	47	39.8	39.8	39.8
\$10,001元～\$20,000元	36	30.5	30.5	70.3
\$20,001元(含)以上	35	29.7	29.7	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

9. 目前居住地

在居住地方面（參見表4.9），為了利於後續統計分析，茲將北部地區、中部地區及南部地區合併稱為「北部及其他地區」，樣本顯示受試者以居住在北部及其他（中部、南部）地區的有5人，佔樣本總數4.2%；花東地區的有113人，佔樣本總數95.8%。

表4.9 樣本目前取住地之分佈表

目前居住地	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
北部及其他地區	5	4.2	4.2	4.2
花東地區	113	95.8	95.8	100.0

總和	118	100.0	100.0	
----	-----	-------	-------	--

資料來源：本研究整理

10.小結

根據以上人口統計變項資料分析結果顯示：

- 1.性別：以「男性」78位為最多，佔66.1%。
- 2.年齡：年齡分布在「30歲（含）以下」有59人最多，合計佔50.0%。
- 3.婚姻狀況：「未婚者」有66人為最多，佔55.9%。
- 4.教育程度：整體素質以「高中職（含）以下」的學歷有66人為最多，佔55.9%。
- 5.所屬部門：以「總公司、管理課、休閒課、客房課、業務課、餐飲課、資訊課」為最多，共計65人，佔55.1%。
- 6.職稱：根據該農場之組織職掌受訪者，以統計資料顯示「臨時工與其他」有32人為最多，佔27.1%。
- 7.每月平均收入：每月平均收入以「\$20,001~\$30,000元」為最多，

佔 47.5%。

8.每月可支配所得：為每月可消費在圖書消費可自由支配的金額，

以「\$10,000 元（含）以下」為最多，佔 39.8 %。

9.目前居住地：以居住在「花東地區」者為最多，佔 95.8%。

4.1.2 圖書閱讀行為變項分析

有關圖書閱讀行為變項之分析結果如下述：

1.閱讀習慣

是否有閱讀出版品之習慣有效樣本共118份，由表4.10看出有

閱讀習慣者佔72.9%，無閱讀習慣者佔27.1%。

表4.10 樣本是否有閱讀習慣之分佈表

是否有閱讀習慣	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有	86	72.9	72.9	72.9
無	32	27.1	27.1	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

2.閱讀頻率

在閱讀頻率方面，由表4.11可以看出受試者閱讀頻率以「每週看」有35人為最多，佔29.7%，其次以「每天看」有32人，佔27.1%。

表4.11 樣本閱讀頻率之分佈表

閱讀頻率	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
每天看	32	27.1	27.1	27.1
每週看	35	29.7	29.7	56.8
每月看	29	24.6	24.6	81.4
數月看	22	18.6	18.6	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

3.平均每次閱讀時間

在平均每次閱讀時間部份，受試者以每次閱讀時間為準，由表4.12看出「半小時至一小時」有50人為最多，佔42.4%。

表4.12 樣本每次閱讀出版品時間之分佈表

每次閱讀出版品時間	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
半小時（含）以下	42	35.6	35.6	35.6

半小時至一小時	50	42.4	42.4	78.0
一至二小時	41	11.9	11.9	89.8
從不看	12	10.2	10.2	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理。

4.最常閱讀圖書種類

在最常閱讀圖書種類部份，由表4.13看出受訪者閱讀圖書種類以「自然類」有37人為最多，佔31.4%。

表4.13 樣本閱讀出版品的種類²之分佈表

閱讀種類	次數	百分比%
總類（叢書群經或或特藏）	30	13.5
哲學類	11	5.0
宗教類	9	4.1
自然類	37	16.7
科學類	14	6.3
社會類	26	11.7
歷史（名人傳記）	27	12.2
人文地理	31	14.0

² 此題為複選題，百分比為答題比率。

語文	20	9.0
美術（含音樂）	17	7.7

資料來源：本研究整理

5.最常閱讀出版品的型態

在最常閱讀出版品的型態部份，由表4.14看出受試者閱讀以「平面印刷出版品」有63人為最多，佔53.4%。

表4.14 樣本閱讀型態之分佈表

閱讀型態	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
平面印刷出版品	63	53.4	53.4	53.4
多媒體出版品	18	15.3	15.3	68.6
有聲出版品	28	23.7	23.7	92.4
其他	9	7.6	7.6	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

6.閱讀出版品的來源

在閱讀出版品的來源部份，由表4.15可看出受試者閱讀以「免費贈閱」有53人為最多，佔44.9%；其次為「自行購買」有42人，佔35.6%。

表4.15 樣本閱讀出版品的來源之分佈表

消費地點	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
自行購買（書店、便利商店、訂閱）	42	35.6	35.6	35.6
借閱（圖書館、文化中心）	10	8.5	8.5	44.1
免費贈閱	53	44.9	44.9	89.0
其他	13	11.0	110	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

4.1.3 消費行為變項分析

1. 圖書消費習慣

在圖書消費習慣方面，有效樣本118份，由表4.16看出受試者有消費習慣的有101人為最多，佔樣本總數85.6%。

表4.16 樣本是否有消費習慣之分佈表

是否有消費習慣	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有	101	85.6	85.6	85.6
無	17	14.4	14.4	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

2.圖書消費頻率

在圖書消費頻率部份，以多久消費一次為準，所以區隔為一個月、一至三個月、三至六個月及半年以上。由表4.17看出受試者消費以「三至六個月」有44人為最多，佔37.3%；其次為「一至三個月」有40人，佔33.9%。

表4.17 樣本消費頻率之分佈表

消費頻率	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
一個月（含）以下	15	12.7	12.7	12.7
一至三個月	40	33.9	33.9	46.6
三至六個月	44	37.3	37.3	83.9
半年以上	19	16.1	16.1	100.0

總和	118	100.0	100.0	
----	-----	-------	-------	--

資料來源：本研究整理

3.平均每次消費冊數

在平均每次消費冊數部份，由表4.18看出受訪者消費以買「一至二本」與「三至四本」最多，分別為47人（39.8%）及46人（39.0%），共佔樣本總數78.8%。

表4.18 樣本消費冊數之分佈表

消費冊數	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
一至二本	47	39.8	39.8	39.8
三至四本	46	39.0	39.0	78.8
五本以上	14	11.9	11.9	90.7
不會買過	11	9.3	9.3	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

4.圖書消費種類

在最常消費圖書種類部份，由表4.19看出受訪者消費圖書種類以「人文地理類」及「語文」各有27人為最多，佔31.4%。

表4.19 樣本消費種類³之分佈表

消費種類	次數	百分比%
總類（叢書群經或或特藏）	8	4.7
哲學類	6	3.5
宗教類	6	3.5
自然類	24	14.0
科學類	11	6.4
社會類	21	12.3
歷史（名人傳記）	19	11.1
人文地理	27	15.8
語文	27	15.8
美術（含音樂）	22	12.9

資料來源：本研究整理

5.圖書消費型態

在圖書消費型態部份，由表4.20看出受訪者消費以「平面印刷出版品」為最多，佔53.4%。

表4.20 樣本圖書消費型態之分佈表

消費型態	次數	百分比	有效百分比	累積百分比

³ 此題為複選題，百分比為答題比率。

平面印刷出版品	63	53.4	53.4	53.4
多媒體出版品	18	15.3	15.3	68.6
有聲出版品	28	23.7	23.7	92.4
其他	9	7.6	7.6	100.0
總和	118	100.0	100.0	

資料來源：本研究整理

6.圖書消費地點

圖書消費地點由表4.21看出受訪者消費地點分別以「便利商店」及「實體書店」為最多，共佔81.3%。

表4.21 樣本消費來源之分佈表

消費地點	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
實體書店	42	35.6	35.6	35.6
網路書店	10	8.5	8.5	44.1
便利商店	53	44.9	44.9	89.0
書展及其他	13	11.0	11.0	100.0
總和	118	100.0	100.0	

4.2 生活型態變數分析

本研究的生活型態題目總共有三十八題，經過SPSS的因素分析，以主成份分析法（Principle Component Analysis）進行因素的萃取，再以最大變異法（Varimax）直交轉軸進行轉軸，以取得旋轉後之因素負荷量矩陣。依據Kaiser（1974）提出若KMO值低於0.5時，較不適合作因素分析，若KMO值達到0.8則表示因素分析量為良好的狀況；另因素分析的選取條件為特徵值需大於1各變項因素負荷量絕對值需大於0.3（邱皓政，2002）。

此外，本研究將三十八題做因素分析，選取特徵值大於1之因素，總共萃取出七個主成分。表4.22說明生活型態因素分析的KMO值與Bartlett球形檢定的結果，茲將生活型態各變數之共同性（如表4.23所示）、生活型態因素分析之解說總變異量（如表4.24），整理於下，顯示本問卷的資料可以進行因素分析。

1. 樣本適切性檢定

從KMO與Bartlett球形檢定的結果，可以看出層面適合因素分析，茲將生活型態各變數之共同性（如表4.23所示）。

本研究原先設定沒有限定抽取因素法，KMO之檢定結果為若KMO越接近1，表示量表題目間的相關情形良好，適合進行因素分析，而本研究之KMO值等於0.876。當Bartlett檢定達顯著，本研究之顯著性=0.000，即表示此題組具有共同之因素。

表4.22 生活型態因素分析之球形檢定

Kaiser-Meyer-Olkin取樣適切性量數		0.876
Bartlett球形檢定	近似卡方分配	3113.671
	自由度	703
	顯著性	0.000

資料來源：本研究整理

2.根據表4.23各題項的共同性愈高，表示該變項與其他變項可測量的共同特質越多，亦即該題項的重要性愈大。

表4.23生活型態各變數的共同性

項 目	初始	萃取
1.我從事休閒旅遊業於休假時亦妥善安排生活娛樂	1.000	0.596
2.我喜歡嚐試新鮮刺激的活動	1.000	0.314
3.我是一個開朗樂觀、樂於助人的朋友	1.000	0.536
4.我樂愛大自然生態環境	1.000	0.715
5.工作帶給我成就感	1.000	0.488
6.我喜歡一個人獨處時的寧靜	1.000	0.313
7.我常使用網路資源作搜尋檢索	1.000	0.569
8.放假時，我喜歡與家人團聚在一起	1.000	0.609
9.我喜愛美食，會參考食譜相關資訊	1.000	0.387
10.我熟悉台灣各地溫泉資源	1.000	0.593
11.我有許多志同道合的朋友	1.000	0.452

12.我喜愛研究占星或天文學	1.000	0.542
13.我會閱讀休閒旅遊類叢書	1.000	0.560
14.我重視服務品質	1.000	0.599
15.我有宗教信仰	1.000	0.283
16.我認同顧客至上，以客為尊的理念	1.000	0.535
17.我會吸收野營或野外求生的知識	1.000	0.416
18.我每年固定會安排時間去國內（外）旅遊渡假	1.000	0.425
19.閒暇時，我喜歡看小說或漫畫類叢書	1.000	0.227
20.我熟悉動植物或鳥類資源	1.000	0.549
21.我喜好閱讀心靈成長類叢書	1.000	0.498
22.我會注意金融投資的消息	1.000	0.435
23.我會傾聽他人的心事或意見	1.000	0.615
24.我希望加強外語能力	1.000	0.655
25.我注重環境保護及個人身心健康	1.000	0.735
26.我喜歡參加學會、協會或研討會等活動	1.000	0.469
27.我有飼養小寵物或植物	1.000	0.468
28.我喜歡追求流行時髦的事物	1.000	0.408
29.我喜好閱讀繪本、圖文書	1.000	0.642
30.我喜歡逛書店吸收新資訊	1.000	0.658
31.我喜歡閱讀名人傳記類書	1.000	0.696
32.我關心國家社會的重要時事新聞	1.000	0.549
33.我喜歡參加音樂會、聽演講、看表演或展覽	1.000	0.521
34.我會善用工具書：字辭典、年鑑或百科全書	1.000	0.631

35.我有再進修的計劃	1.000	0.561
36.我志成為專業的解說員	1.000	0.510
37.我熟悉花蓮農牧場的歷史、地理與人文生活環境	1.000	0.507
38.我願意將農場推展成國際觀光旅遊的景點	1.000	0.483

資料來源：本研究整理

第二次分析時，限定抽取三個因素，根據表4.24共可抽出三個共同因素，三個共同因素累積的解釋變異量為52.445%。三個共同因素轉軸後的特徵值差距較小，三個共同因素的特徵值分別為7.901, 7.001, 5.027。

表4.24 生活型態因素分析之解說總變異量

因素	特徵值	變異數百分比	累積解釋變異數之百分比
因素一	7.901	20.793	20.793
因素二	7.001	18.423	39.217
因素三	5.027	13.228	52.445

資料來源：本研究整理

上表之各因素名稱如下表所述，如表4.25所示：

表4.25 成份轉換矩陣

因素	因素名稱

因素一	活動 (Activities)
因素二	興趣 (Interests)
因素三	意見 (Opinions)

資料來源：本研究整理

4.2.1 生活型態因素命名

依照因素一：活動 (Activities)、因素二：興趣 (Interests)、因素三：意見 (Opinions) 之因素分析可以區分為三區塊，在因素一中，共有十七題，另外，以題號 13、9、38 其主要與閱讀出版品有關，由此可以看出休閒農場從業人員對其專業圖書（或休閒旅遊類叢書）之閱讀有迫切需求性。

在因素二的層面中，共有十一題，其中題號 29、31、30、34、36 與休閒農場從業人員對其專業圖書（含閱讀名人傳記、繪本、圖文書、工具書：字辭典、年鑑、或百科全書）有迫切需求性。

在因素三的層面中，共計有十題，題號 10、12、20、27、37、19，可知目前農場員工對農場內的資源，例如：溫泉、動植物、鳥類、天文星象或花蓮之歷史、地理與人文生活環境還不甚熟

悉，成為該農場的專業解說員應俱備的專業素養仍應透過廣泛的閱讀工作領域的各項出版品，可以提昇工作品質。

表4.26 生活型態轉軸後的成份矩陣

轉軸後的成份矩陣 a

因素	題目	因素負荷		
		1	2	3
因素一	4.我樂愛大自然生態環境	0.838	0.117	1.129E-02
	7.我常使用網路資源作搜尋檢索	0.732	0.181	2.747E-02
	25.我注重環境保護及個人身心健康	0.700	0.490	6.591E-02
	14.我重視服務品質	0.688	0.353	-6.073E-01

	1.我從事休閒旅遊業於休假時亦妥善安排生活娛樂	0.680	0.207	0.300
	24.我希望加強外語能力	0.668	0.457	1.000E-02
	5.工作帶給我成就感	0.653	0.205	0.139
	23.我會傾聽他人的心事或意見	0.622	0.477	1.187E-02
	13.我會閱讀休閒旅遊類叢書	0.614	0.369	0.218
	16.我認同顧客至上，以客為尊的理念	0.597	0.418	5.244E-02
	3.我是一個開朗樂觀、樂於助人的朋友	0.580	0.191	0.403
	9.我喜愛美食，會參考食譜相關資訊	0.572	7.043E-02	0.235
	38.我願意將農場推展成國際觀光旅遊的景點	0.527	0.449	6.229E-02
	6.我喜歡一個人獨處時的寧靜	0.502	6.765E-02	0.237
	11.我有許多志同道合的朋友	0.488	0.225	0.404
	17.我會吸收野營或野外求生的知識	0.434	0.375	0.296
	15.我有宗教信仰	0.400	0.305	0.172
因素二	31.我喜歡閱讀名人傳記類書	0.250	0.790	9.781E-02
	29.我喜好閱讀繪本、圖文書	0.251	0.692	0.317
	30.我喜歡逛書店吸收新資訊	0.303	0.658	0.365
	34.我會善用工具書：字辭典、年鑑或百科全書	0.169	0.656	0.414
	32.我關心國家社會的重要時事新聞	0.317	0.652	0.150
	28.我喜歡追求流行時髦的事物	0.172	0.608	8.892E-02
	35.我有再進修的計劃	0.280	0.599	0.271
	36.我志成為專業的解說員	0.368	0.592	0.274
	33.我喜歡參加音樂會、聽演講、看表演或展覽	0.238	0.560	0.389
	26.我喜歡參加學會、協會或研討會等活動	0.304	0.448	0.419

2.我喜歡嚐試新鮮刺激的活動	0.356	0.415	-0.124
----------------	-------	-------	--------

因素三	10.我熟悉台灣各地溫泉資源	0.135	-5.172E-02	0.756
	12.我喜愛研究占星或天文學	-1.068E-02	2.899E-02	0.735
	20.我熟悉動植物或鳥類資源	-8.013E-02	0.303	0.670
	27.我有飼養小寵物或植物	-4.366E-03	0.527	0.609
	18.我每年固定會安排時間去國內（外）旅遊度假	0.235	0.245	0.557
	8.放假時，我喜歡與家人團聚在一起	0.549	5.202E-02	0.553
	22.我會注意金融投資的消息	0.135	0.394	0.511
	37.我熟悉花蓮農牧場的歷史、地理與人文生活環境	0.240	0.471	0.477
	21.我喜好閱讀心靈成長類叢書	0.318	0.425	0.464
	19.閒暇時，我喜歡看小說或漫畫類叢書	0.199	0.271	0.337

萃取方法：主成分分析。

旋轉方法：旋轉方法：含 Kaiser 常態化的 Varimax 法。

a.轉軸收斂於 1 1 個疊代。

4.2.2 信度分析

為了解問卷各題項的信度，對各構面進行信度分析，以了解模式的信度大小，就以上三因素來看， α 值均大於0.8表示本問卷確實為很可信。

表4.27 生活型態因素分析之信度

因素	題目	α 係數
因素一	4.我樂愛大自然生態環境	0.9313
	7.我常使用網路資源作搜尋檢索	

	<p>25.我注重環境保護及個人身心健康</p> <p>14.我重視服務品質</p> <p>1.我從事休閒旅遊業於休假時亦妥善安排生活娛樂</p> <p>24.我希望加強外語能力</p> <p>5.工作帶給我成就感</p> <p>23.我會傾聽他人的心事或意見</p> <p>13.我會閱讀休閒旅遊類叢書</p> <p>16.我認同顧客至上，以客為尊的理念</p> <p>3.我是一個開朗樂觀、樂於助人的朋友</p> <p>9.我喜愛美食，會參考食譜相關資訊</p> <p>38.我願意將農場推展成國際觀光旅遊的景點</p> <p>6.我喜歡一個人獨處時的寧靜</p> <p>11.我有許多志同道合的朋友</p> <p>17.我會吸收野營或野外求生的知識</p> <p>15.我有宗教信仰</p>	
因素二	<p>31.我喜歡閱讀名人傳記類書</p> <p>29.我喜好閱讀繪本、圖文書</p> <p>30.我喜歡逛書店吸收新資訊</p> <p>34.我會善用工具書：字辭典、年鑑或百科全書</p> <p>32.我關心國家社會的重要時事新聞</p> <p>28.我喜歡追求流行時髦的事物</p> <p>35.我有再進修的計劃</p> <p>36.我有志成為專業的解說員</p>	0.9102

	33.我喜歡參加音樂會、聽演講、看表演或展覽 26.我喜歡參加學會、協會或研討會等活動 2.我喜歡嚐試新鮮刺激的活動	
因素三	10.我熟悉台灣各地溫泉資源 12.我喜愛研究占星或天文學 20.我熟悉動植物或鳥類資源 27.我有飼養小寵物或植物 18.我每年固定會安排時間去國內（外）旅遊渡假 8.放假時，我喜歡與家人團聚在一起 22.我會注意金融投資的消息 37.我熟悉花蓮農牧場的歷史、地理與人文生活環境 21.我喜好閱讀心靈成長類叢書 19.閒暇時，我喜歡看小說或漫畫類叢書	0.8607

4.3 人口統計變項在閱讀行為上之分析

本節主要探討不同性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、所屬部門、職稱、每月平均收入、每月可支配所得及目前居住地之休閒農場從業人員對閱讀行為是否有差異存在，因此利用 Pearson 獨立性卡方檢定，檢定變項間的獨立性與比較各類別之間的差異如下表 4.28，各變項的分析，以各小節說明如下：

表4.28 不同人口統計變項之休閒農場從業人員在「閱讀行為」上之分析

人口統計 閱讀行為	性別	年齡	婚姻 狀況	教育 程度	所屬 部門	職稱	每月 平均收入	每月可 支配所得	居住地
閱讀習慣	0.614	0.033*	0.429	0.001***	0.000***	0.742	0.586	0.448	0.163
閱讀頻率	0.278	0.419	0.074	0.225	0.000***	0.929	0.465	0.257	0.911
閱讀時間	0.756	0.098	0.006**	0.087	0.000***	0.193	0.027*	0.264	0.006**
閱讀型態	0.149	0.971	0.521	0.130	0.032*	0.167	0.233	0.834	0.382
閱讀來源	0.734	0.530	0.954	0.311	0.098	0.586	0.185	0.876	0.393

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

1.不同「性別」之休閒農場從業人員在「閱讀行為、閱讀種類與閱讀動機」上之分析

(1)不同「性別」之休閒農場從業人員在「閱讀行為」上之分析

閱讀行為包含閱讀習慣、閱讀頻率、閱讀時間、閱讀型態及閱讀來源。從SPSS的卡方分析結果，由表4.29可看出性別與閱讀行為均無顯著相關，無法拒絕性別與閱讀習慣無關（或為獨立）的假設。

表4.29 不同「性別」之休閒農場從業人員在與「閱讀行為」之卡方分析

樣本		性別			自由度	卡方檢定	P值
		男	女	總和			
閱讀行為		數					
閱讀習慣	有	58	28	86	1	0.254	0.614
	無	20	12	32			
	總和	78	40	118			
閱讀頻率	每天看	21	11	32	3	3.248	0.278
	每週看	18	16	34			
	每月看	22	7	29			
	數月看	16	6	22			
	總和	78	40	118			
閱讀時間	半小時(含)以下	29	13	42	3	1.187	0.765
	半小時至一小時	32	18	50			
	一至二小時	8	6	14			
	從不看	9	3	12			
	總和	78	40	118			
閱讀型態	平面印刷出版品	44	19	63	3	5.339	0.149
	有聲出版品	17	16	33			
	多媒體出版品	7	1	8			

	其他	10	4	14			
	總和	78	40	118			
閱讀來源	自行消費	29	13	42	3	1.655	0.647
	借閱	6	4	10			
	免費贈閱	36	17	53			
	其他	7	6	13			
	總和	78	40	118			

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

經由Pearson卡方檢定，結果發現在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設 H_{01-1-1} 、 H_{01-1-2} 、 H_{01-1-3} 、 H_{01-1-5} 、 H_{01-1-6} ，顯示不同性別的休閒農場從業人員在閱讀行為上無顯著差異。

(2)不同「性別」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析

從SPSS的卡方分析表中，由表4.30可看出，除了科學類與語文類在性別上有顯著相關以外，其他種類之出版品均與性別無顯著相關。

表4.30 不同「性別」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析

閱讀種類	有無閱讀	男	女	總和	自由度	卡方檢定	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	22	8	30	1	0.939	0.333
	無	56	32	88			
哲學類	有	9	2	11		1.337	0.248
	無	69	38	107			
宗教類	有	6	3	9		0.001	0.970
	無	72	37	109			
自然類	有	26	11	37		0.418	0.518
	無	52	29	81			
科學類	有	13	1	14		5.075	0.024*
	無	65	39	104			
社會類	有	16	10	26		0.310	0.578
	無	62	30	92			
歷史（名人傳記）	有	21	6	27		2.130	0.144
	無	57	34	91			
人文地理	有	19	12	31		0.434	0.510
	無	59	28	87			
語文	有	9	11	20		4.786	0.029*

	無	69	29	98			
美術（含音樂）	有	12	5	17		0.178	0.673
	無	66	35	101			

註：*表P<0.05; **表P<0.01;***表P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同性別的休閒農場從業人員在閱讀「科學類」與「語文類」圖書上是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「性別」休閒農場從業人員在「閱讀動機」之T檢定分析

由表4.31之結果顯示，閱讀動機與性別無顯著相關。

表4.31 不同「性別」休閒農場從業與「閱讀行為」之T檢定分析

閱讀動機	平均數		標準差		Levene檢定		自由度	t 值	P值
	男	女	男	女	F檢定	顯著			
增加新知	2.36	2.33	0.74	0.76	0.03	0.954	116	0.234	0.815
滿足好奇心	2.63	2.45	0.82	0.55	6.210	0.014*		1.395	0.166
增加談話題材	2.32	2.38	0.75	0.81	0.609	0.437		-0.365	0.716
休閒娛樂	2.54	2.50	0.80	0.55	5.418	0.022*		0.305	0.761

訓練自己文筆能力	2.72	2.88	0.74	0.72	2.141	0.146		-1.103	0.272
自我成長、修身	2.24	2.23	0.59	0.62	0.423	0.517		0.160	0.873
研習或工作專業需要	2.51	2.53	0.58	0.60	0.068	0.795		-0.107	0.915

註：*表 $P<0.05$ ；**表 $P<0.01$ ；***表 $P<0.001$

在「滿足好奇心」方面，F檢定達顯著，所以T值應查看「不假設變異數相等」一列，得知T值=1.395，未達0.05的顯著水準，

經由Pearson獨立性卡方檢定，結果發現在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設 H_{01-1-7} ，顯示不同性別的休閒農場從業人員在閱讀動機上無顯著差異。

2.不同「年齡」休閒農場從業人員在「閱讀行為、閱讀種類與閱讀動機」上之分析

(1)不同「年齡」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析

本節主要為檢定不同年齡之休閒農場從業人員在「閱讀行為」上之分析，閱讀行為包含閱讀習慣、閱讀頻率、閱讀時間、

閱讀型態及閱讀來源。經由SPSS的卡方分析結果，由表4.32所示，並說明如下：

表4.32 不同「年齡」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析

樣本		年齡			總和	自由度	卡方統計	P值
		30歲以下	31至50歲	51歲以上				
閱讀習慣	有	44	37	5	86	2	6.813	0.033*
	無	15	10	7	32			
	總和	59	47	12	118			
閱讀頻率	每天看	19	10	3	32	6	6.037	0.419
	每週看	20	12	3	35			
	每月看	12	15	2	29			

	數月看	8	10	4	22			
	總和	59	47	12	118			
閱讀時間	半小時(含)以下	23	14	5	42	6	10.709	0.098
	半小時至一小時	28	20	2	50			
	一至二小時	4	6	4	14			
	從不看	4	7	1	12			
	總和	59	47	12	118			
閱讀型態	平面印刷出版品	33	25	5	63	6	1.314	0.971
	有聲出版品	3	4	1	8			
	多媒體出版品	16	13	4	33			
	其他	7	5	2	14			
	總和	59	47	12	118			
閱讀來源	自行消費	25	13	4	42	6	5.105	0.530
	借閱	6	3	1	10			
	免費贈閱	24	23	6	53			
	其他	4	8	1	13			
	總和	59	47	12	118			

註：*表 P<0.05; **表 P<0.01; ***表 P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，結果發現在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，除了閱讀習慣拒絕虛無假設 H_{01-2-1} ，其餘皆接受虛無假設 H_{01-2-2} 、 H_{01-2-3} 、 H_{01-2-5} 、 H_{01-2-6} ，顯示不同性別的休閒農場從業人員在閱讀頻率、閱讀時間、閱讀型態、閱讀來源上無顯著差異。

(2)不同「年齡」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析

表4.33 不同「年齡」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析

閱讀種類	有 無 閱 讀	30 歲 以 下	31 至 50 歲	51 歲 以 上	總和	自由度	卡方統計	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	13	16	1	30	2	4.048	0.132
	無	46	31	11	88			
哲學類	有	4	7	0	11		3.411	0.182
	無	55	40	12	107			
宗教類	有	2	4	3	9		6.696	0.035*
	無	57	43	9	109			
自然類	有	19	14	4	37		0.095	0.954

	無	40	33	8	81		
科學類	有	6	6	2	14	0.463	0.793
	無	53	41	10	104		
社會類	有	14	10	2	26	0.316	0.854
	無	45	37	10	92		
歷史（名人傳記）	有	13	10	4	27	0.836	0.659
	無	46	37	8	91		
人文地理	有	14	16	1	31	3.656	0.161
	無	45	31	11	87		
語文	有	11	7	2	20	0.262	0.877
	無	48	40	10	98		
美術（含音樂）	有	10	6	1	17	0.771	0.680
	無	49	41	11	101		

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同年齡的休閒農場從業人員在閱讀「宗教類」圖書上是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「年齡」休閒農場之從業人員「閱讀動機」之變異數分析

不同年齡之受訪者在閱讀動機之各項目上，由表4.34得知，

並說明如下：

表4.34 不同「年齡」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之變異數分析

閱讀動機	年齡	個數	平均數	標準差	F值	自由度	P值	Scheffe多重比較
增加新知	30歲以下	59	2.27	0.67	0.696	2	0.501	
	30至50歲	47	2.40	0.88				
	51歲以上	12	2.50	0.52				
滿足好奇心	30歲以下	31	2.59	0.75	0.275	2	0.760	
	30至50歲	46	2.51	0.75				
	51歲以上	41	2.67	0.78				
增加談話題材	30歲以下	31	2.29	0.67	0.267	2	0.766	
	30至50歲	46	2.38	0.90				
	51歲以上	41	2.42	0.67				
休閒娛樂	30歲以下	31	2.54	0.77	0.387	2	0.680	
	30至50歲	46	2.47	0.65				
	51歲以上	41	2.67	0.78				

訓練自己文筆能力	30歲以下	31	2.88	0.65	1.718	2	0.184	
	30至50歲	46	2.70	0.86				
	51歲以上	41	2.50	0.52				
自我成長及修身	30歲以下	31	2.19	0.51	2.341	2	0.101	
	30至50歲	46	2.21	0.66				
	51歲以上	41	2.58	0.67				
研習或工作專業需要	30歲以下	31	2.66	0.54	4.930	2	0.009**	無法比較 組間差異
	30至50歲	46	2.32	0.56				
	51歲以上	41	2.58	0.67				

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同年齡的休閒農場從業人員在讀動機中的「研習或工作專業需要」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

3.不同「婚姻狀況」之休閒農場從業人員在「閱讀行為、閱讀種類與閱讀動機」上之分析

(1)不同「婚姻狀況」之休閒農場從業人員在「閱讀行為」上之分析，如表4.35所示。

表4.35 不同「婚姻狀況」之休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析

樣本		婚姻狀況			自由度	卡方統計	P值
		未婚	已婚	總和			
閱讀行為		數					
閱讀習慣	有	50	36	86	1	0.627	0.429
	無	16	16	32			
	總和	66	52	118			
閱讀頻率	每天看	20	12	32	3	6.936	0.74
	每週看	24	11	35			
	每月看	14	15	29			
	數月看	8	14	22			
	總和	66	52	118			
閱讀時間	半小時(含)以下	26	16	42	3	12.492	0.006**
	半小時至一小時	33	17	50			

	一至二小時	5	9	14			
	從不看	2	10	12			
	總和	66	52	118			
閱讀型態	平面印刷出版品	39	24	63	3	2.258	0.521
	有聲出版品	17	16	33			
	多媒體出版品	4	4	8			
	其他	6	8	14			
	總和	66	52	118			
閱讀來源	自行消費	23	19	42	3	0.330	0.954
	借閱	5	5	10			
	免費贈閱	31	22	53			
	其他	7	6	13			
	總和	66	52	118			

註：*表 $P < 0.05$; **表 $P < 0.01$; ***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，結果發現在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下， H_{01-3-3} 拒絕虛無假設，而 H_{01-3-1} 、 H_{01-3-2} 、 H_{01-3-5} 、 H_{03-1-6} 接受虛無假設。

(2)不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員「閱讀種類」之卡方分析

本節係檢定不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員在「閱讀種類」上之分析。

表4.36 不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析

閱讀種類	有無閱讀	未婚	已婚	總和	自由度	卡方檢定	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	45	15	30	1	0.574	0.449
	無	51	37	88			
哲學類	有	6	5	11		0.009	0.922
	無	60	47	107			
宗教類	有	3	6	9		2.019	0.155
	無	63	46	109			
自然類	有	20	17	37		0.077	0.781
	無	46	35	81			
科學類	有	8	6	14		0.009	0.923
	無	58	46	104			
社會類	有	15	11	26		0.042	0.838
	無	51	41	92			
歷史（名人傳記）	有	17	10	27		0.702	0.402
	無	49	42	91			
人文地理	有	16	15	31		0.318	0.573

	無	50	37	87			
語文	有	13	7	20		0.803	0.370
	無	53	45	98			
美術（含音樂）	有	10	7	17		0.067	0.795
	無	56	45	101			

註：*表P<0.05; **表P<0.01; ***表P<0.001

經由Pearson獨立性卡檢定，結果發現在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設 H_{01-3-4} ，顯示不同性別的休閒農場從業人員在閱讀種類上無顯著差異。

(3)不同「婚姻狀況」的休閒農場從業人員在「閱讀動機」上之T檢定分析

表4.37 不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之T檢定分析

閱讀動機	平均數		標準差		Levene檢定		自由度	t 值	P值
	未 婚	已 婚	未 婚	已 婚	F檢定	顯著			
增加新知	2.29	2.42	0.72	0.78	1.503	0.223		-0.980	0.329
滿足好奇心	2.53	2.62	0.81	0.66	0.270	0.262		-0.614	0.540

增加談話題材	2.32	2.37	0.73	0.82	2.066	0.153	116	-0.332	0.741
休閒娛樂	2.45	2.62	0.77	0.66	0.628	0.430		-1.199	0.233
訓練自己文筆能力	2.82	2.71	0.63	0.85	5.076	0.026		0.784	0.435
自我成長、修身	2.18	2.31	0.46	0.73	17.041	0.000		-1.143	0.255
研習或工作專業需要	2.59	2.42	0.55	0.61	0.567	0.453		1.568	0.1201

經由T檢定，結果發現在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設 H_{01-3-7} 顯示不同性別的休閒農場從業人員在閱讀動機上無顯著差異。

4.不同「教育程度」之休閒農場從業人員在「閱讀行為、閱讀種類與閱讀動機」上之分析

(1)不同「教育程度」休閒農場從業人員「閱讀行為」之卡方分析

表4.38 不同「教育程度」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之變異數分析

樣 本 閱 讀 行 為	婚 姻 狀 況 數 為	高	大	總和	自由度	卡方統計	P值
		中 職 以 下	專 以 上				

閱讀習慣	有	40	26	66	1	15.527	0.001**
	無	46	6	52			
	總和	66	52	118			
閱讀頻率	每天看	15	18	33	9	21.764	0.010*
	每週看	25	9	34			
	每月看	22	7	29			
	數月看	15	7	22			
	總和	77	41	118			
閱讀時間	半小時(含)以下	33	9	42	9	10.313	0.326
	半小時至一小時	26	24	50			
	一至二小時	10	4	14			
	從不看	8	4	12			
	總和	77	41	118			
閱讀型態	平面印刷出版品	43	21	64	9	8.449	0.490
	有聲出版品	19	13	32			
	多媒體出版品	5	3	8			
	其他	10	4	14			
	總和	77	41	118			

閱讀來源	自行消費	22	21	43	9	13.892	0.126
	借閱	7	2	9			
	免費贈閱	36	17	53			
	其他	12	1	13			
	總和	77	41	118			

註：*表P<0.05; **表P<0.01; ***表P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同教育程度的休閒農場從業人員在閱讀行為中的「閱讀習慣」與「閱讀頻率」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(2)不同「教育程度」休閒農場從業人員「閱讀種類」之卡方分析

表4.39 不同「教育程度」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析

閱讀種類	有無閱讀	高中職 (含)以下	大專 以上	總和	自由度	卡方檢定	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	18	20	30	1	0.270	0.603
	無	48	40	88			
哲學類	有	6	5	11		0.009	0.922

	無	60	47	107	1		
宗教類	有	8	1	9		4.293	0.038*
	無	58	51	109			
自然類	有	19	18	37		0.459	0.498
	無	47	34	81			
科學類	有	6	8	14		1.102	0.294
	無	60	44	104			
社會類	有	15	11	26		0.042	0.838
	無	51	41	92			
歷史（名人傳記）	有	14	13	27		0.236	0.627
	無	52	39	91			
人文地理	有	15	16	31		0.971	0.324
	無	51	36	87			
語文	有	6	14	20		6.570	0.010*
	無	60	38	98			
美術（含音樂）	有	8	9	17		0.634	0.426
	無	58	43	101			

註：*表 P<0.05; **表 P<0.01; ***表 P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同教育程度的休閒農場從業人員在讀「宗教類」及「語文類」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「教育程度」休閒農場從業人員在「閱讀動機」之T檢定分析

表4.40 不同「教育程度」休閒農場從業人員在「閱讀動機」之T檢定分析

閱讀動機	教育程度	個數	平均數	標準差	Levene檢定		自由度	t值	P值
					F值	顯著			
增加新知	高中職以下	77	2.515	0.77	2.551	0.999	3	1.788	0.059
	專科及大專	41	2.11	0.54					
滿足好奇心	高中職以下	77	2.73	0.74	2.462	0.678		1.893	0.066
	專科及大專	41	2.365	0.82					
增加談話題材	高中職以下	77	2.44	0.78	0.905	0.343		0.878	0.441
	專科及大專	41	2.205	0.63					
休閒娛樂	高中職以下	77	2.66	0.75	2.126	0.563		1.894	0.101

	專科及大專	41	2.305	0.665					
訓練自己文筆 能力	高中職以下	77	2.875	0.78	1.896	0.886		0.295	0.134
	專科及大專	41	2.66	0.615					
自我成長、修 身	高中職以下	77	2.37	0.57	3.008	0.023		2.002	0.033*
	專科及大專	41	2.005	0.455					
研習或工作專 業需要	高中職以下	77	2.475	0.615	0.601	0.46		0.280	0.616
	專科及大專	41	2.63	0.49					

註：*表 $P<0.05$ ；**表 $P<0.01$ ；***表 $P<0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，結果發現在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，只有「自我成長及修身」為拒絕虛無假設，其餘均接受虛無假設。

5.不同「所屬部門」之休閒農場從業人員在「閱讀行為、閱讀種類與閱讀動機」上之分析

(1)不同「所屬部門」休閒農場從業人員「閱讀行為」之卡方分析

表4.41 不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析

樣 本 閱 讀 行 為		部 門 別			自由度	卡方統計	P值
		總公司	公務	總和			
		管理	農林				
		休閒	園藝				
		客房	畜牧				
		業務	其他				
		餐飲					
閱讀習慣	有	59	25	89	10	55.032	0.000***
	無	1	28	29			
	總和	60	53	118			
閱讀頻率	每天看	22	9	33	30	152.077	0.000***
	每週看	26	7	34			
	每月看	11	17	29			
	數月看	1	20	22			
	總和	60	53	118			
閱讀時間	半小時(含)以下	17	25	42	30	81.502	0.000***
	半小時至一小時	35	13	50			
	一至二小時	8	3	14			
	從不看	0	12	12			

	總和	60	53	118			
閱讀型態	平面印刷出版品	30	32	64	30	93.039	0.000***
	有聲出版品	21	8	32			
	多媒體出版品	4	4	8			
	其他	5	9	14			
	總和	60	53	118			
閱讀來源	自行消費	26	14	43	30	69.382	0.000***
	借閱	2	6	9			
	免費贈閱	28	24	53			
	其他	4	9	13			
	總和	60	53	118			

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，結果發現在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，拒絕虛無假設 H_{01-5-1} 、 H_{01-5-2} 、 H_{01-5-3} 、 H_{01-5-5} 、 H_{01-5-6} ，顯示不同所屬部門的休閒農場從業人員在閱讀行為上有顯著差異。

(2)不同「所屬部門」休閒農場從業人員「閱讀種類」之卡方分析

表4.42 不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析

閱讀種類	有無閱讀	總公司	公務	總和	自由度	卡方檢定	P值
		管理	農林				
		休閒	園藝				
		客房	畜牧				
		業務	其他				
		餐飲					
		資訊					
總類（叢書群經或或特藏）	有	15	15	30	1	0.425	0.517
	無	50	38	88			
哲學類	有	7	4	11		0.359	0.549
	無	58	49	107			
宗教類	有	3	6	9		1.863	0.172
	無	62	47	109			
自然類	有	22	15	37		0.417	0.518
	無	43	38	81			
科學類	有	8	6	14		0.027	0.869
	無	57	47	104			
社會類	有	14	12	26		0.021	0.886

	無	51	41	92			
歷史（名人傳記）	有	21	6	27	7.287	0.007**	
	無	44	47	91			
人文地理	有	15	16	31	0.762	0.383	
	無	50	37	87			
語文	有	14	6	20	2.165	0.141	
	無	51	47	98			
美術（含音樂）	有	11	6	17	0.743	0.839	
	無	54	47	101			

註：*表 $P<0.05$ ；**表 $P<0.01$ ；***表 $P<0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同所屬部門的休閒農場在讀「歷史（名人傳記）」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之T檢定分析

由表4.43之結果顯示，閱讀動機與所屬部門別有顯著相關。

表4.43 不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之T檢定分析

閱讀動機	平均數		標準差		Levene檢定		自由度	t 值	P值
	總公司	公務	總公司	公務	F檢定	顯著			
	管理	農林	管理	農林					
	休閒	園藝	休閒	園藝					
	客房	畜牧	客房	畜牧					
	業務	其他	業務	其他					
	餐飲		餐飲						
增加新知	2.08	2.68	0.69	0.67	0.000	0.999	116	4.224	0.000***
滿足好奇心	2.31	2.89	0.53	0.85	0.174	0.678		4.556	0.000***
增加談話題材	2.14	2.58	0.77	.069	0.906	0.343		2.595	0.007**
休閒娛樂	2.31	2.79	0.58	0.70	0.337	0.563		4.972	0.000***
訓練自己文筆能力	2.86	2.66	0.61	0.85	0.21	0.886		2.761	0.005**
自我成長、修身	2.06	2.45	0.53	0.61	5.300	0.023		3.366	0.001***

研習或工作專業需要	2.57	2.45	0.50	0.67	4.081	0.046		5.433	0.000***
-----------	------	------	------	------	-------	-------	--	-------	-----------------

註：*表P<0.05; **表P<0.01; ***表P<0.001

經由獨立t檢定，結果發現在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，拒絕虛無假設 H_{01-5-7} ，顯示不同所屬部門的休閒農場從業人員在閱讀動機上有顯著差異。

6.不同「職稱」休閒農場從業人員在「閱讀行為、閱讀種類與閱讀動機」上的分析

(1) 不同「職稱」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析

表4.44 不同「職稱」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析

樣 本 閱 讀 行 為	職 稱 數 為	主	辦	助	雇	臨	總和	自由度	卡方統計	P值
		任	事	理	員	時				
		以	員	員	及	工				
		上			實	及				
					習	其				
					生	他				

閱讀習慣	有	17	14	20	12	23	86	4	1.968	0.742
	無	3	6	8	6	9	32			
	總和	20	20	28	18	32	118			
閱讀頻率	每天看	6	8	8	5	5	32	12	5.724	0.929
	每週看	5	4	8	5	13	35			
	每月看	6	4	7	4	8	29			
	數月看	3	4	5	4	6	22			
	總和	20	20	28	18	32	118			
閱讀時間	半小時(含)以下	4	7	11	12	8	42	12	15.958	0.193
	半小時至一小時	9	9	13	5	14	50			
	一至二小時	3	3	2	0	6	14			
	從不看	4	1	2	1	4	12			
	總和	20	20	28	18	32	118			
閱讀型態	平面印刷出版品	11	11	16	13	12	63	12	16.568	0.167
	有聲出版品	8	7	7	2	9	33			
	多媒體出版品	1	0	2	0	5	8			
	其他	0	2	3	3	6	14			
	總和	20	20	28	18	32	118			

閱讀來源	自行消費	10	8	8	3	13	42	12	10.342	0.586
	借閱	0	2	3	3	2	10			
	免費贈閱	9	9	14	9	12	53			
	其他	1	1	3	3	5	13			
	總和	20	20	28	18	32	118			

註：*表P<0.05; **表P<0.01; ***表P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，結果發現在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，均為接受虛無假設，顯示不同職稱的休閒農場從業人員在閱讀行為上無顯著差異。

(2)不同「職稱」休閒農場從業人員與「閱讀總類」之變異數分析

表4.45 不同「職稱」的休閒農場從業人員與「閱讀總類」之變異數分析

閱讀種類	有 無 閱 讀	主 任 以 上	辦 事 員	助 理 員	雇 員 及 實 習 生	臨 時 工 及 其 他	總和	自由度	卡方統計	P值

總類	有	3	5	7	6	9	30	4	1.868	0.760
	無	17	15	21	12	23	88			
哲學類	有	2	2	4	1	2	11		1.467	0.827
	無	18	18	24	17	30	107			
宗教類	有	1	5	1	1	1	9		10.448	0.034*
	無	19	15	27	17	31	109			
自然類	有	10	6	8	6	7	37		4.717	0.318
	無	10	14	20	12	25	81			
科學類	有	6	1	4	2	1	14		9.696	0.046*
	無	14	19	24	16	31	104			
社會類	有	5	3	5	4	9	26		1.654	0.799
	無	15	17	23	14	23	92			
歷史（名人傳記）	有	7	4	5	5	6	27		2.713	0.607
	無	13	16	23	13	26	91			
人文地理	有	3	4	6	5	13	31		5.482	0.241
	無	17	16	22	13	19	87			
語文	有	3	2	8	1	6	20		5.161	0.271
	無	17	18	20	17	26	98			

美術（含音樂）	有	3	5	5	1	3	17		3.897	0.420
	無	17	15	23	17	29	101			

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同職稱的休閒農場從業人員在閱讀「宗教類」與「科學類」圖書是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「職稱」休閒農場從業人員「閱讀動機」之變異數分析

表4.46 不同「職稱」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之變異數分析

閱讀動機	職稱	個數	平均數	標準差	自由度	F值	P值
增加新知	主任以上	20	2.40	0.82	4	1.256	0.292
	辦事員	20	2.30	0.57			
	助理員	28	0.11	0.83			
	雇員至實習生	18	2.56	0.78			
	臨時工及其他	32	2.44	0.67			
滿足好奇心	主任以上	20	2.65	0.99		0.408	0.803
	辦事員	20	2.40	0.68			
	助理員	28	2.54	0.64			

	雇員至實習生	18	2.67	0.91			
	臨時工及其他	32	2.59	0.61			
增加談話題材	主任以上	20	2.45	0.83	4	0.835	0.506
	辦事員	20	2.20	0.62			
	助理員	28	2.18	0.86			
	雇員至實習生	18	2.50	0.79			
	臨時工及其他	32	2.41	0.71			
休閒娛樂	主任以上	20	2.50	0.89	4	0.230	0.921
	辦事員	20	2.40	0.60			
	助理員	28	2.54	0.64			
	雇員至實習生	18	2.56	0.98			
	臨時工及其他	32	2.59	0.61			
訓練自己文筆能力	主任以上	20	2.60	0.68	4	0.509	0.729
	辦事員	20	2.70	0.57			
	助理員	28	2.79	0.63			
	雇員至實習生	18	2.89	0.68			
	臨時工及其他	32	2.84	0.95			
自我成長、修身	主任以上	20	2.15	0.37	4	0.320	0.864

	辦事員	20	2.25	0.55			
	助理員	28	2.18	0.61			
	雇員至實習生	18	2.28	0.57			
	臨時工及其他	32	2.31	0.74			
研習或工作專業需要	主任以上	20	2.50	0.51	4	0.372	0.828
	辦事員	20	2.60	0.50			
	助理員	28	2.50	0.51			
	雇員至實習生	18	2.61	0.85			
	臨時工及其他	32	2.44	0.56			

註：*表P<0.05; **表P<0.01; ***表P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，結果發現在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設 H_{01-6-7} ，顯示不同職稱的休閒農場從業人員在閱讀動機上無顯著差異。

7.不同「平均收入」休閒農場從業人員在「閱讀行為、閱讀種類與閱讀動機」上之分析

(1)不同「平均收入」休閒農場從業人員「閱讀行為」之卡方分析

表4.47 不同「平均收入」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之變異數分析

樣本 閱讀行為		平均收入			總和	自由度	卡方統計	P值
		二萬(含)以下	二萬〇一至三萬	三萬〇一以上(含)				
閱讀習慣	有	30	56	3	89	5	5.832	0.323
	無	8	21	0	29			
	總和	38	77	3	118			
閱讀頻率	每天看	10	21	2	33	15	18.142	0.255
	每週看	17	16	13	34			
	每月看	7	22	0	29			
	數月看	4	18	0	22			
	總和	38	77	3	118			
閱讀時間	半小時(含)以下	19	23	0	42	15	28.807	0.017*
	半小時至一小時	15	34	1	50			
	一至二小時	3	9	2	14			

	從不看	1	11	0	12			
	總和	38	77	3	118			
閱讀型態	平面印刷出版品	22	41	1	64	15	12.030	0.677
	有聲出版品	10	20	2	32			
	多媒體出版品	1	7	0	8			
	其他	5	9	0	14			
	總和	38	77	3	118			
閱讀來源	自行消費	12	28	3	43	15	18.593	0.233
	借閱	2	7	0	9			
	免費贈閱	21	32	0	53			
	其他	3	10	0	13			
	總和	38	77	3	118			

註：*表 $P < 0.05$; **表 $P < 0.01$; ***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同平均收入的休閒農場從業人員在「閱讀時間」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(2)不同「平均收入」的休閒農場從業人員在「閱讀總類」之分析

表4.48 不同「平均收入」的休閒農場從業人員在「閱讀總類」之分析

閱讀種類	有無閱讀	二 萬 (含) 以 下	二 萬 ○ 一 至 三 萬	三 萬 ○ 一 以 上	總 和	自由度	卡方檢定	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	12	12	6	30	2	2.067	0.356
	無	23	44	21	88			
哲學類	有	1	8	2	11	2	3.480	0.176
	無	34	48	25	107			
宗教類	有	1	6	2	9	2	1.890	0.389
	無	34	50	25	109			
自然類	有	9	19	9	37	2	0.739	0.691
	無	26	37	18	81			
科學類	有	3	6	5	14	2	1.577	0.455
	無	32	50	22	104			

社會類	有	6	12	8	26	2	1.406	0.495
	無	29	44	19	92			
歷史（名人傳記）	有	12	8	7	27	2	5.066	0.079
	無	23	48	20	91			
人文地理	有	9	17	5	31	2	1.326	0.515
	無	26	39	22	87			
語文	有	6	9	5	20	2	0.079	0.961
	無	29	47	22	98			
美術（含音樂）	有	3	10	4	17	2	1.511	0.470
	無	32	46	23	101			

註：*表 $P<0.05$ ；**表 $P<0.01$ ；***表 $P<0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，結果發現在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設，顯示不同平均收入的休閒農場從業人員在閱讀種類上無顯著差異。

(3)不同「平均收入」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之變異數分析

表4.49 不同「平均收入」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之變異數分析

閱讀動機	平均收入	個數	平均數	標準差	自由度	F值	P值			
增加新知	\$20,000元以下	35	2.40	0.69	2	0.633	0.533			
	\$20,001~\$30,000元	56	2.27	0.77						
	\$30,001元以上	27	2.44	0.75						
滿足好奇心	\$20,000元以下	35	2.63	0.73		2	0.254	0.776		
	\$20,001~\$30,000元	56	2.52	0.69						
	\$30,001元以上	27	2.59	0.89						
增加談話題材	\$20,000元以下	35	2.37	0.69			2	0.526	0.592	
	\$20,001~\$30,000元	56	2.27	0.80						
	\$30,001元以上	27	2.44	0.80						
休閒娛樂	\$20,000元以下	35	2.57	0.78				2	0.121	0.886
	\$20,001~\$30,000元	56	2.52	0.66						
	\$30,001元以上	27	2.48	0.80						
訓練自己文筆能力	\$30,000元以下	35	2.94	0.76	2				1.615	0.203
	\$20,001~\$30,000元	56	2.66	0.61						

	\$30,001元以上	27	2.78	0.89		
自我成長及修身	\$20,000元以下	35	2.23	0.55	0.489	0.615
	\$20,001~\$30,000元	56	2.29	0.65		
	\$30,001元以上	27	2.15	0.53		
研習或工作專業需要	\$20,000元以下	35	2.69	0.55	2.142	0.122
	\$20,001~\$30,000元	56	2.45	0.65		
	\$30,001元以上	27	2.44	0.53		

註：*表 $P<0.05$; **表 $P<0.01$; ***表 $P<0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，結果發現在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設 H_{01-7-7} ，顯示不同平均收入的休閒農場從業人員在閱讀動機上無顯著差異。

8.不同「可支配所得」休閒農場從業人員在「閱讀行為、閱讀種類與閱讀動機」上之分析

(1)不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析

表4.50 不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析

樣本 閱讀行為		可支配所得			總和	自由度	卡方統計	P值
		一萬(含)以下	一萬〇一至二萬	二萬(含)以上				
閱讀習慣	有	58	29	2	89	4	6.208	0.184
	無	23	6	0	29			
	總和	81	35	2	118			
閱讀頻率	每天看	20	12	1	33	12	9.222	0.684
	每週看	28	5	1	34			
	每月看	20	9	0	29			
	數月看	13	9	0	22			
	總和	81	35	2	118			
閱讀時間	半小時(含)以下	34	8	0	42	12	27.208	0.007*
	半小時至一小時	33	17	0	50			
	一至二小時	10	2	2	14			

	從不看	4	8	0	12			
	總和	81	35	2	118			
閱讀型態	平面印刷出版品	44	20	0	64	12	11.000	0.529
	有聲出版品	21	9	2	32			
	多媒體出版品	5	3	0	8			
	其他	11	3	0	14			
	總和	81	35	2	118			
閱讀來源	自行消費	27	14	2	43	12	9.893	0.625
	借閱	7	2	0	9			
	免費贈閱	36	17	0	53			
	其他	11	2	0	13			
	總和	81	35	2	118			

註：*表 $P < 0.05$; **表 $P < 0.01$; ***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同「可支配所得」的休閒農場從業人員在閱讀時間是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(2)不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析

表4.51 不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析

閱讀種類	有 無 閱 讀	一 萬 (含) 以 下	一 萬 ○ 一 至 二 萬	二 萬 (含) 以 上	總和	自由度	卡方統計	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	15	6	9	30	2	2.502	0.286
	無	32	30	26	88			
哲學類	有	2	6	3	11	2	3.748	0.154
	無	45	30	32	107			
宗教類	有	3	2	4	9	2	1.040	0.594

	無	44	34	31	109			
自然類	有	9	13	15	37	2	5.783	0.055
	無	38	23	20	81			
科學類	有	7	3	4	14	2	0.848	0.654
	無	40	33	31	104			
社會類	有	10	9	7	26	2	0.284	0.867
	無	37	27	28	92			
歷史（名人傳記）	有	15	3	9	27	2	6.651	0.036*
	無	32	33	26	91			
人文地理	有	9	16	6	31	2	8.875	0.012*
	無	38	20	29	87			
語文	有	8	6	6	20	2	0.003	0.998
	無	39	30	29	98			
美術（含音樂）	有	6	4	7	17	2	1.308	0.520
	無	41	32	28	101			

註：*表 P<0.05; **表 P<0.01; ***表 P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同可支配所得的休閒農場從業人員在讀動機中的「歷史」與「人文地理」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之變異數分析

表4.52 不同「可支配所得」休閒農場從業人員「閱讀動機」之變異數分析

閱讀動機	可支配所得	個數	平均數	標準差	自由度	F值	P值		
增加新知	\$20,000元以下	47	2.34	0.70	2	0.026	0.974		
	\$20,001~\$40,000元	36	2.33	0.83					
	\$40,001元以上	35	2.37	0.73					
滿足好奇心	\$20,000元以下	47	2.55	0.75		2	0.260	0.772	
	\$20,001~\$40,000元	36	2.64	0.80					
	\$40,001元以上	35	2.51	0.70					
增加談話題材	\$20,000元以下	47	2.34	0.70			2	0.224	0.800
	\$20,001~\$40,000元	36	2.28	0.85					
	\$40,001元以上	35	2.40	0.77					

休閒娛樂	\$20,000元以下	47	2.53	0.78		0.006	0.994
	\$20,001~\$40,000元	36	2.53	0.65			
	\$40,001元以上	35	2.51	0.74			
訓練自己文筆能力	\$20,000元以下	47	2.89	0.73		1.093	0.339
	\$20,001~\$40,000元	36	2.69	0.79			
	\$40,001元以上	35	2.69	0.68			
自我成長、修身	\$20,000元以下	47	2.23	0.52		0.449	0.640
	\$20,001~\$40,000元	36	2.31	0.79			
	\$40,001元以上	35	2.17	0.45			
研習或工作專業需要	\$20,000元以下	47	2.57	0.65		1.914	0.152
	\$20,001~\$40,000元	36	2.36	0.54			
	\$40,001元以上	35	2.60	0.50			

註：*表P<0.05; **表P<0.01;***表P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同年齡的休閒農場從業人員在讀動機在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

9.不同「居住地」休閒農場從業人員在「閱讀行為、閱讀種類與閱讀動機」上之分析

(1) 不同「居住地」休閒農場從業人員在「閱讀行為」上之分析

表4.53 不同「居住地」休閒農場從業人員與「閱讀行為」之卡方分析

樣 本 閱 讀 行 為		居 住 地 數 為			自 由 度	卡 方 統 計	P 值
		北 部 及 其 他	花 東 地 區	總 和			
閱 讀 習 慣	有	5	84	89	1	1.701	0.192
	無	0	29	29			
	總和	5	113	118			
閱 讀 來 源	每天看	2	31	33	3	0.461	0.927
	每週看	1	33	34			
	每月看	1	28	29			
	數月看	1	21	22			
	總和	5	113	118			
閱 讀 時 間	半小時(含)以下	0	42	42			
	半小時至一小時	2	48	50			

	一至二小時	3	11	14	3	12.593	0.006**
	從不看	0	12	12			
	總和	5	113	118			
閱讀型態	平面印刷出版品	2	62	64	3	3.250	0.355
	多媒體出版品	3	29	32			
	有聲出版品	0	8	8			
	其他	0	14	14			
	總和	5	113	118			
閱讀來源	自行消費	3	40	43	3	3.140	0.371
	借閱	1	8	9			
	免費贈閱	1	52	53			
	其他	0	13	13			
	總和	5	113	118			

註：*表P<0.05; **表P<0.01;***表P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同年齡的休閒農場從業人員在「閱讀時間」，拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(2) 不同「居住地」休閒農場從業人員「閱讀種類」之卡方分析

表4.55 不同「居住地」休閒農場從業人員與「閱讀種類」之卡方分析

閱讀種類	有 無 閱 讀	北 部 地 區	花 東 地 區	總和	自由度	卡方統計	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	0	30	30	1	1.780	0.182
	無	5	83	88			
哲學類	有	0	11	11		0.537	0.464
	無	5	102	107			
宗教類	有	1	8	9		1.135	0.287
	無	4	105	109			
自然類	有	3	34	37		1.990	0.158
	無	2	79	81			
科學類	有	2	12	14		0.953	0.047*

	無	3	101	104		
社會類	有	1	25	26	0.013	0.911
	無	4	88	92		
歷史（名人傳記）	有	3	24	27	4.077	0.043*
	無	2	89	91		
人文地理	有	0	31	31	1.861	0.173
	無	5	82	87		
語文	有	1	19	20	0.035	0.853
	無	4	94	98		
美術（含音樂）	有	0	17	17	0.879	0.349
	無	5	96	91		

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同居住地的休閒農場在閱讀「科學類」與「歷史（名人傳記）」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「居住地」休閒農場從業人員「閱讀動機」之變異數分析

表4.54 不同「居住地」休閒農場從業人員與「閱讀動機」之變異數分析

閱讀動機	居住地	個數	平均數	標準差	自由度	F值	P值
增加新知	北區	5	1.80	0.45	1	2.873	0.093
	花東	113	2.37	0.75			
滿足好奇心	北區	5	2.00	1.71		3.086	0.082
	花東	113	2.59	0.74			
增加談話題材	北區	5	1.60	0.55		5.043	0.027*
	花東	113	2.37	0.76			
休閒娛樂	北區	5	2.00	0.71		2.788	0.098
	花東	113	2.55	0.72			
訓練文筆	北區	5	2.60	0.55		0.283	0.596
	花東	113	2.78	0.74			
自我成長	北區	5	2.00	0.00		0.831	0.364
	花東	113	2.25	0.61			
研習或工作專業需要	北區	5	3.00	0.00		3.695	0.057
	花東	113	2.50	0.58			

註：*表 P<0.05; **表 P<0.01; ***表 P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同居住地的休閒農場從業人員在閱讀動機中的「增加談話題材」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

4.4人口統計變項與消費行為之分析

1.不同「性別」休閒農場從業人員在「消費行為、消費種類與消費動機」之分析

(1)不同「性別」休閒農場從業人員在「消費行為」之卡方分析

表4.57 不同「性別」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

數 本 消 費 行 為		性 別			自由度	卡方統計	P值
		男	女	總和			
消費習慣	有	42	33	75	1	9.373	0.002*
	無	36	7	43			
	總和	78	40	118			
消費頻率	一個月以下	9	7	16	3	3.837	0.280
	一至三個月	24	15	39			
	三至六個月	29	15	44			
	半年以上	16	3	19			

	總和	78	40	118			
消費冊數	一至二本	30	18	48	3	4.041	0.257
	三至四本	28	18	46			
	五本以上	11	2	13			
	不曾買過	9	2	11			
	總和	78	40	118			
消費型態	平面印刷出版品	46	18	64	3	2.630	0.452
	多媒體出版品	9	8	17			
	有聲出版品	17	11	28			
	其他	6	3	9			
	總和	78	40	118			
消費地點	實體書店	30	13	43	3	1.655	0.647
	網路書店	5	4	9			
	便利商店	36	17	53			
	書展	7	6	13			
	總和	78	40	118			

註：*表 P<0.05; **表 P<0.01; ***表 P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同年齡的休閒農場從業人員在「消費習慣」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(2)不同「性別」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析

表4.58 不同「性別」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析

消費種類	有無消費	男	女	總和	自由度	卡方檢定	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	3	5	8	1	3.133	0.077
	無	75	35	110			
哲學類	有	5	1	6		0.838	0.360
	無	73	39	112			
宗教類	有	4	2	6		0.001	0.976
	無	74	38	112			
自然類	有	18	6	24		1.065	0.302
	無	60	34	94			
科學類	有	9	2	11		1.337	0.248
	無	69	38	107			
社會類	有	18	3	21		4.385	0.036*

	無	60	37	97		
歷史（名人傳記）	有	16	3	19	3.314	0.069
	無	62	37	99		
人文地理	有	16	11	27	0.732	0.392
	無	62	29	91		
語文	有	11	16	27	10.050	0.002**
	無	67	24	91		
美術（含音樂）	有	13	9	22	0.593	0.441
	無	65	31	96		

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同年齡的休閒農場從業人員在消費「社會類」及「語文類」圖書，是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「性別」休閒農場從業人員「消費動機」之變異數分析

由表4.59 得知，不同性別之受訪者在影響消費各項因素上P值都大於0.05，故均無顯著差異。

表4.59 不同「性別」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

影響消費動機	平均數		標準差		自由度	t值	P值
	男	女	男	女			
內容充實	2.45	2.35	0.70	0.70	116	0.728	0.468
價格合理	2.65	2.45	0.77	0.55		1.488	0.139
作者名氣	2.40	2.48	0.76	0.78		-0.780	0.437
封面設計	2.54	2.55	0.78	0.60		-0.082	0.935
印刷排版吸引	2.88	2.93	0.70	0.69		-0.297	0.767
親友推薦	2.24	2.23	0.59	0.62		-0.160	0.873
有收藏價值	2.51	2.53	0.58	0.60		-0.107	0.915

註：*表 $P < 0.05$; **表 $P < 0.01$; ***表 $P < 0.001$

2.不同「年齡」休閒農場從業人員之「消費行為、消費種類與消費動機」之分析

(1)不同「年齡」休閒農場從業人員之「消費行為」之卡方分析

由表4.60 得知，不同年齡之受訪者在消費習慣上，P值大於0.05，故均無顯著差異。

表4.60 不同「年齡」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

樣本消費行為		年齡				總和	自由度	卡方統計	P值
		三十歲以下	三十一至五十	五十一以上					
消費習慣	有	21	28	26	75	9	6.061	0.734	
	無	10	18	15	43				
	總和	31	46	41	118				
消費頻率	一個月以下	3	8	5	16	27	27.25	0.450	
	一至三個月	15	16	8	39				
	三至六個月	9	17	18	44				
	半年以上	4	5	10	19				
	總和	31	46	41	118				
消費冊數	一至二本	10	19	16	48	27	33.805	0.172	
	三至四本	15	22	9	46				
	五本以上	4	1	8	13				

	不會買過	2	4	5	11			
	總和	31	46	41	118			
消費型態	平面印刷出版品	19	25	20	64	27	30.503	0.292
	多媒體出版品	3	9	5	17			
	有聲出版品	7	8	13	28			
	其他	2	4	3	9			
	總和	31	46	41	118			
消費地點	實體書店	12	20	11	43	27	27.336	0.446
	網路書店	3	3	3	9			
	便利商店	14	21	29	53			
	書展	2	2	9	13			
	總和	31	46	41	118			

註：*表 $P<0.05$ ；**表 $P<0.01$ ；***表 $P<0.01$

(2)不同「年齡」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析

表4.62 不同「年齡」休閒農場從業人員與「消費種類」之變異數分析

消費種類	有 無 消 費	30 歲 以 下	31 至 50 歲	51 以 上	總和	自由度	卡方統計	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	3	3	2	8	2	2.136	0.344
	無	56	44	10	110			
哲學類	有	1	5	0	6		5.051	0.080
	無	58	42	12	112			
宗教類	有	2	1	3	6		11.064	0.004**
	無	57	46	9	112			
自然類	有	11	11	2	24		0.477	0.788
	無	48	36	10	94			
科學類	有	4	5	2	11	1.313	0.519	
	無	55	42	10	107			
社會類	有	6	12	3	21	4.694	0.096	
	無	53	35	9	97			
歷史（名人傳記）	有	10	8	1	19	0.597	0.742	

	無	49	39	11	99		
人文地理	有	13	13	1	27	2.071	0.355
	無	46	34	11	91		
語文	有	16	8	3	27	1.546	0.462
	無	43	39	9	91		
美術（含音樂）	有	11	10	1	22	1.056	0.590
	無	48	37	11	96		

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同年齡的休閒農場從業人員在消費「宗教類」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「年齡」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

由表4.61 得知，不同年齡之受訪者在內容充實、價格合理或有折扣、封面設計、印刷排版吸引及有收藏價值上P值都大於0.05，故均無顯著差異。另外，不同年齡的消費者在親友推薦中有顯著差異。

表4.61 不同「年齡」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

消費動機	年齡	個數	平均數	標準差	自由度	F值	P值			
內容充實	三十歲以下	59	2.38	0.62	2	0.846	0.575			
	三十一至五十歲	47	2.36	0.71						
	五十一歲以上	12	2.47	0.58						
價格合理	三十歲以下	59	2.59	0.65		2	0.835	0.585		
	三十一至五十歲	47	2.53	0.79						
	五十一歲以上	12	2.50	0.53						
作者名氣	三十歲以下	59	2.31	0.73			2	1.187	0.311	
	三十一至五十歲	47	2.45	0.78						
	五十一歲以上	12	2.33	0.63						
封面設計	三十歲以下	59	2.60	0.81				2	0.751	0.662
	三十一至五十歲	47	2.48	0.73						
	五十一歲以上	12	2.47	0.52						
印刷排版吸引	三十歲以下	59	2.68	0.73	2				0.821	0.598
	三十一至五十歲	47	2.97	0.58						
	五十一歲以上	12	2.77	0.64						
親友推薦	三十歲以下	59	2.02	0.46		2			2.836	0.005*
	三十一至五十歲	47	2.17	0.55						

	五十一歲以上	12	2.51	0.52		
有收藏價值	三十歲以下	59	2.63	0.59	1.306	0.242
	三十一至五十歲	47	2.53	0.49		
	五十一歲以上	12	2.50	0.52		

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

3.不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員在「消費行為、消費種類與消費動機」的分析

(1)不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員「消費行為」之卡方分析

由表4.63 得知不同婚姻狀況之休閒農場從業人員之「消費習慣」、「消費頻率」、「消費型態」與「消費地點」在各項消費因素上，P值都大於0.05，故無顯著差異；而在「消費冊數」上有顯著差異。

表4.63 不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

樣本 消費行為		婚姻			總和	自由度	卡方統計	P值
		未婚	已婚	總和				
消費習慣	有	40	35	75	1	0.996	0.318	
	無	27	16	43				

	總和	67	51	118			
消費頻率	一個月以下	7	9	16	3	2.058	0.560
	一至三個月	25	14	39			
	三至六個月	24	20	44			
	半年以上	11	8	19			
	總和	67	51	118			
消費冊數	一至二本	22	26	48	3	8.325	0.040*
	三至四本	32	14	46			
	五本以上	5	8	13			
	不曾買過	8	3	11			
	總和	67	51	118			
消費型態	平面印刷出版品	39	24	64	3	2.195	0.533
	多媒體出版品	9	9	17			
	有聲出版品	13	15	13			
	其他	5	4	9			
	總和	67	52	118			
消費地點	實體書店	24	19	43	3	0.131	0.988
	網路書店	5	4	9			

	便利商店	31	22	53			
	書展	7	6	13			
	總和	67	51	118			

註：*表P<0.05;**表P<0.01;***表P<0.001

(2)不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員「消費種類」之卡方分析

表4.64 不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析

消費種類	有無消費	未婚	已婚	總和	自由度	卡方檢定	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	4	4	8	1	0.123	0.726
	無	62	48	110			
哲學類	有	2	4	6		1.310	0.252
	無	64	48	112			
宗教類	有	1	5	6		3.954	0.047*
	無	65	47	112			
自然類	有	13	11	24		0.038	0.845
	無	53	41	94			
科學類	有	6	5	11		0.009	0.922
	無	60	47	107			
社會類	有	8	13	21		3.298	0.069

	無	58	39	97		
歷史（名人傳記）	有	12	7	19	0.480	0.489
	無	54	45	99		
人文地理	有	14	13	27	0.236	0.627
	無	52	39	91		
語文	有	17	10	27	0.702	0.402
	無	49	42	91		
美術（含音樂）	有	14	8	22	0.651	0.420
	無	52	44	96		

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同婚姻狀況的休閒農場從業人員在消費「宗教類」圖書是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

由表4.65知，不同婚姻狀況之受訪者消費動機P值都大於0.05故無顯著差異。

表4.65 不同「婚姻狀況」休閒農場從業人員與「消費動機」之T檢定

影響消費動機	平均數		標準差		自由度	t值	P值
	未婚	已婚	未婚	已婚			
內容充實	2.39	2.45	0.67	0.73	116	-0.485	0.629
價格合理	2.57	2.61	0.76	0.63		-0.308	0.759
作者名氣	2.43	2.35	0.72	0.82		0.561	0.576
封面設計	2.49	2.61	0.77	0.67		-0.856	0.394
印刷排版吸引	2.96	2.82	0.64	0.77		1.017	0.311
親友推薦	2.15	2.35	0.47	0.72		-1.863	0.065
有收藏價值	2.60	2.41	0.55	0.61		1.731	0.086

註：*表 $P < 0.05$; **表 $P < 0.01$; ***表 $P < 0.001$

4.不同「教育程度」休閒農場從業人員「消費行為、消費種類與消費動機」之分析

(1)不同「教育程度」休閒農場從業人員「消費行為」之卡方分析

由表4.66得知，不同教育程度之受訪者在諸消費行為上均無顯著差異。

表4.66 不同「教育程度」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

樣 本 消 費 行 為		教 育 程 度			自 由 度	卡 方 統 計	P 值
		高 中 職 以 下	專 科 與 大 學	總 和			
消費習慣	有	50	25	75	3	3.046	0.385
	無	27	16	43			
	總和	77	41	118			
消費頻率	一個月以下	11	5	16	9	12.432	0.190
	一至三個月	20	19	39			
	三至六個月	31	13	44			
	半年以上	15	4	19			
	總和	77	41	118			
消費冊數	一至二本	36	12	48	9	15.668	0.074
	三至四本	22	24	46			
	五本以上	11	2	13			
	不曾買過	8	3	11			
	總和	77	41	118			

消費型態	平面印刷出版品	44	20	64	9	4.945	0.839
	多媒體出版品	10	7	17			
	有聲出版品	17	11	28			
	其他	6	3	9			
	總和	77	41	118			
消費地點	實體書店	22	21	43	9	13.892	0.126
	網路書店	7	2	9			
	便利商店	36	17	53			
	書展	12	1	13			
	總和	77	41	118			

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

(2)不同「教育程度」休閒農場從業人員與「消費種類」之變異數分析

表4.67 不同「教育程度」休閒農場從業人員與「消費種類」之變異數分析

消費種類	有無消費	高中 含以 下	大專 含以 上	總和	自由度	卡方檢定	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	4	4	8		0.123	0.726

	無	62	48	110	1		
哲學類	有	3	3	6		0.090	0.764
	無	63	49	112			
宗教類	有	5	1	6		1.926	0.165
	無	61	51	112			
自然類	有	15	9	24		0.527	0.468
	無	51	43	94			
科學類	有	6	5	11		0.009	0.922
	無	60	47	107			
社會類	有	16	5	21		4.254	0.039*
	無	50	47	91			
歷史（名人傳記）	有	8	11	19		1.757	0.185
	無	58	41	99			
人文地理	有	15	12	27		0.002	0.964
	無	51	40	91			
語文	有	10	17	27		5.071	0.024*
	無	56	35	91			
美術（含音樂）	有	11	11	22		0.386	0.534

	無	55	41	96			
--	---	----	----	----	--	--	--

註：*表P<0.05; **表P<0.01; ***表P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同教育程度的休閒農場從業人員在消費「社會類」及「語文類」圖書是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「教育程度」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

由表4.68得知，不同「教育程度」之休閒農場從業人員在「內容充實」、「印刷排版吸引」與「親友推薦」之P值都小於0.05，故有顯著差異，而在其餘消費動機上無顯著差異。

表4.68 不同「教育程度」休閒農場從業人員在「消費動機」之T檢定

消費動機	教育程度	個數	平均數	標準差	自由度	F值	P值
內容充實	高中以下	77	2.61	0.66		4.473	0.005*
	大專以上	41	2.15	0.53			
價格合理	高中以下	77	2.71	0.71		1.709	0.169
	大專以上	41	2.47	0.80			

作者名氣	高中以下	77	2.44	0.78	3	0.387	0.762
	大專以上	41	2.38	0.68			
封面設計	高中以下	77	2.67	0.71		1.899	0.134
	大專以上	41	2.31	0.67			
印刷排版吸引	高中以下	77	3.05	0.71		3.639	0.015*
	大專以上	41	2.69	0.61			
親友推薦	高中以下	77	2.37	0.57		3.008	0.033*
	大專以上	41	2.00	0.45			
有收藏價值	高中以下	77	2.47	0.61		0.601	0.616
	大專以上	41	2.63	0.49			

註：*表P<0.05; **表P<0.01;***表P<0.001

5.不同「所屬部門」休閒農場從業人員在「消費行為、消費種類與消費動機」上之分析

(1)不同「所屬部門」休閒農場從業人員「消費行為」之卡方分析

表4.69 不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

樣 本 消 費 行 為	所 屬 部 門 數 為	總公司	工務	總和	自由度	卡方統計	P值
		管理	農林				
		休閒	園藝				
		客房	畜牧				
		業務					
		餐飲					
		資訊					
消費習慣	有	48	25	75	10	32.571	0.000***
	無	12	28	43			
	總和	60	53	118			
消費頻率	一個月以下	14	2	16	30	109.585	0.000***
	一至三個月	22	13	39			
	三至六個月	19	25	44			
	半年以上	5	13	19			
	總和	60	53	118			
消費冊數	一至二本	28	18	48	30	79.766	0.000***
	三至四本	23	20	46			
	五本以上	5	8	13			

	不曾買過	4	7	11			
	總和	60	53	118			
消費型態	平面印刷出版品	31	31	64	30	61.136	0.001**
	多媒體出版品	11	3	17			
	有聲出版品	15	13	28			
	其他	3	6	9			
	總和	60	53	118			
消費地點	實體書店	26	14	43	30	69.382	0.000***
	網路書店	2	6	9			
	便利商店	28	24	53			
	書展	4	9	13			
	總和	60	53	118			

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同所屬部門的休閒農場從業人員在諸消費行為上是拒絕虛無假設。

(2)不同「所屬部門」休閒農場從業人員「消費種類」之卡方分析

表4.70 不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析

消費種類	有無消費	總公司	工務	總和	自由度	卡方檢定	P值
		管理	農林				
		休閒	園藝				
		客房	畜牧				
		業務					
		餐飲					
		資訊					
總類（叢書群經或或特藏）	有	3	5	8	1	1.037	0.300
	無	62	48	110			
哲學類	有	2	4	6		1.209	0.272
	無	63	49	112			
宗教類	有	1	5	6		3.771	0.052
	無	64	48	112			
自然類	有	10	14	24		2.192	0.139
	無	55	39	94			
科學類	有	5	6	11		0.455	0.500
	無	60	47	107			
社會類	有	9	12	21		1.544	0.214

	無	56	41	97		
歷史（名人傳記）	有	15	4	19	5.212	0.022*
	無	50	49	99		
人文地理	有	15	12	27	0.003	0.955
	無	50	41	91		
語文	有	20	7	27	5.103	0.024*
	無	45	46	91		
美術（含音樂）	有	15	7	22	1.875	0.171
	無	50	46	96		

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同所屬部門的休閒農場在消費「歷史（名人傳記）」及「語文」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

（3）不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

由表4.71不同所屬部門的受訪者除「印刷排版吸引」及「有收藏價值」之外，P值均小於0.05而有顯著差異。

表4.71 不同「所屬部門」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

消費動機	所屬部門	個數	平均數	標準差	自由度	t值	P值
內容充實	總公司、管理、休閒、 客房、業務及餐飲	60	2.19	0.6495	116	-4.606	0.000***
	工務、農林、園藝、畜 牧及其他	53	2.73	0.5128			
價格合理	總公司、管理、休閒、 客房、業務及餐飲	60	2.51	0.4846		-3.266	0.001***
	工務、農林、園藝、畜 牧及其他	53	2.81	0.7511			
作者名氣	總公司、管理、休閒、 客房、業務及餐飲	60	2.30	0.7552		-2.466	0.016*
	工務、農林、園藝、畜 牧及其他	53	2.59	0.6404			
封面設計	總公司、管理、休閒、 客房、業務及餐飲	60	2.35	0.5217		-2.973	0.004**

	工務、農林、園藝、畜牧及其他	53	3.12	0.5268		
印刷排版吸引	總公司、管理、休閒、客房、業務及餐飲	60	2.97	0.5009	1.772	0.79
	工務、農林、園藝、畜牧及其他	53	2.78	0.7168		
親友推薦	總公司、管理、休閒、客房、業務及餐飲	60	2.20	0.4294	-3.749	0.000***
	工務、農林、園藝、畜牧及其他	53	2.69	0.3507		
有收藏價值	總公司、管理、休閒、客房、業務及餐飲	60	2.56	0.5192	1.084	0.281
	工務、農林、園藝、畜牧及其他	53	2.43	0.4700		

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

6.不同「職稱」休閒農場從業人員之「消費行為、消費種類與消費動機」之分析

(1)不同「職稱」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

由表4.72得知，不同「職稱」的受訪者之消費行為P值都大於0.05故無顯著性差異。

4.72 不同「職稱」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

樣 本 閱 讀 行 為		職 稱				總和	自由度	卡方統計	P值
		課 長 以 上	股 長 至 助 理 員	雇 員 及 其 他	數 為				
消費習慣	有	7	33	35	75	12	9.673	0.645	
	無	4	25	14	43				
	總和	11	58	49	118				
消費頻率	一個月以下	1	8	7	16	36	50.166	0.059	
	一至三個月	3	19	17	39				
	三至六個月	4	23	17	44				
	半年以上	3	8	8	19				
	總和	11	58	49	118				
消費冊數	一至二本	6	20	22	48	36	30.589	0.723	
	三至四本	3	25	18	46				
	五本以上	1	7	5	13				

	不曾買過	1	6	4	11			
	總和	11	58	49	118			
消費型態	平面印刷出版品	6	31	27	64	36	49.811	0.063
	多媒體出版品	4	8	5	17			
	有聲出版品	1	15	12	28			
	其他	0	4	5	9			
	總和	11	58	49	118			
消費地點	實體書店	7	21	15	43	36	34.039	0.562
	網路書店	0	4	5	9			
	便利商店	4	28	21	53			
	書展	0	5	8	13			
	總和	11	58	49	118			

註：*表 $P<0.05$ ；**表 $P<0.01$ ；***表 $P<0.001$

(2)不同「職稱」休閒農場從業人員與「消費總類」之變異數分析

表4.73 不同「職稱」休閒農場從業人員與「消費總類」之變異數分析

消費種類	有 無 閱 讀	主 任 以 上	辦 事 員	助 理 員	雇 員 及 實 習 生	臨 時 工 及 其 他	總和	自由度	卡方統計	P值
總類	有	0	1	3	0	4	8	4	5.207	0.267
	無	20	19	25	18	28	110			
哲學類	有	1	1	3	0	1	6		3.058	0.548
	無	19	19	25	18	31	112			
宗教類	有	1	3	0	1	1	6		5.837	0.212
	無	19	17	28	17	31	112			
自然類	有	7	5	3	5	4	24		6.351	0.174
	無	13	15	25	13	28	94			
科學類	有	5	1	2	3	0	11		10.853	0.028*
	無	15	19	26	15	32	107			
社會類	有	7	2	3	4	5	21		6.181	0.186
	無	13	18	25	14	27	97			

歷史（名人傳記）	有	3	4	4	4	4	19		1.118	0.891
	無	17	16	24	14	28	99			
人文地理	有	2	4	6	4	11	27		4.408	0.354
	無	18	16	22	14	21	91			
語文	有	4	4	8	2	9	27		2.614	0.624
	無	16	16	20	16	23	91			
美術（含音樂）	有	3	6	8	0	5	22		8.012	0.091
	無	17	14	20	18	27	96			

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同年齡的休閒農場從業人員在消費「科學類」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「職稱」休閒農場從業人員「消費動機」之變異數分析

表4.74 不同「職稱」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

消費動機	職稱	個數	平均數	標準差	自由度	F值	P值
內容充實	主任以上	20	2.40	0.82	4	1.150	0.337
	辦事員	20	2.30	0.57			
	助理員	28	2.32	0.77			

	雇員至實習生	18	2.72	0.57		
	臨時工及其他	32	2.41	0.67		
價格合理	主任以上	20	2.70	0.92		
	辦事員	20	2.60	0.68	0.214	0.930
	助理員	28	2.54	0.58		
	雇員至實習生	18	2.61	0.85		
	臨時工及其他	32	2.53	0.62		
主任以上	20	2.50	0.83	0.788		
作者名氣	辦事員	20	2.50		0.61	
	助理員	28	2.18		0.86	
	雇員至實習生	18	2.44		0.78	
	臨時工及其他	32	2.44		0.72	
	主任以上	20	2.45	0.83	0.653	0.625
封面設計	辦事員	20	2.40	0.60		
	助理員	28	2.50	0.58		
	雇員至實習生	18	2.61	0.98		
	臨時工及其他	32	2.69	0.69		
	主任以上	20	2.65	0.67	0.836	0.505
印刷排版吸引						

	辦事員	20	2.95	0.39			
	助理員	28	2.89	0.63			
	雇員至實習生	18	3.00	0.77			
	臨時工及其他	32	2.97	0.86			
親友推薦	主任以上	20	2.15	0.37		0.320	0.864
	辦事員	20	2.25	0.55			
	助理員	28	2.18	0.61			
	雇員至實習生	18	2.28	0.57			
	臨時工及其他	32	2.31	0.74			
有收藏價值	主任以上	20	2.50	0.51	12	.0.372	0.828
	辦事員	20	2.60	0.50			
	助理員	28	2.50	0.51			
	雇員至實習生	18	2.61	0.85			
	臨時工及其他	32	2.44	0.56			

註：*表P<0.05; **表P<0.01;***表P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同職稱的休閒農場從業人員在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

7.不同「平均收入」休閒農場從業人員與「消費行為、消費種類

與消費動機」之卡方分析

(1)不同「平均收入」休閒農場從業人員「消費行為」之卡方分析

表4.75 不同「平均收入」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

消費行為		平均收入				總和	自由度	卡方統計	P值
		二 萬 以 下	二 萬 ○ 一 至 四 萬	四 萬 ○ 一 以 上					
消費習慣	有	25	48	2	75	5	4.789	0.442	
	無	13	29	1	43				
	總和	38	77	3	118				
消費頻率	一個月以下	5	11	0	16	15	11.121	0.744	
	一至三個月	14	23	2	39				
	三至六個月	14	30	0	44				
	半年以上	5	13	1	19				
	總和	38	77	3	118				

消費冊數	一至二本	14	32	2	48	15	16.467	0.352
	三至四本	16	29	1	46			
	五本以上	5	8	0	13			
	不曾買過	3	8	0	11			
	總和	38	77	3	118			
消費型態	平面印刷出版品	25	38	1	64	15	30.597	0.010*
	多媒體出版品	5	10	2	17			
	有聲出版品	4	24	0	28			
	其他	4	5	0	9			
	總和	38	77	3	118			
消費地點	實體書店	12	28	3	43	15	18.593	0.233
	網路書店	2	7	0	9			
	便利商店	21	32	0	53			
	書展	3	10	0	13			
	總和	38	77	3	118			

註：*表 $P < 0.05$; **表 $P < 0.01$; ***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同平均收入的休閒農場從業人員在消費型態是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(2)不同「平均收入」休閒農場從業人員「消費種類」之卡方分析

表4.76 不同「平均收入」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析

消費種類	有無消費	二 萬 (含) 以 下	二 萬 ○ 一 至 三 萬	三 萬 ○ 一 以 上	總和	自由度	卡方檢定	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	3	5	0	8		2.551	0.279
	無	32	51	27	110			
哲學類	有	0	5	1	6		3.696	0.158
	無	35	51	26	112			
宗教類	有	1	3	2	6		0.670	0.715
	無	34	53	25	112			

自然類	有	7	10	7	24	2	0.736	0.692
	無	28	46	20	94			
科學類	有	2	4	5	11		3.55	0.169
	無	33	52	22	107			
社會類	有	5	6	10	21		9.047	0.011*
	無	30	50	17	97			
歷史（名人傳記）	有	7	8	4	19		0.564	0.754
	無	28	48	23	99			
人文地理	有	9	14	4	27		1.297	0.523
	無	26	42	23	91			
語文	有	9	11	7	27		0.634	0.728
	無	26	45	20	91			
美術（含音樂）	有	3	15	4	22		5.049	0.080
	無	32	41	23	96			

註：*表 $P < 0.05$ ；**表 $P < 0.01$ ；***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同年齡的休閒農場在消費「社會類」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「平均收入」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

表4.77 不同「平均收入」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

消費動機	平均收入	個數	平均數	標準差	自由度	F值	P值		
內容充實	\$20,000元(含)以下	38	2.42	0.70	5	0.328	0.895		
	\$20,001~\$40,000元	77	2.46	0.73					
	\$40,001元(含)以上	3	2	0					
價格合理	\$20,000元(含)以下	38	2.66	0.70		5	1.603	0.165	
	\$20,001~\$40,000元	77	2.61	0.75					
	\$40,001元(含)以上	3	1.5	0					
作者名氣	\$20,000元(含)以下	38	2.38	0.73			5	0.760	0.580
	\$20,001~\$40,000元	77	2.44	0.79					
	\$40,001元(含)以上	3	2.25	0.35					
封面設計	\$20,000元(含)以下	38	2.69	0.85	5			1.536	0.184
	\$20,001~\$40,000元	77	2.51	0.68					
	\$40,001元(含)以上	3	1.5	0					
印刷排版吸引	\$20,000元(含)以下	38	3.05	0.82		5		1.274	0.280
	\$20,001~\$40,000元	77	2.78	0.66					

	\$40,001元(含)以上	3	2.75	0.35		
親友推薦	\$20,000元(含)以下	38	2.25	0.53	0.140	0.983
	\$20,001~\$40,000元	77	2.24	0.60		
	\$40,001元(含)以上	3	2	0		
有收藏價值	\$20,000元(含)以下	38	2.65	0.61	1.335	0.255
	\$20,001~\$40,000元	77	2.41	0.55		
	\$40,001元(含)以上	3	2.5	0		

註：*表P<0.05; **表P<0.01; ***表P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同每月平均收入的休閒農場從業人員在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

8.不同「可支配所得」休閒農場從業人員在「消費行為、消費種類與消費動機」之分析

(1)不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

表4.78 不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

消費行爲		可支配所得	二	二	四	總和	自由度	卡方統計	P值
		樣本數	萬	萬	萬				
消費習慣	有	54	19	2	75	4	3.514	0.476	
	無	27	16	0	43				
	總和	81	35	2	118				
消費頻率	一個月以下	13	3	0	16	12	10.071	0.610	
	一至三個月	25	13	1	39				
	三至六個月	30	14	0	44				
	半年以上	13	5	1	19				
	總和	81	35	2	118				
消費冊數	一至二本	35	11	2	48	12	12.527	0.404	
	三至四本	32	14	0	46				
	五本以上	7	6	0	13				

	不會買過	7	4	0	11			
	總和	81	35	2	118			
消費型態	平面印刷出版 品	45	19	0	64	12	18.992	0.089
	多媒體出版品	9	6	2	17			
	有聲出版品	20	8	0	28			
	其他	7	2	0	9			
	總和	81	35	2	118			
消費地點	實體書店	27	14	2	43	12	9.893	0.625
	網路書店	7	2	0	9			
	便利商店	36	17	0	53			
	書展	11	2	0	13			
	總和	81	35	2	118			

註：*表 $P<0.05$ ；**表 $P<0.01$ ；***表 $P<0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，結果發現在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設，顯示不同可支配所得之休閒農場從業人員在消費行為上無顯著差異。

(2)不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析

表4.79 不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析

消費種類	有無消費	一 萬 (含) 以 下	一 萬 ○ 一 至 二 萬	二 萬 ○ 一 以 上 (含)	總 和	自由度	卡方檢定	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	5	2	1	8	2	2.045	0.360
	無	42	34	34	110			
哲學類	有	0	4	2	6		5.256	0.072
	無	47	32	33	112			
宗教類	有	2	1	3	6		1.346	0.510
	無	45	35	32	112			
自然類	有	7	7	10	24		2.342	0.310
	無	40	29	25	94			

科學類	有	4	2	5	11		1.661	0.436
	無	13	34	30	107			
社會類	有	8	6	7	21		0.167	0.920
	無	39	30	28	97			
歷史（名人傳記）	有	11	4	4	19		3.085	0.214
	無	36	32	31	99			
人文地理	有	9	12	6	27		3.253	0.197
	無	38	24	29	91			
語文	有	9	9	9	27		0.622	0.733
	無	38	27	26	91			
美術（含音樂）	有	8	6	8	22		0.584	0.747
	無	39	30	27	96			

註：*表 $P < 0.05$; **表 $P < 0.01$; ***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，結果發現在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設，顯示不平均收入的休閒農場從業人員在消費種類上無顯著差異。

(3)不同「可支配所得」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

由表4.80 知，不同「可支配所得」休閒農場從業人員的受訪者在內容充實上有顯著差異。

表4.80 不同「可支配所得」休閒農場從業人員「消費動機」之變異數分析

消費動機	可支配所得	個數	平均數	標準差	自由度	F值	P值
內容充實	\$20,000元(含)以下	81	2.41	0.71	4	2.716	0.033*
	\$20,001~\$40,000元	35	2.1	0.58			
	\$40,001元(含)以上	2	2	0			
價格合理	\$20,000元(含)以下	81	2.58	0.73		0.907	0.462
	\$20,001~\$40,000元	35	2.45	0.57			
	\$40,001元(含)以上	2	2	0			
作者名氣	\$20,000元(含)以下	81	2.40	0.71		2.060	0.091
	\$20,001~\$40,000元	35	2.18	0.78			
	\$40,001元(含)以上	2	1.5	0.71			
封面設計	\$20,000元(含)以下	81	2.58	0.71		0.628	0.644
	\$20,001~\$40,000元	35	2.37	0.61			

	\$40,001元(含)以上	2	2	0		
印刷排版吸引	\$20,000元(含)以下	81	2.96	0.72	1.263	0.289
	\$20,001~\$40,000元	35	2.95	0.55		
	\$40,001元(含)以上	2	2.5	0.71		
親友推薦	\$20,000元(含)以下	81	2.30	0.62	0.873	0.483
	\$20,001~\$40,000元	35	2.15	0.66		
	\$40,001元(含)以上	2	2	0		
有收藏價值	\$20,000元(含)以下	81	2.46	0.59	1.150	0.337
	\$20,001~\$40,000元	35	2.52	0.55		
	\$40,001元(含)以上	2	3	0		

註：*表 $P<0.05$ ；**表 $P<0.01$ ；***表 $P<0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同平均收入的休閒農場從業人員在「內容充實」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

9. 不同「居住地」休閒農場從業人員在「消費行為、消費種類與消費動機」之分析

(1) 不同「居住地」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

由表4.81不同居住地的休閒農場從業人員之消費型態上有

顯著差異。

表4.81 不同「居住地」休閒農場從業人員與「消費行為」之卡方分析

樣 本 消 費 行 為		居 住 地 數			自 由 度	卡 方 統 計	P 值
		北 部	花 東	總 和			
消費習慣	有	2	73	75	1	1.251	0.263
	無	3	40	43			
	總和	5	113	118			
消費頻率	一個月以下	0	16	16	3	6.186	0.103
	一至三個月	4	35	39			
	三至六個月	0	44	44			
	半年以上	1	18	19			
	總和	5	113	118			
消費冊數	一至二本	2	46	48	3	1.654	0.647
	三至四本	3	43	46			

	五本以上	0	13	13			
	不曾買過	0	11	11			
	總和	5	113	118			
消費型態	平面印刷出版品	2	62	64	3	9.366	0.025*
	多媒體出版品	3	14	17			
	有聲出版品	0	28	28			
	其他	0	9	9			
	總和	5	113	113			
消費地點	實體書店	3	40	43	3	3.140	0.371
	網路書店	1	8	9			
	便利商店	1	52	53			
	書展	0	13	13			
	總和	5	113	118			

註：*表 $P < 0.05$; **表 $P < 0.01$; ***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同居住地的休閒農場從業人員在「消費型態」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(2)不同「居住地」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析

表4.82 不同「居住地」休閒農場從業人員與「消費種類」之卡方分析

消費種類	有無消費	北 部 地 區	花 東 地 區	總 和	自由度	卡方檢定	P值
總類（叢書群經或或特藏）	有	0	8	8	1	0.380	0.538
	無	5	105	110			
哲學類	有	0	6	6		0.280	0.597
	無	5	107	112			
宗教類	有	1	5	6		2.407	0.121
	無	4	108	112			
自然類	有	3	21	24		5.069	0.024*
	無	2	92	94			
科學類	有	2	9	11		5.813	0.016*
	無	3	104	107			
社會類	有	1	20	21		0.017	0.895
	無	4	93	97			
歷史（名人傳記）	有	2	17	19		2.207	0.137

	無	3	96	99		
人文地理	有	0	27	27	1.549	0.213
	無	5	86	91		
語文	有	2	25	27	0.867	0.352
	無	3	88	91		
美術（含音樂）	有	0	22	22	1.197	0.274
	無	5	91	96		

註：*表P<0.05; **表P<0.01; ***表P<0.001

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同居住地的休閒農場從業人員在消費種類的「自然類」及「科學類」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

(3)不同「居住地」休閒農場從業人員「消費動機」之變異數分析

表4.83 不同「居住地」休閒農場從業人員與「消費動機」之變異數分析

消費動機	居住地	個數	平均數	標準差	自由度	F值	P值
內容充實	北部地區	5	1.80	0.45		4.193	0.043*
	花東地區	113	2.44	0.70			
價格合理	北部地區	5	2.00	0.71		3.642	0.059

	花東地區	113	2.61	0.70	1		
作者名氣	北部地區	5	1.60	0.55		5.943	0.016*
	花東地區	113	2.43	0.75			
封面設計	北部地區	5	2.00	0.71		2.982	0.087
	花東地區	113	2.56	0.71			
印刷排版吸引	北部地區	5	2.60	0.55		0.957	0.330
	花東地區	113	2.91	0.70			
親友推薦	北部地區	5	2.00	0.00		0.831	0.364
	花東地區	113	2.25	0.61			
有收藏價值	北部地區	5	3.00	0.00		3.695	0.057
	花東地區	113	2.50	0.58			

註：*表 $P < 0.05$; **表 $P < 0.01$; ***表 $P < 0.001$

經由Pearson獨立性卡方檢定，顯示不同居住地的休閒農場在消費動機中的「內容充實」及「作者名氣」是拒絕虛無假設，而其他結果均在 $\alpha = 0.05$ 的顯著水準下，接受虛無假設。

4.5 假設驗證整理

本節將以上的統計分析結果與本研究四個假設的驗證，整理如下列示。

1. 虛無假設一 (H01): 不同「人口統計變項」的休閒農場從業人員對其專業圖書「閱讀行為」上無顯著差異。經過分析後，不同人口統計變項的休閒農場從業人員對其專業圖書閱讀行為上有顯著差異，拒絕虛無假設一，詳細如表4.84所示。

表 4.84 不同人口統計變項與閱讀行為之假設細項

假設	假設內容	驗證結果
H01-1-1	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。	成立
H01-1-2	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。	成立
H01-1-3	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。	成立
H01-1-4	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。	部份成立
H01-1-5	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。	成立
H01-1-6	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。	成立
H01-1-7	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。	成立
H01-2-1	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。	不成立
H01-2-2	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。	成立
H01-2-3	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。	成立
H01-2-4	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。	部份成立
H01-2-5	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。	成立
H01-2-6	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。	部份成立
H01-2-7	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。	成立
H01-3-1	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。	成立
H01-3-2	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。	成立
H01-3-3	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。	成立

H01-3-4	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。	成立
H01-3-5	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。	成立
H01-3-6	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。	成立
H01-3-7	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。	成立
H01-4-1	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。	成立
H01-4-2	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。	不成立
H01-4-3	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。	成立
H01-4-4	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。	部分成立
H01-4-5	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。	不成立
H01-4-6	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。	不成立
H01-4-7	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。	成立
H01-5-1	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。	不成立
H01-5-2	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。	不成立
H01-5-3	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。	不成立
H01-5-4	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。	部分成立
H01-5-5	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。	不成立
H01-5-6	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。	不成立
H01-5-7	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。	不成立
H01-6-1	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。	成立
H01-6-2	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。	成立
H01-6-3	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。	成立
H01-6-4	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。	部分成立
H01-6-5	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。	成立

H01-6-6	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。	成立
H01-6-7	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。	成立
H01-7-1	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。	成立
H01-7-2	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。	成立
H01-7-3	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。	不成立
H01-7-4	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。	成立
H01-7-5	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。	成立
H01-7-6	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。	成立
H01-7-7	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。	成立
H01-8-1	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。	成立
H01-8-2	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。	成立
H01-8-3	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。	成立
H01-8-4	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。	部份成立
H01-8-5	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。	成立
H01-8-6	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。	成立
H01-8-7	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。	成立
H01-9-1	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。	成立
H01-9-2	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。	成立
H01-9-3	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。	成立
H01-9-4	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。	不成立
H01-9-5	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。	部份成立
H01-9-6	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。	不成立
H01-9-7	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。	不成立

資料來源：本研究整理

2.虛無假設二 (H02)：不同「人口統計」的休閒農場從業人員對其專業圖書「消費行為」上無顯著差異。經過分析後，不同人口統計變項的休閒農場從業人員對其專業圖書消費行為上有顯著差異，拒絕虛無假設二，詳細如表 4.87 所示。

表 4.85 不同人口統計變數與消費行為之假設細項

假設	假設內容	假設驗證
H02-1-1	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。	不成立
H02-1-2	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。	成立
H02-1-3	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。	成立
H02-1-4	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。	部分成立
H02-1-5	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。	成立
H02-1-6	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。	成立
H02-1-7	不同性別的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。	成立
H02-2-1	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。	成立
H02-2-2	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。	成立
H02-2-3	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。	成立
H02-2-4	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。	部分成立
H02-2-5	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。	成立
H02-2-6	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。	成立
H02-2-7	不同年齡的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。	部分成立

H02-3-1	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。	成立
H02-3-2	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。	成立
H02-3-3	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。	不成立
H02-3-4	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。	部分成立
H02-3-5	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。	成立
H02-3-6	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。	部分成立
H02-3-7	不同婚姻狀況的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。	不成立
H02-4-1	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。	成立
H02-4-2	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。	成立
H02-4-3	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。	成立
H02-4-4	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。	部分成立
H02-4-5	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。	成立
H02-4-6	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。	成立
H02-4-7	不同教育程度的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。	部分成立
H02-5-1	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。	不成立
H02-5-2	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。	不成立
H02-5-3	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。	不成立
H02-5-4	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。	不成立
H02-5-5	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。	不成立
H02-5-6	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。	不成立
H02-5-7	不同部門的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。	部分成立
H02-6-1	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。	成立
H02-6-2	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。	成立

H02-6-3	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。	成立
H02-6-4	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。	部分成立
H02-6-5	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。	不成立
H02-6-6	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。	不成立
H02-6-7	不同職稱的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。	部分成立
H02-7-1	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。	成立
H02-7-2	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。	成立
H02-7-3	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。	成立
H02-7-4	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。	部分成立
H02-7-5	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。	不成立
H02-7-6	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。	成立
H02-7-7	不同月收入的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。	成立
H02-8-1	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。	成立
H02-8-2	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。	成立
H02-8-3	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。	成立
H02-8-4	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。	成立
H02-8-5	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。	成立
H02-8-6	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。	成立
H02-8-7	不同可支配金額的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。	部分成立
H02-9-1	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。	成立
H02-9-2	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。	成立
H02-9-3	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。	成立
H02-9-4	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。	部分成立

H02-9-5	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。	不成立
H02-9-6	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費地點」上無顯著差異。	成立
H02-9-7	不同居住地的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。	部分成立

資料來源：本研究整理

3.虛無假設三 (H03)：不同「生活型態」的休閒農場從業人員對其專業圖書「閱讀行為」上無顯著差異。經過分析後，不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書「閱讀行為」上有顯著差異，拒絕虛無假設三，詳細如表 4.86 所示。

表 4.86 不同生活型態變數與閱讀行為之假設細項

假設	假設內容	假設驗證
H03-1-1	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀習慣」上無顯著差異。	成立
H03-1-2	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀頻率」上無顯著差異。	不成立
H03-1-3	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀時間」上無顯著差異。	不成立
H03-1-4	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀種類」上無顯著差異。	部分成立
H03-1-5	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀型態」上無顯著差異。	不成立
H03-1-6	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀來源」上無顯著差異。	不成立
H03-1-7	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「閱讀動機」上無顯著差異。	部分成立

資料來源：本研究整理

4.虛無假設四 (H04)：不同「生活型態」的休閒農場從業人員對其專業圖書「消費行為」上無顯著差異。經過分析之後，不

同生活態的休閒農場從業人員對其專業圖書的消費行為有顯著相關，拒絕須無假設四，詳細如表 4.87 所示。

表 4.87 不同生活型態變數與消費行為之假設細項

假設	假設內容	驗證結果
H04-1-1	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費習慣」上無顯著差異。	成立
H04-1-2	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費頻率」上無顯著差異。	成立
H04-1-3	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費冊數」上無顯著差異。	不成立
H04-1-4	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費種類」上無顯著差異。	部分成立
H04-1-5	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費型態」上無顯著差異。	不成立
H04-1-6	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費來源」上無顯著差異。	不成立
H04-1-7	不同生活型態的休閒農場從業人員對其專業圖書在「消費動機」上無顯著差異。	部分不成立

資料來源：本研究整理

參考文獻

一、中文部份

大興編輯部 (2002), 台灣休閒旅遊全集, 台北: 大興。

中華民國出版年鑑編輯部 (2001), 中華民國九十年出版年鑑, 台北: 行政院新聞局。

中華民國雜誌事業協會 (2000), 中華民國雜誌年鑑, 台北: 中華民國雜誌事業協會。

王文中 (2004), 統計學與 Excel 資料分析之實習應用, 台北市: 博碩文化。

王春熙 (2003), 台灣休閒農業經營發展之研究, 台灣大學, 農業經營研究所博士班。

王福生 (2002), 出版事業從業人員休閒態度與休閒活動關係之研究, 朝陽科技大學, 休閒事業管理系碩士班。

台灣休閒農業之旅 續集 (1993), 台灣省政府交通處旅遊事業管理局, 台北市: 行政院農委會。

台灣省政府交通處旅遊事業管理局 (1993), 台灣休閒農業之旅, 台北市: 行政院農委會。

台灣圖書出版市場研究報告 (2002), 台灣圖書出版市場研究報告, 台北:

行政院新聞局。

石計生、羅清俊等合著（2003），社會科學研究與 SPSS 資料分析：台灣資料庫的應用，台北：雙葉書廊。

交通部觀光局（1998），週休二日實施對國人國內旅遊的影響調查報告，台北：故鄉市場調查股份有限公司編。

行政院文建會（2001），中華民國九十年臺灣圖書雜誌出版市場研究報告，台北：行政院文建會。

行政院新聞局（2002），中華民國九十一年出版年鑑，台北：行政院新聞局。

吳存和（2000），休閒農場核心資源與競爭優勢之研究，中興大學農業推廣教育研究所。

吳明隆（2000），SPSS 統計應用實務，台北：松岡電腦圖書資料股份有限公司。

吳明隆（2003），SPSS 統計應用學習實務：問卷分析與應用統計，台北：知城。

吳松齡（2003），休閒產業經營管理，台北市：楊智。

吳慧玲（2002），台灣休閒農場服務品質量表之發展，交通大學經營管理研究所。

- 吳宗瓊，鄭智鴻（2003），北台灣主要休閒農場之市場區隔與定位分
（Market Segmentation and Positioning Analysis for Leisure Farm
Market in Northern Taiwan），觀光研究學報，第十卷，第一期。
- 宋秉明 博士主持、許義忠博士（2001）。新光兆豐休閒農場整體規劃報
告書，東華大學。
- 李京娜（2001），觀光休閒茶園經營成功關鍵因素與推廣活動之研究~以
花東地區為例，彰化師範大學商業教育系在職進修專班。
- 李佩等編輯（2002），全台灣農牧林場&渡假飯店完整收錄 62 家，HERE！
PLUS 2002 NO.20 渡假特別號台北：東販。
- 李明宗（1994），休閒·觀光·遊憩論文集，台北：地景。
- 李貽鴻（2003），觀光學導論，台北：五南。
- 李素馨，侯錦雄（2004），台灣休閒農業之體驗付費與觀光商品化現象
（The
Phenomenon of Taiwan Leisure Agriculture: Experiencing Payment
and Tourism Commodification），觀光研究學報，第十卷，第一期。
- 周培芝等採訪編輯（2003），台灣 15 大超優休閒農場：全臺 40 家特色休
閒農場新體驗，台北：環輿編輯部。
- 孟樊著（2002），台灣出版文化讀本，唐山出版。
- 林宜甄（2001），大學生選擇書店因素之探討，東華大學企業管理學系。

- 林登燦 (2004), 觀光導遊與領隊, 台北: 五南。
- 邱湧忠 (2002), 休閒農業經營學, 二版, 台北: 茂昌。
- 邱皓正 (2002), 量化研究與統計分析, 台北: 五南圖書出版公司。
- 柯晉忠 (1985), 一般書籍消費者購買行為之研究, 國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 唐學斌 (2002), 觀光事業概論, 台南: 復文。
- 郝明義 (2000), 工作DNA, 台北: 時報。
- 馬克·培利著; 林宜萱 (2002) 譯, 策略行銷管理: 發揮產品優勢、打入利基市場的高效策略, 台北市: 麥格羅希爾。
- 國家圖書館 (2000), 全國新書資訊月刊, 台北: 國家圖書館。
- 張尊禎主編 (2000), 來去農牧場: 30 處農牧場自然知性之旅大體驗, 台北: 上旗。
- 張惠菁主編 (2001), 閱讀的風貌 (Fashions of Reading), 台北市: Net and Books 網路與書 1。
- 張錫銓 (1990), 上班族的生活型態與圖書購買行為之研究—以台北市區上班族為例, 國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 張鍊生 (1999), 老年人生活型態與圖書消費行為之研究, 交通大學, 傳播管理學研究所碩士論文。

- 郭岱宜著 (1999), 生態旅遊：21 世紀旅遊新主張, 台北市：楊智
- 陳世一 (1994), 綠色旅行, 台中：晨星；台北：知己。
- 陳民來 (1994), 台北市公立國中生課外閱讀行為之研究, 政治大學，圖書館資訊研究所碩士論文。
- 陳建和 (2002), 觀光研究方法, 台北：五南。
- 陳建和 (2002), 觀光研究方法, 台北市：五南。
- 陳思倫、歐聖榮等著 (2001), 休閒遊息概論, 台北：世新。
- 陳景堂 (2004), 統計分析 SPSS for Windows 入門與應用, 第五版，台北：儒林。
- 陳徹工作室 (2003), SPSS 統計分析—基礎篇, 台北：基峰資訊。
- 陳銘璠 (1999), 掌燈人, 台北：行政院文建會。
- 陳慶汝 (2002), 台灣連鎖書店圖書消費行為—以嘉義市誠品書店為例, 南華大學出版學研究所。
- 陳櫻慧 (2002), 台灣旅遊雜誌採訪編輯之職業角色—以高公開販售的旅遊雜誌為例, 南華大學出版學研究所。
- 彭松建、趙學范 (1995), 圖書出版的藝術與實務, 台北：周知文化，頁 21。
- 晴點 (2000), 週休二日野外踏青, 台中：銀色出版。

皓宇工程顧問股份有限公司 (2003), 新光兆豐農場整體開發規劃 第三階段報告, 皓宇工程。

黃秀如主編 (2004), 去玩吧! (Have Fun), 台北市: Net and Books 網路與書 11。

黃秀如主編(2004), 書的迷戀(Hunting For Books), 台北市: Net and Books 網路與書 10。

黃秀如主編 (2004), 閱讀的狩獵 (Hunting For Knowledge), 台北市: Net and Books 網路與書 9。

黃進興 (1992), 半世紀的奮鬥, 台北縣: 允晨。

黃靖真 (2003), 台灣文學類暢銷書讀者生活型態與圖書消費行為—以大台北市居民為例, 南華大學出版學研究所。

楊世瑩 (2004), Excel 在統計上的應用, 台北市: 旗標出版。

楊本禮 (1994), 旅行業與媒體, 台北: 揚智。

楊桃文化作 (2001), 愛山戀海花東行, 台北: 楊桃文化。

楊乾輝 (1984), 一般書籍消費者購買動機與購買行為之研究, 國立政治大學企業管理研究所碩士論文。

楊惠蘭 (2002), 佛教類圖書讀行為與消費行為關聯之研究—以高雄地區佛教道場為例, 南華大學出版學研究所。

- 詹宏志 (1999), 閱讀的反叛, 台北: 城邦。
- 詹溢龍 (1990), 雜誌讀者特性及其消行為之研究, 國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 蔡月嬌 (2004), 台灣天主教出版品閱讀與消費行為之研究, 南華大學出版學研究所。
- 衛南陽 (2001), 服務競爭優勢: 探索永續經營的奧秘, 台北市: 商兆。
- 鄭健雄 (1997), 台灣休閒農場企業化經營策略之研究, 台灣大學, 農業經營研究所博士班。
- 蕭凱聰 (2002), 大陸圖書消費行為之研究, 南華大學出版學研究所。
- 賴永祥編訂 (1995), 中國圖書分類法, 台北: 賴永祥出版, 頁 7-20。
- 環輿編輯部 (2002), 台灣定點旅遊 100 選, 台北縣: 環輿編輯部。
- 鍾聰美 (2002), 台中市連鎖消費者滿意度及行銷策略之研究—以諾貝爾書局為例, 南華大學出版學研究所。
- 隱地著 (1999), 我的書名就叫書, 台北: 爾雅。
- 蘇明如 (2001), 九〇年代台灣文化產業生態之研究, 南華大學美學與藝術管理研究所。
- A. N. Oppenheim, 呂以榮 (2002), 問卷設計、訪談及態度測量, 新版, 台北: 六合。

Blackwell, R. & Miniard 原著，王志剛、謝文雀（1995）譯，消費者行為，台北：華泰。

Clifford E. Knapp 著，謝智謀、王怡婷譯（2003）譯，體驗教育：帶領內少指導手冊，台北：幼獅。

Darren George & Paul Mallery 著，張雲景、賴初仰（2003）譯，SPSS 統計軟體的應用（11.0），台北：華騰。

Kotler & Philip 原著，方世榮（1995）譯，行銷管理學，台北：東華書局。

Nicola Brace Richard Kemp Rosemary Snelgar 著，高旻邦（2002）譯，SPSS 在心理學的應用—SPSS 視窗版使用指南，台北：五南。

Ranjit Kumar 著，胡龍騰、黃瑋瑩等（2000）合譯，研究方法：步驟化學習指南，台北：學富。

Robert Escarpit 原著，羅美婷（1998）譯，文藝社會學，台北：南方叢書出版社。

Sarah McQuade 等著，王昭正，林宜君（2003）譯，休閒與遊憩概論，台北：弘智。

Schiffman, L.G. 原著，顧萱萱、郭建志（2001）譯，消費者行為，台北：學富文化。

Thomas Herzog 著，朱柔若（1996）譯，社會科學研究方法與資料分析，

台北：揚智。

Veda Beck-Ford, Roy I. Brown 著，顏妙桂（2004）等譯，休閒教育訓練手冊，台北：幼獅。

台北市農會等（1993），台北市休閒農業導覽手冊，台北市政府建設局。

蔡惠卿、張育誠總編（2001），農林漁牧逍遙遊：農業休閒手冊，台北市：行政院農委會。

中國時報（93.01.02），「猴急!白猴娶妻嘿咻」，C5版：寶島蒐奇。

更生日報（93.01.16），「兆豐農場30年首度轉虧為盈 堅信花蓮觀光發展潛力無窮 對未來更具信心」。

新光集團（2001），新光兆豐休閒農場簡介，台北：新光兆豐股份有限公司。

新光集團（2001），新光關係機構簡介，台北：新光。

聯合晚報（2004.01.04），「百猴娶新娘 一進洞房好猴急」。

聯合晚報（2004.01.04），「吳家錄 新光精算師 老董事長吳火獅打拚事業的左右手 開拓疆土不言累」。

聯合報（93.01.02），「小白猴娶親 新郎好猴急」。

聯合報（93.12.03），「17家休閒農場風評佳」，E8版：旅遊休閒。

大輿地圖補給站 <http://www.emap.com.tw>

中華民國旅遊資訊協會 <http://www.travel-information.org.tw/>

台灣國際旅展 <http://titf.travel-web.com.tw/>

交通部觀光局 <http://taiwan.net.tw/lan/cht/index/>

東部海岸國家風景區 <http://www.eastcoast-nsa.gov.tw/>

花東縱谷國家風景區 <http://www.erv-nsa.gov.tw/>

新光兆豐股份有限公司 <http://www.skcf.com.tw>

綠世界生態農場 <http://www.green-world.com.tw/index.asp>

二、西文部份

Andreason, A.R. (1967), Leisure, Mobility and Life Style Pattern, AMA Conference Proceedings, PP.56-62.

Engel ,J.F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W.(1990), Consumer Behavior, 6th ed.,pp.469-487.

Guelford, J. P. (1965), Fundamental Statistics in Psychology and Education, 4th ed, N.Y.: Mc Graw-Hill.

Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R. L. and Black ,W.C. (1998), Multivariate Date Analysis International Edition, 5th ed., N. Y.:Prentice Hall.

Hustad, T. P. & Pesemier, E. A. (1974), The Development and Application of Psychographic Life Style and Associated Activity and Attitude Measures, in William D. Wells, ed., Life Style and Psychographics, p.122.

Kaiser, H. F.(1974), An index of factorial simplicity Psychometrika, 39, pp.31-36.

Kotler, P. (1998), Marketing Management: An Asian Perspective, Prentice-Hall Inc., p.313.

Lazer, W. (1974), Life Style Concepts and Marketing, Toward Scientific Marketing, Proceeding of the American Marketing Association.

Mowen, J. C. (1990), Consumer Behavior, 2th ed., N. Y. : Macmillan., P.228.

Peter, J. P. & Olson(1991), Consumer Behavior and Marketing Strategy,

- Richard D. Irwin Inc., pp.5-6.
- Peters, J. (1983), The Bookman's glossary, 6th ed., N.Y. : Bowker.
- Plummer (1974), The Concept and Application of Life Style Segmentation, Journal of Marketing, Vol.38, p.37.
- Reynolds, F. D.(1974),"Life Style and Psychographics, Chicago: AMA. Wind, Y. & Green, P. E. (1974), Some Conceptual Measurement and Analytical Problem in Life Style Research, Life Style and Psychographics, Chicago: AMA. P122.
- Wells, W. D. & Tigert, D.J.(1971), Activities, Interest, Opinions, Journal of Advertising Research, pp.27-35.
- Williams, R. G.(1982), Consumer Behavior Fundamental and Strategies, St. Paul Minn: West Publishing Co., pp.5-6.
- Wind, Y. & Green, P. E. (1974), Some Conceptual Measurement and Analytical Problem in Life Style Research, Life Style and Psychographics, Chicogo: AMA p.122.
- Zaltman, G. (2000), Consumer Researchers: Take a Hike, Journal of Consumer Research, (March) Vol.26, pp.423-428.

親愛的朋友：

您好!這一份探討「休閒農場從業人員對圖書閱讀與消費行為之研究」的學術性問卷，目的為了解台灣休閒旅遊從業人員之生活型態及其對專業領域出版品之閱讀與消費行為關聯性研究。本問卷調查資料純供學術研究之用，請惠予協助填寫。您的熱心賜答將對本研究、出版業界以及休閒旅遊業界均極有助益，謹向您致上最誠摯的謝意。祝福： 健康如意！

南華大學出版學研究所

指導教授：應立志 博士

研究生：陳玉珈 敬上

E-mail : patience@ms71.url.com.tw

說明：◎請根據您實際的情況是如何？請在適當的位置打✓。

◎此指的專業圖書出版品包含：書籍、雜誌、期刊、報紙、小冊子、多媒體及網路資源...等。

第一部份：圖書閱讀與消費行為

(一) 出版品閱讀行為

1. 請問您是否有閱讀的習慣：有（接續第2題） 沒有（跳至第二部份）。
2. 請問您閱讀頻率：每天看 每週看 每月看 數月看。
3. 平均每次閱讀的時間：半小時(含)以下 半小1時至小時 1至2小時 從不看。
4. 您最常閱讀圖書的種類：(複選，至多三項)
總類（叢書群經或特藏） 哲學 宗教 自然 科學 社會
歷史（名人傳記）人文地理 語文 美術（含音樂）。
5. 您最常閱讀出版品的型態：(單選)
平面印刷出版品（圖書、雜誌、期刊、報紙、小冊子...等）
多媒體出版品（電子報、電子書、網路資源、錄影帶、VCD、DVD...等）
有聲出版品（錄音帶、CD光碟片...等）
其他（漫畫、地圖...等）
6. 您最常閱讀出版品的來源：(單選)
自行購買（書店、便利商店、訂閱） 借閱（圖書館、文化中心） 免費贈閱 其他。
7. 請問您閱讀主要動機為：(每小題皆為單選，請在適當位置打✓)

項 目	極同意	同 意	沒意見	不 同 意	極不同意
增加新知	<input type="checkbox"/>				
滿足好奇心	<input type="checkbox"/>				
增加談話題材	<input type="checkbox"/>				
休閒娛樂	<input type="checkbox"/>				
訓練自己文筆能力	<input type="checkbox"/>				
自我成長、修身	<input type="checkbox"/>				
研習或工作專業需要	<input type="checkbox"/>				

(二) 出版品消費行爲

1. 請問您是否有消費的習慣：有（接續第2題） 沒有（續答或跳至第二部份）。
2. 請問您平均圖書消費的頻率：一個月以下 一至三個月 三至六個月 不曾買過。
3. 請問平均每次圖書消費冊數：一至二本 三至四本 五本以上 不曾買過。
4. 請問您平均圖書消費種類：（複選，至多三項）
 - 總類（叢書群經或特藏） 哲學 宗教 自然 科學 社會
 - 歷史（名人傳記） 人文地理 語文 美術（含音樂）。
5. 您最常消費出版品的型態：（單選）
 - 平面印刷出版品（圖書、雜誌、期刊、報紙、小冊子...等）
 - 多媒體出版品（電子報、電子書、網路資源、錄影帶、VCD、DVD...等）
 - 有聲出版品（錄音帶、CD光碟片...等）
 - 其他（漫畫、地圖...等）
6. 您最常消費出版品的地點：（單選）
 - 實體書店（一般書局、主題書店、二手書店、連鎖書店...等）
 - 網路書店（博客來、金石堂、新學友、誠品...等）
 - 便利商店（7-11、全家、萊爾富、福客多..等）；量販店（家樂福、大潤發...等）
 - 書展
 - 其他
7. 圖書消費行為出版品時曾考量之因素：

項 目	極重要	重要	沒意見	不重要	極不重要
主要內容豐富及充實	<input type="checkbox"/>				
價格合理或有折扣	<input type="checkbox"/>				
作者知名度	<input type="checkbox"/>				
封面設計	<input type="checkbox"/>				
印刷排版吸引	<input type="checkbox"/>				
親友推薦	<input type="checkbox"/>				
有收藏價值	<input type="checkbox"/>				

第二部份：生活型態

◎對下列敘述，無須考慮太久，請根據您目前的情況及看法是如何？請在適當的位置打✓。

項 目	極同意	同 意	沒意見	不 同 意	極不同意
1. 我從事休閒旅遊業於休假時亦妥善安排生活娛樂	<input type="checkbox"/>				
2. 我喜歡嚐試新鮮刺激的活動	<input type="checkbox"/>				
3. 我是一個開朗樂觀、樂於助人的朋友	<input type="checkbox"/>				
4. 我樂愛大自然生態環境	<input type="checkbox"/>				
5. 工作帶給我成就感	<input type="checkbox"/>				

6. 我喜歡一個人獨處時的寧靜	<input type="checkbox"/>				
7. 我常使用網路資源作搜尋檢索	<input type="checkbox"/>				
8. 放假時，我喜歡與家人團聚在一起	<input type="checkbox"/>				
9. 我喜愛美食，會參考食譜相關資訊	<input type="checkbox"/>				
10. 我熟悉台灣各地溫泉資源	<input type="checkbox"/>				
11. 我有許多志同道合的朋友	<input type="checkbox"/>				
12. 我喜愛研究占星或天文學	<input type="checkbox"/>				
13. 我會閱讀休閒旅遊類叢書	<input type="checkbox"/>				
14. 我重視服務品質	<input type="checkbox"/>				
15. 我有宗教信仰	<input type="checkbox"/>				
16. 我認同顧客至上，以客為尊的理念	<input type="checkbox"/>				
17. 我會吸收野營或野外求生的知識	<input type="checkbox"/>				
18. 我每年固定會安排時間去國內（外）旅遊度假	<input type="checkbox"/>				
19. 閒暇時，我喜歡看小說或漫畫類叢書	<input type="checkbox"/>				
20. 我熟悉動植物或鳥類資源	<input type="checkbox"/>				
21. 我喜好閱讀心靈成長類叢書	<input type="checkbox"/>				
22. 我會注意金融投資的消息	<input type="checkbox"/>				
23. 我會傾聽他人的心事或意見	<input type="checkbox"/>				
24. 我希望加強外語能力	<input type="checkbox"/>				
25. 我注重環境保護及個人身心健康	<input type="checkbox"/>				
26. 我喜歡參加學會、協會或研討會等活動	<input type="checkbox"/>				
27. 我有飼養小寵物或植物	<input type="checkbox"/>				
28. 我喜歡追求流行時髦的事物	<input type="checkbox"/>				
29. 我喜好閱讀繪本、圖文書	<input type="checkbox"/>				
30. 我喜歡逛書店吸收新資訊	<input type="checkbox"/>				
31. 我喜歡閱讀名人傳記類書	<input type="checkbox"/>				
32. 我關心國家社會的重要時事新聞	<input type="checkbox"/>				
33. 我喜歡參加音樂會、聽演講、看表演或展覽	<input type="checkbox"/>				
34. 我會善用工具書：字辭典、年鑑或百科全書	<input type="checkbox"/>				
35. 我有再進修的計劃	<input type="checkbox"/>				
36. 我有志成為專業的解說員	<input type="checkbox"/>				
37. 我熟悉花蓮農牧場的歷史、地理與人文生活環境	<input type="checkbox"/>				
38. 我願意將農場推展成國際觀光旅遊的景點	<input type="checkbox"/>				

第三部份：基本資料

◎為利於「統計分析」請務必在適當位置打✓。

1. 性別：男 女。

2. 年齡：15~19歲 20~25歲 26~30歲 31~35歲 36~40歲 41~45歲

46~50 歲 51~55 歲 56~60 歲 61~65 歲 66~70 歲 71 歲(含)以上。

3. 婚姻狀況：未婚 已婚。

4. 教育程度：國中(含)以下 高中(職) 專科 大學 研究所(含)以上 (科/系別：_____)。

5. 所屬部門：台北總公司 花蓮農牧場：管理課 工務課 休閒課 客房課 農林課
園藝課 畜牧課 業務課 餐飲課。

其他，_____。

6. 職稱：董事長/副董事長 總經理/副總經理 顧問 場長/副場長 稽核 課長/副課長
股長 研究員/副研究員 主任 辦事員 助理員 雇員 廚師 實習生
臨時工 其他，_____。

7. 每月平均收入：\$10,000 元(含)以下 \$10,001~\$20,000 元 \$20,001~\$30,000 元
\$30,001~\$40,000 元 \$40,001~\$50,000 元 \$50,001~\$60,000 元以上。
\$60,001~\$70,000 元 \$70,001~\$80,000 元 \$80,001 元以上 (年資：__年)。

8. 每月可支配所得：\$10,000 元(含)以下 \$10,001~\$20,000 元 \$20,001~\$30,000 元
\$30,001~\$40,000 元 \$40,001~\$50,000 元 \$50,001 (含) 元以上。

9. 目前居住地：北部地區 中部地區 南部地區 花東地區 (____縣/市____鄉/鎮)。

~問卷答題結束，再次感謝您的合作，祝健康快樂~