

探討休閒農場之長宿休閒的關鍵成功因素

-以日本民眾為分析對象

李宗儒^{*}、蘇湘婷^{**}、林正仁^{***}

摘要

本研究目的主要為分析日本民眾心中長宿休閒之關鍵成功因素。利用價值創造與價值傳遞鏈、層級程序分析法來建構休閒農場在長宿休閒成功之關鍵因素本研究之問卷。本研究結果的長宿休閒關鍵成功因素來說，1.恐怖攻擊之危險、2.當地有完善之醫療設備與3.物美價廉，是最為吸引日本人來台長留之關鍵成功因素，顯示其重視的是有無外來攻擊的疑慮，以及身體若發生病痛有沒有足夠的醫療設備作為後盾，另外則是在食衣住行育樂中所花費的錢是否物美價廉；不過這三個因素都不是長宿休閒服務提供者可以掌握的因素，故本研究再以單一階段來分析，由分析結果可以看出，現場階段中的因素以完善之醫療設備及安全衛生(餐廳)，為日本長留客最為重視的項目。

以政府的角度來探討，減少遊客對於安全的疑慮、創造物美價廉的環境、提昇醫療環境，是政府應該努力來提升長宿休閒成功經營的建議；以長宿休閒服務提供者的角度來探討，減少安全衛生的疑慮、提昇衛生安全，是長宿休閒服務提供者該提升的成功經營的策略，才能擴展台灣長宿休閒，為台灣休閒農場擴展新商機。

關鍵詞：價值創造、關鍵成功因素、長宿休閒、層級程序分析法

^{*}國立中興大學行銷系教授暨電子商務所所長

^{**}國立中興大學行銷系碩士生

^{***}國立中興大學行銷系碩士生

探討休閒農場之長宿休閒的關鍵成功因素

-以日本民眾為分析對象

李宗儒、蘇湘婷、林正仁

壹、前言

日本政府過去每年都會提撥退休金讓日本退休人員到世界各地居住一個月到兩年（此計畫稱作 Long Stay），讓退休人員體會異國文化、休閒，這項計畫日本已經實施十幾年，而台灣過去並沒有參與這項 Long Stay 計畫。不過台灣長宿休閒具有多項優勢，可吸引長留客來台長留，如台灣政府對觀光產業相當支持、政府針對日籍退休高年層人士核發 180 天的停留簽證、台灣人對日本很友善、台灣生活便利性相當高、交通系統和現代化設備完善、資訊科技應用相當普遍等多項長留客居住的優良條件。因此如何吸引日本長留客來台休閒農場之長宿休閒，即為本研究之研究動機。

本研究以目前台灣休閒農場市場現況以及日本龐大的長宿休閒商機為本研究之研究動機，並且以文獻蒐集來蒐集國外觀光度假農場的經營成功之處與市場需求相關資訊、以價值創造與價值傳遞鏈、層級程序分析法以及文獻等方法來建構休閒農場之長宿休閒成功之關鍵因素。最後則針對其研究結果來瞭解日本長留客之需求，進而找出長宿休閒的關鍵成功之因素，以利未來給台灣長宿休閒做一參考。

貳、文獻回顧

根據本研究建構出長留市場關鍵成功因素的目的，故本文獻回顧包含四大部份：一、長宿休閒定義；二、吸引長留客之長留因素；三、關鍵成功因素；四、研究方法等部份來說明。

一、長宿休閒定義

Long Stay 的定義尚未有一個完整且公認的定義，一般來說旅行時間超過一個月至三個月都可以稱做 Long Stay。歐美國家認為 Long Stay 是一種長期旅遊，不分年紀。但是對於日本來說，花岡幸盛（2005）指出是指日本銀髮族利用老人年金到國外進行長時間的旅遊活動。而這些旅遊活動可能包含在特定地區或鄉村生活上一個月至三個月，並且體驗當地的風俗文化、食物與學習語言（花岡幸盛，2005；胡忠一，2005）。

二、吸引長留客之長宿休閒因素

日本長留客過去十幾年來長宿休閒的國家大致上有歐洲、紐西蘭、美國、加拿大以及東南亞各國，而這些國家為了爭取長留客所做的努力有六大項(日本 NOP 法人 Long Stay 推進聯絡協議會，2005；花岡幸盛，2005；胡忠一，2005；顏建賢，2005) 1.簽證方面：歐美等國開放其他先進國家人員到其國家旅行，可享有三個月免簽證 2.醫療方面：當地除了要有完善的醫療設施外，也能夠有可日語對話之醫生或翻譯 3.金融方面：與日本銀行之合作，方便日本退休老人提領老人年金 4.基礎設施及交通機構方面：如網際網路、接收日本電視台、電話、交通工具之優惠等等 5.治安方面：長留客對於治安的問題很重視，近年來東南亞的恐怖活動不斷，使得日本長留客對於前進東南亞意願大大降落 6.物價方面：日本長留客對於這個問題也相當重視，台灣的物價約為日本的 7 成。而歷史文化、基礎設施、知識性活動也是許多國家吸引長留客的因素之一(Jang 與 Wu，2006；Collia et al.，2003；Fleischer & Pizam，2002；Crompton，1979；Hornemans et al.，2002；Huang 與 Tsai，2003)。Olsen (2006) 擬定了以下 9 項有關食衣住行育樂之成功經營因素，使其盡快融入當地生活，1.居住環境 2.銀行業務 3.健康醫療問題 4.食物以及生活方式 5.社群統計資料 6.教育問題 7.協助企業 8.語言問題 9.交通問題，以上 9 項為 Olsen 為了吸引國際人士前往長宿休閒所擬定之策略，其中多為食衣住行育樂之相關訊息，要吸引外籍人士得先從食衣住行育樂中切入，才能夠提供其最實用的資訊。

三、關鍵成功因素

關鍵成功因素(key success factors, KSF)，若一家公司想要在此產業生存並成功，必須將產業中三到六項特別部分，決定是否成功的關鍵因素做得特別好，關鍵成功因素乃公司為達到成功所必須做得特別好的工作。所謂「特別的部分」乃一個企業要成功所必須做對的一些關鍵領域。如果企業想要持續成長，就必須對這些少數的關鍵領域加以管理，否則將無法達到預期的目標(Daniel, 1961)。企業若能經營成功，該企業必擁有某些關鍵的條件或資產，並表現不弱，即可成為該企業的競爭優勢所在(Aaker, 1984；Ellram and Hendrick, 1995；Lester, 1998)。

四、研究方法

(一)層級程序分析法

Saaty (1971) 提出了層級程序分析法，AHP 首先將複雜的問題分解成層級，每一層底下又還有一些要素，將問題的複雜度降低並且系統化，並且有結構地分析問題，找出各個層級要素的優先順序、重要程度以及貢獻大小以供管理者做決策。AHP 的計算第一步首先要建立成對比較矩陣，係採用名目尺度為成對比對之評估指標，其可分為九個尺度，極其重要 (9 分)、十分重要 (7)、很重要 (5)、稍重要 (3)、一樣重要 (1 分)，其餘 2、4、6、8 分重要性介於此數之相鄰兩數間 (Saaty, 1980)。計算的第二步為建立成對比對矩陣之建立是以每一層的評比要素作為基準，並以其所屬之下一層的 n 個評比要素，進行兩兩比較，形成成對比對的評估值，其所產生的 $C(n, 2) = n(n-1)/2$ 個評估值 a_{ij} 即為成對比對矩陣中主對角線右上方的元素值，此時矩陣有兩個特點，一為層級程

序分析法的成對對比矩陣為正倒值矩陣，另一為專家評比時的判斷均非常精確，此時矩陣為一致性矩陣。亦即所有比對值均滿足數學遞移律（莊敏益，2004）。第三步解出矩陣的特徵向量與特徵值，目前計算機的硬體與軟體發展快速，只要利用最簡單的EXCEL即可解出特徵向量與特徵值。第四步求得一致性指標C.I（Consistency Index）與一致性比率（Consistency Ratio），由於問卷受訪者在作在成對比較的過程中不見得會符合一致性，可由一致性指標來檢定，當 $C.I. \leq 0.1$ ，則表示此矩陣的一致性達到滿意的程度，C.I.數學式（莊敏益，2004）： $C.I. = (\lambda_{\max} - n) / (n - 1)$ 此外，隨機產生的正倒值矩陣的一致性指標稱為隨機指標RI(Random Index)，利用上述之一致性指標及隨機指標，便可求得比對矩陣之一致比率，即 $C.R = C.I. / R.I.$ 。AHP計算的最後一步為計算相對的權數，找出各個要素對分析目標影響的程度，也就是決策方案的優先順序或者是決定其貢獻度大小。而通常AHP可應用在以下13類的問題（Saaty，1991）：1.決定優先順序2.產生替代方案3.選擇最佳方案或政策4.決定需求5.作為優勢或價值的判斷6.資源的分配7.預測結果或風險評估8.績效評估9.系統統計10.確保系統穩定11.規劃12.最適化13.衝突的解決。

（二）價值創造以及價值傳遞鏈

「價值創造以及價值傳遞鏈」是Lanning與Michael（1988）提出，內容包括三大部分，一是「選擇價值」包含顧客區隔、選擇目標市場、價值定位；二是「提供價值」包含產品發展、服務發展、定價、來源行銷、分配服務；三是「溝通價值」，包含銷售力、促銷、廣告。是由三個基本核心觀念所組成的，其基本核心觀念第一就是「價值創造」，創造或找到價值後，便要向消費者傳遞價值，而「價值傳遞」就是第二個基本核心觀念。從創造價值到向消費者傳遞價值，這一連串的動作則是價值鏈中的基本核心觀念，「價值鏈」是一連串可增加企業利潤的連續活動，所以「價值鏈」為「價值創造以及價值傳遞鏈」中的第三個基本核心觀念。「價值傳遞」關心的是消費者如何取得產品或服務的整個流程，「價值傳遞」的功能包括營銷組合的呈現方式、交易如何進行與售後服務等營銷活動。Evans 與 Berman（2001）認為「價值傳遞」是由夥伴、關係與活動或責任所組成的。成功的「價值傳遞」是基於夥伴關係的掌握，而成功的「價值傳遞」有幾個原因：資訊的流通、決策的互相協調、互相信任以及長期成諾（Corbett et al., 1999）。

此上為本研究相關之文獻探討，本研究以探討休閒農場之長宿休閒開發為主題，所以就定義何謂長宿休閒，並且討論吸引長宿休閒因素、關鍵成功因素以及本研究之研究方法，其內容包含了「價值創造以及價值傳遞鏈」、AHP，以利下一個主題使用這些觀念來發展問卷以及最後研究成果之呈現。

參、研究方法

利用研究目的與文獻探討所得，說明本研究之研究設計，共分成三部份：第一份為研究流程；第二部份為研究對象；第三部份為問卷架構。

一、研究流程

本研究一開始以蒐集國外觀光度假農場的經營概況與市場需求相關資訊等文獻，以做為本研究之研究探討。第二步利用價值創造與傳遞鏈建構長留休閒農場成功因素表，以此設計問卷，採用層級程序分析法（AHP）來作為設計問卷之架構，以瞭解這些長留客對於長宿休閒服務的需求內容。

二、研究對象

本研究之研究對象為日本人，藉由問卷調查若要吸引日本長留客，何者為吸引他們前往長宿休閒之關鍵因素。

三、問卷設計

利用層級程序分析法來設計吸引日本人長宿休閒的因素架構表，以及利用休憩歷程理論來作為因素分類的依據，最後用價值創造與傳遞鏈來建構長留度假農場成功因素，再以成功因素表來作為問卷設計的依據，而且問卷架構總共分為三階層級，以下便依序描述每個層級之問卷架構。

（一）第一層級：利用層級程序分析法作為問卷設計的層級架構，以休憩歷程理論（Clawson 與 Knetsch, 1969）將會吸引日本人來台長宿休閒之因素做歷程上的分類。休憩歷程理論有五個階段 1.預前處理階段；2.去程階段；3.現場活動階段；4.回程階段；5.回憶階段。因為回程階段與回憶階段因為不在研究的範圍裡面，所以並沒有放在問卷架構中。此為問卷架構的第一層級休憩歷程階段。因此，預前處理階段、去程階段與現場活動階段這三個階段是本問卷設計第一層級的依據。

（二）第二層級：第二層級本研究以實務探討政府在推動以及宣傳實務上會考量到的因素為主。首先因為預先處理階段為在出發前所準備的一切事務以及必須先取得要前往旅遊地的相關資訊，長留客通常注重身體的健康問題，而會危害到健康問題的有氣候的差異以及治安好不好，有沒有危害到人身安全的疑慮。長留客停留的時間相當長，一定會遇到要購物以及兌換錢幣的問題，所以物價與金融的問題是長留客會在事先還未出發前便會取得相關資訊。所以預先處理階段中的因素有：治安、物價、金融與氣候。去程階段是指在前往旅遊地的途中會發生的事情，要出國一定要有目的地國家的簽證以及要如何前往目的地之交通問題。所以去程階段有：簽證與交通。現場階段是指到了旅遊地或者目的地時會參與的活動，也就是說食衣住行育樂所有的活動皆為現場階段，尚有長留客遇到的所有服務、文化活動、住宿、旅遊據點、餐飲、醫療設備等等。

（三）第三層級：本部份分成兩個部分來敘述吸引日本人長宿休閒因素，一為實務探討政府在推動以及宣傳實務上考量到的因素；二為文獻探討吸引日本人來台長宿休閒之因素，將以上述兩部分整合起來，便成為本研究完整之第三層級。

1.實務探討：以預先處理階段的治安來說，日本 NOP 法人 Long Stay 推進聯絡協議會（2005）提出人民對外國旅客友善與否為吸引長留客長宿休閒主因之一，而人民對外國旅客友善與否是治安中的一環。近年來恐怖攻擊事件頻傳，東南亞國家也傳出過恐怖攻擊事件，故本研究將恐怖攻擊之危險也納入治安主因當中。以物價來說，最主要就是

買的產品價錢與買的產品品質兩大問題，長宿休閒國家是否產品是否物美價廉為本研究要探討的物價問題。以金融來說，就是提領跟兌換的問題，所以提領現金容易與匯兌便利則為本研究探討金融問題的兩個方向。以氣候來說，氣候問題則可分成四季平均溫度以及冬季溫度比日本高，可避寒兩個方向。

去程階段的簽證問題對於觀光客來說，最希望的就是可以免簽證或者很容易就拿到簽證，若是無法免簽證也會希望拿到的簽證天數夠長，而本研究將免簽證與很容易拿到簽證合併為一個細項，3個細項變成2個，故(1).免簽證、很容易拿到簽證(2).簽證的天數是否夠長，此二者為本研究探討簽證的兩個方向。

本研究將文化活動細分三個活動。文化活動可分成第一體驗藝術活動，此藝術活動指的是當地過去與現在文化之藝術展現；第二因為到外地旅遊感觸最深刻的一定是語言的差異，所以學習語言活動也被本研究納入文化活動之一；第三為飲食問題，出國旅遊一定會嘗到當地食物，若是長宿休閒此國家，所用的食材一定是取自於當地，所以學習當地飲食文化也為文化活動之一。

2.文獻探討：本研究認為第三層級因素的文獻探討可從兩方面研究，一是探討長宿休閒服務提供者成功因素，也就是從企業的角度來看；二是探討長留客需求，也就是從顧客的角度來看。企業與顧客皆認同的吸引因素將會是促進休閒農場發展之重要準則，本研究整理出休閒農場成功因素與長留客需求之共同因素，如住宿地點與旅遊據點近、旅遊據點群聚(王小璘等，1997；Kanyama與Lindén，1998)；公路便捷等交通方面的因素(王小璘等，1997；台灣休閒農業學會，2005；日本NOP法人Long Stay推進聯絡協議會，2005；花岡幸盛，2005；胡忠一，2005；顏建賢，2005)；餐點具有當地特色(Lewis與Chambers，2000；Smith，2003；王小璘等，1997；盧惠敏，2002；台灣休閒農業學會，2005；日本NOP法人Long Stay推進聯絡協議會，2005；花岡幸盛，2005；胡忠一，2005；顏建賢，2005；Jang與Wu，2006)；餐廳環境空間及建築設計、安全衛生等餐飲方面(台灣休閒農業學會，2005；Lewis與Chambers，2000；日本NOP法人Long Stay推進聯絡協議會，2005；花岡幸盛，2005；胡忠一，2005；顏建賢，2005；Jang與Wu，2006)的因素，共17項因素。

利用休憩歷程理論將吸引日本人長留因素作層級分類，此為第一層級。

第二層級以實務探討政府在推動以及宣傳實務上會考量到的因素為主，總共有12個因素在第二層級。第三層級有兩個部分，共17項因素。整合實證探討與文獻探討後，則為完整之第三層級。此外，此符合「價值創造與價值傳遞鏈」中第一步的「選擇消費者所需價值」與第二步「提供價值」。

肆、研究成果

本章分析長留客長宿休閒關鍵因素分成兩部份，第一部份為問卷發放的目標對象、發放份數、發放方式以及分析問卷工具；第二部份為分析問卷結果。

一、問卷發放

(一)問卷發放的目標對象

本研究發放的目標對象有三，第一是在台灣的日本人，第二是在日本的日本人，第三是在國外的日本人。選擇此三種目標對象的原因為，在台灣的日本人比在其他地方的日本人更了解台灣，可以比較客觀的評估長宿休閒台灣其考量因素為何；在日本的日本人在於這群人有可能將會是來台灣的長留客之一，詢問此對象若長宿休閒其考量的因素為何；在國外的日本人之原因則是考量到此對象在國外已有類似在國外生活經驗，詢問此對象則可得知其經驗上的考量因素為何。

(二)問卷發放份數與發放方式

本研究於民國 95 年 5 月發放問卷，所回收問卷共 95 份問卷，有效問卷有 88 份，回收率為 92.6%。本研究發放問卷是透過中興大學日籍學生、在台日籍教師以及在美的日本聯誼會等方式來進行發放問卷。

(三)分析問卷工具

本研究以 AHP 作為設計問卷之層級架構，使用 AHP 的計算公式及使用 EXCEL 計算，來分析問卷並得到吸引日本人長宿休閒台灣之關鍵成功因素。

二、問卷分析結果

本節主要內容為問卷分析之結果，共分成兩個部分，第一個部分是基本資料分析；第二部分為以 AHP 分析法分析問卷，得到吸引日本人長宿休閒台灣之關鍵成功因素。

(一)基本資料分析

本研究之問卷男性比率佔 51.1%，女性比率佔 48.9%；問卷之受訪者皆為 30 歲以上，其中以 51 歲到 60 歲比率佔最大(43.2%)；學歷以大專比率(59.1%)；沒來過台灣的佔有 72.7%，來過台灣的佔有 27.3%；曾經到過其他國家進行長時間的旅行（1 個月以上，即 long stay）佔有 38.6%，不曾的佔有 61.4%。從受訪者基本資料看來，這群受訪者的特徵為：年齡以 41 歲到 60 歲比率佔最大(76.2%)，此年紀的受訪者即將退休或者在 20 年以內即將退休；學歷以大專為主；多數仍然就職當中；大部分的人沒來過台灣，但是到國其他國家進行長時間旅行的卻有 38.6%。此顯示本研究之問卷受訪者將會是未來的長留客，雖然大部分沒來過台灣，但有一些到過國外長期旅行的經驗，表示此群受訪者其意見值得參考。

(二)分析問卷結果

本研究以 AHP 作為分析問卷的方法，分成四個部分來描述其分析結果，問卷中第一層級的權重；問卷中第二層級的權重；問卷中的第三層級的權重；前三層級之全部問項乘積之排名，即為受訪者認為之關鍵成功因素。

問卷中的第一層級有：預先處理階段、去程階段以及現場階段等三個階段，其權重分別為 0.40982、0.21600、0.37417。其中預先處理階段的權重為 0.40982 顯示受訪者認

為預先處理階段比其他兩個階段重要。也就是說受訪者認為預先處理階段是比較重要的。問卷中的第二層級有：預先處理階段之治安(0.37830)、物價(0.23915)、金融(0.18621)與氣候(0.19635)、去程階段之簽證(0.40521)與交通(0.59479)以及現場階段之服務(0.09916)、文化活動(0.08846)、住宿(0.15961)、旅遊據點(0.12205)、餐飲(0.26225)以及當地有完善之醫療設備(0.26848)等三個階段，其中()中數字代表權重。在預先處理階段當中，以治安的權重最高，其次為物價；在去程階段中以交通的權重最高；至於在現場階段中，以當地有完善之醫療設備之權重最高，其次為餐飲。從上述權重看來，要長宿休閒一個國家，治安對他們而言是最重要的，而且因為人生地不熟，交通要相當方便，因為長留客多屬年紀較長，又問卷受訪者有 59.1% 為年過半百，故其完善之醫療設施對他們來說是很重要的。第三層級中共有 29 項因素，因素個別權重過於冗長，故本研究併於圖 1 列出。

第四部份為前三層級之全部問項乘積之排名，為受訪者認為關鍵成功因素，見圖 1 因素乘積圖以及表 1 關鍵成功因素表。其中表 1 關鍵成功因素表中*號的「有無恐怖攻擊之危險」的權重為 0.104916，即為圖 1 中的*號、**號與***號三者相乘乘積(0.40982*0.37830*0.67672=0.104916)，其餘關鍵成功因素之權重同理。

圖 2 為關鍵因素之權重數線圖，本研究將表 1 關鍵因素之權重表是按照順序大小依序從右到左排列，每一個黑點代表一個因素，將其散佈的黑點加以分群，右邊第一群中的兩個黑點即代表其最關鍵的有無恐怖攻擊之危險與當地有完善之醫療設備兩個因素；右邊第二群則單為物美價廉，而三個群組內的因素太多，不足以作為關鍵成功因素，第四群組之權重大幅落後其他群組，也不足以作為關鍵因素，本研究將第一與第二群組之有無恐怖攻擊之危險、當地有完善之醫療設備與物美價廉作為吸引日本人來台長宿休閒之關鍵成功因素，顯示日本人若想要長宿休閒國外，首先重視的是有無外來攻擊的疑慮，以及身體若發生病痛有沒有足夠的醫療設備作為後盾，另外則是在食衣住行育樂中所花費的錢是否物美價廉。

然而，從這三個關鍵因素中我們可以發現，這三個因素都不是長宿休閒服務提供者可以掌握的因素，治安的恐怖攻擊問題與醫療設備問題是政府部門才有辦法掌握的問題。在物美價廉這點，還可以利用台灣物價本來就比日本物價低的特性外，還可以提供較好的服務來達到讓長留客覺得物美價廉。

由於在預先處理階段中（治安、物價、金融與氣候）與去程階段中（簽證與交通）的因素都不是長留服務提供者可以自行掌握的因素。故採取現場階段中的因素（服務、文化活動、住宿、旅遊據點、餐飲以及當地有完善之醫療設備）來了解以及萃取長宿休閒服務提供者可掌握的因素，由圖 3 現場階段因素權重數線圖中可以發現，在現場階段的因素中，可劃分成三群：右邊第一群為當地有完善之醫療設備(權重為 0.100458)；右邊第二群為安全衛生（餐廳）(權重為 0.045869)。因為第三群中的因素過多，故本研究萃取前兩個群組：當地有完善之醫療設備與安全衛生（餐廳）為現場階段中的兩個關鍵因素，先前提到當地有完善之醫療設備非為長留服務提供者可以掌握的因素之一，而安全衛生（餐廳）則為其可以掌握的因素，故長宿休閒服務提供者可以掌握的因素有物美價廉以及安全衛生（餐廳）。

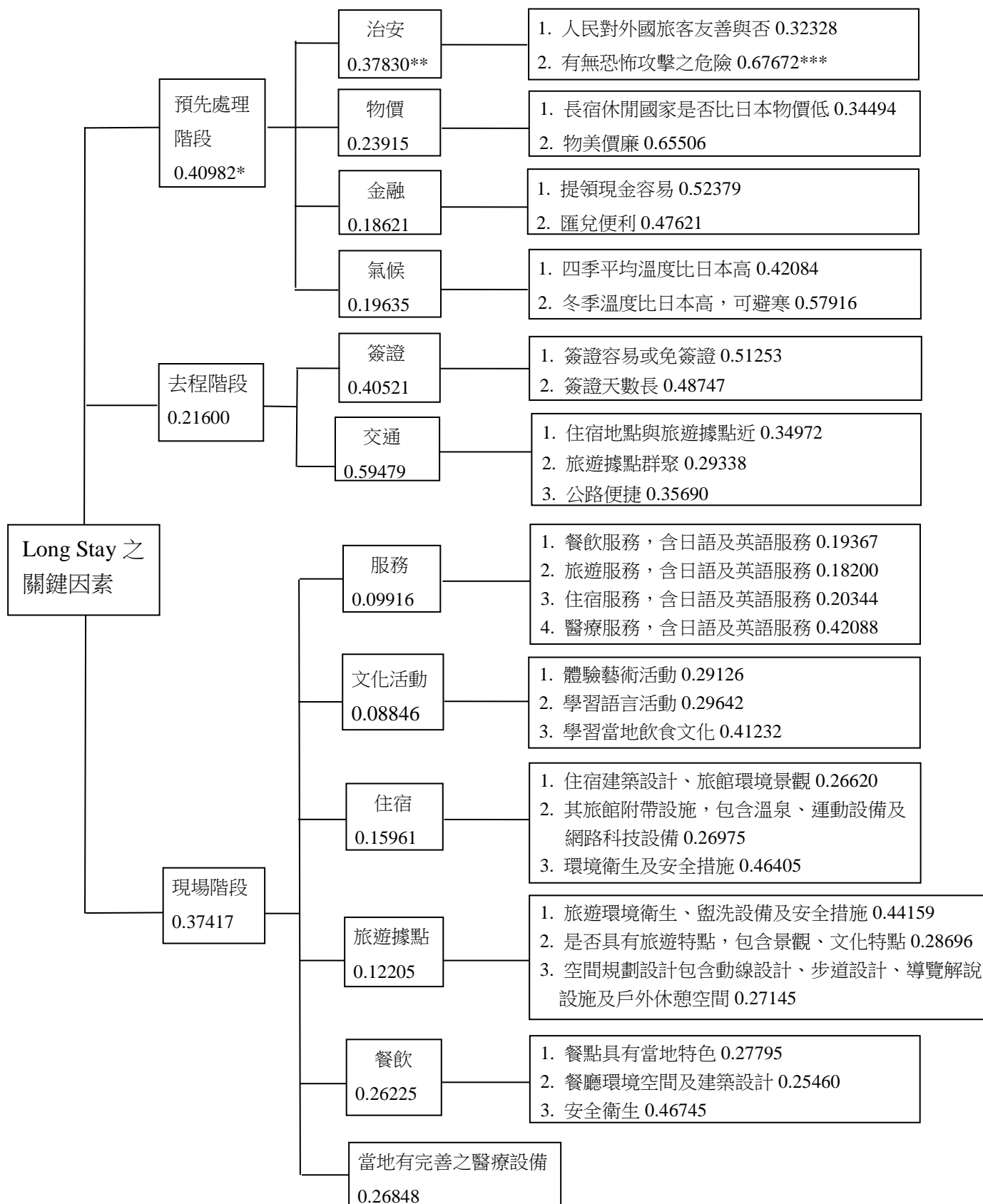


圖 1 因素乘積圖

資料來源：本研究整理

表 1 關鍵因素之權重表

| 排名 | 問項 | 權重 | 排名 | 問項 | 權重 |
|----|-------------|-----------|----|---------------|----------|
| 1 | 有無恐怖攻擊之危險 | 0.104916* | 16 | 環境衛生及安全措施(住宿) | 0.027715 |
| 2 | 當地有完善之醫療設備 | 0.100458 | 17 | 餐點具有當地特色 | 0.027274 |
| 3 | 物美價廉 | 0.064203 | 18 | 餐廳環境空間 | 0.024982 |
| 4 | 人民對外國旅客友善與否 | 0.050119 | 19 | 旅遊據點的環境衛生 | 0.020166 |
| 5 | 冬季溫度比日本高 | 0.046604 | 20 | 旅館附帶設施 | 0.016110 |
| 6 | 安全衛生(餐廳) | 0.045869 | 21 | 建築設計 | 0.015898 |
| 7 | 公路便捷 | 0.045854 | 22 | 醫療服務 | 0.015615 |
| 8 | 旅遊據點群聚 | 0.044931 | 23 | 學習當地飲食文化 | 0.013647 |
| 9 | 簽證容易或免簽證 | 0.044860 | 24 | 有旅遊特點，包含景觀、文化 | 0.013105 |
| 10 | 簽證天數長 | 0.042666 | 25 | 空間規劃設計 | 0.012396 |
| 11 | 提領現金容易 | 0.039971 | 26 | 學習語言活動 | 0.009811 |
| 12 | 住宿地點近旅遊據點 | 0.037693 | 27 | 體驗藝術活動 | 0.009640 |
| 13 | 匯兌便利 | 0.036340 | 28 | 住宿服務 | 0.007548 |
| 14 | 四季平均溫度比日本高 | 0.033863 | 29 | 餐飲服務 | 0.007186 |
| 15 | 比日本物價低 | 0.033807 | 30 | 旅遊服務 | 0.006753 |

資料來源：本研究整理。

註：*號表示文中舉例說明。

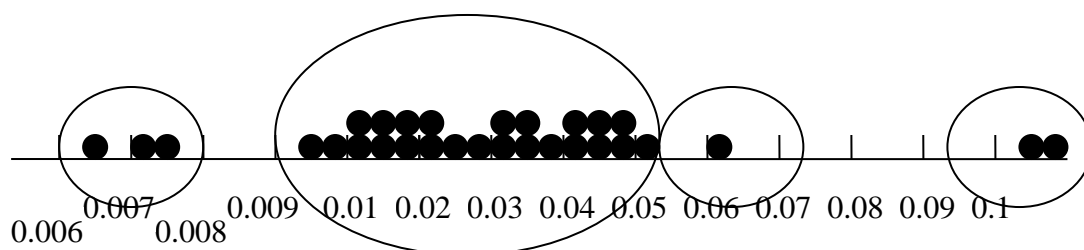


圖 2 關鍵因素之權重數線圖

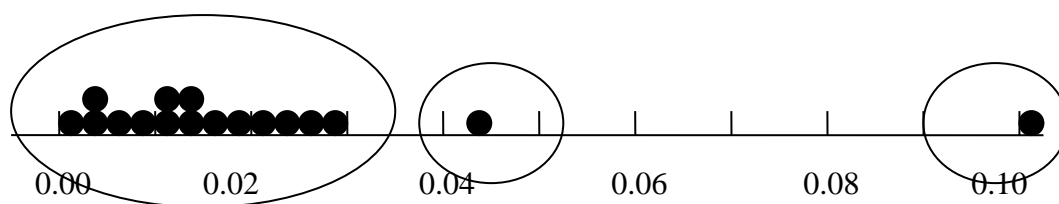


圖 3 現場階段因素權重數線圖

從這可以看出受訪者若想要長宿休閒國外，最主要還是在意物美價廉與安全衛生(餐廳)的問題，雖然在本研究中的分析結果中是餐廳的衛生安全很重要，但是無論是在食、住與樂各方面當中，應該也要給予相同的重要性。再者，受訪者對於物美價廉的因素也很重要，先前提到台灣的物價比日本低，利用這原本的特性再加上良好服務的提供，讓長留客可以感受到物超所值的感覺，如此一來便可以符合長留客來台長宿休閒的需求。

伍、結論與建議

本研究主要有兩個分析結論，第一個是以整體性角度，因整體角度中因素結果於第一層為預先處理階段；第二層為治安；第三層為有無恐怖攻擊之危險，皆屬於同一構面，也就是在預先處理階段之構面下，因此於整體角度則提出減少遊客對於安全的疑慮之建議。

第二個是以長宿休閒服務提供者可以掌握之角度給予建議，其可掌握之因素有創造物美價廉的環境、提昇醫療環境、減少安全衛生的疑慮、提昇衛生安全等四個因素，因此本研究則針對此四因素給予建議。而根據結論的分析本研究做以下五點建議：

- 一、減少遊客對於安全的疑慮：近年來，恐怖攻擊的事件頻傳，在東南亞也發生過不少炸彈攻擊事件，在台灣雖沒有恐怖攻擊的疑慮，但是也應該要降低台灣在國際安全上的疑慮。
- 二、創造物美價廉的環境：政府更應積極的打造物美價廉的環境，以香港為例，香港取消關稅，每年都舉辦購物節，已經打造出購物天堂的形象，台灣也應該效仿之，打

造出真正的物美價廉的環境。

- 三、提昇醫療環境：長宿休閒地點中應設備完善之醫療設備外，更要提供日語或英語的醫療翻譯服務，讓長留客認為在陌生的環境中也不必擔心醫療的問題。
- 四、減少安全衛生的疑慮：近年來，東南亞頻傳禽流感等疫情，而對於長留客而言，餐廳的食物安全與否是他們考量的關鍵因素之一，故餐廳對於食品的安全衛生一定要提出保證。
- 五、提昇衛生安全：雖然在本研究中的分析結果中是餐廳的衛生安全很重要，但是無論是在食、住與樂各方面當中，應該也要給予相同的重要性，一定要做到住宿、餐廳與旅遊據點的衛生與安全。然而，推廣長留市場需要政府部門、企業，甚至是人民一起努力，政府部份要做的有治安問題的改善、完善之醫療設施等等；企業部門，要做的則有安全衛生的注意，無論是餐廳、住宿與旅遊地點等等；人民要做的就是發發揮熱情，對待外國旅客友善，透過政府、企業與人民同心協力，才能擴展長宿休閒，為台灣休閒農場擴展新商機，這也是本研究最終的冀望。

參考文獻

【中文部份】

1. 日本 NOP 法人 Long Stay 推進聯絡協議會網站，2005。
<http://www.longstay.or.jp/>，assessed on 2006/3/30。
2. 台灣休閒農業學會，優良休閒農場認證作業要點，台灣休閒農業會訊，民國 94 年，5(2-3)。
3. 李宗儒、陳麒文，「從價值鏈角度看台商赴大陸投資農業之兩岸供應鏈合作模式」，農產運銷半年刊，中國農產運銷協會，民國 93 年，129。
4. 李瓊映，「台北農產運銷公司整合經營與價值鏈創造之研究」，國立台灣大學農業經濟研究所博士論文，民國 93 年。
5. 吳思華，「產業政策與企業策略」，中華經濟企業研究所，民國 77 年：89 頁
6. 花岡幸盛，「國外長宿休閒計畫，中日農頁休閒交流研討會」，台中朝陽科技大學，民國 94 年。
7. 胡忠一，海外長宿休閒（Long Stay）與超市經營，民國 94 年。
8. 徐茂陽、吳勇慶與李慶堂，「台灣連鎖咖啡業態－經營管理與架構價值鏈之研究」，零售市場月刊，民國 94 年，446：4-11 頁。
9. 徐茂陽、蔡功明，「台灣西式速食連鎖業態經營管理與建構價值鏈之研究」，零售市場月刊，民國 94 年，453：4-10 頁。
10. 莊敏益，「評估軍機商維市場外包進入策略之研究---應用層級分析法於某航太公

司個案探討」，大葉大學工業工程學系碩士論文，民國 93 年。

11.顏建賢、方乃玉，台灣辦理日本銀髮族長宿休閒之潛力與展望，民國 94 年。

【外文部份】

1. Baum, G., C.D. Ittner, D.F. Larcker, J. Low., T. Siesfeld, and M.S. Malone, 2000. Introducing the New Value Creation Index, Forbes ASAP, available at: www.forbes.com, assessed on 2000/4.
2. Clawson, M. and L. Kentsch, 1969, "Alternative Method of Estimating Future Use", *Economics of Outdoor Recreation*, 21(7): 36.
3. Collia, Demetra V., Joy Sharp and Lee Giesbrecht, 2003, "The 2001 National Household Travel Survey: A Look into the Travel Patterns of Older Americans", *Journal of Safety Research*, 34(4): 461-470.
4. Corbett, Charles J., Joseph D. Blackburn and Luk N. V. Wassenhove, 1999, "Partnerships to Improve Supply Chains", *Sloan Management Review*, 40 Summer: 71-82.
5. Crompton, J.L., 1979, "Motivations For Pleasure Vacation", *Annals of Tourism Research*, 6: 408-424.
6. Cuganesan, S., 2005, "Intellectual Capital-in-Action and Value Creation: a Case Study of Knowledge Transformations in an Innovation Project", *Journal of Intellectual Capital*, 6(3).
7. Daniel, R. D., 1961, "Management: Tasks, Responsibilities, Practices", New York: Harper & Row, 64-65.
8. Daniel, R.L., 1987, "Factors of Restaurant Success", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 28(3): 32-38.
9. David A. Aaker, 1984, "Strategic Market Management", John Wiley & Sons Inc, New York: 24-70.
10. Ellram, L.M., Hendrick, T.E., 1995, "Partnering Characteristics: A Dyadic Perspective", *Journal of Business Logistics*, 16(1): 41-64.
11. Evans, Joel R. and Barry Berman, 2001, "Conceptualizing and Operationalizing the Business-to-Business Value Chain", *Industrial Marketing Management*, 30(2): 135-148.
12. Fleischer, A. and A. Pizam, 2002, "Tourism Constraints Among Israeli Seniors", *Annals of Tourism Research*, 29 (1): 106-123.
13. Horneman, L., R.W. Carter, S. Wei and H. Ruys, 2002, "Profiling the Senior Traveler: an Australian perspective", *Journal of Travel Research* 41: 23-37.
14. Huang, L. and H. Tsai, 2003, "The Study of Senior Traveler Behavior in Taiwan",

Tourism Management, 24: 561–574.

15. Jang, Soo C. and Chi M. E. Wu, 2006, “Seniors’ Travel Motivation and the Influential Factors: An examination of Taiwanese seniors”, *Tourism Management*, 27(2): 306-316.
16. Kanyama, Annika C. and Anna L. Lindén, 1999. Travel Patterns and Environmental Effects Now and in the Future: Implications of Differences in Energy Consumption Among Socio-Economic Groups. *Ecological Economics*, 30(3): 405-417.
17. Kotler, P., J. Bowen, and J. Makens, 2003, “Marketing for Hospitality & Tourism, 3rd ed.”, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
18. Lanier, P., and J. Johnson, 1996, “The Importance of B&B in Small Inns”, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 37(4): 43-49.
19. Lester, D.H., 1998, “Critical Success Factors for New Product Development”, *Research Technology Management* 41(1): 36–43.
20. Lewis, R.C., and R.E. Chambers, 2000. *Marketing Leadership in Hospitality: Foundations and Practices*, 3rd ed., New York, NY: John Wiley & Sons.
21. Marr, Bernard, Giovanni Schiuma, and Andy Neely, 2004, “the Dynamics of Value Creation: Mapping Your Intellectual Performance Drivers”, *Journal of Intellectual Capital*, 5(2).
22. Michael J. Lanning and Edward G. Michael, 1988, “A Business is a Value Delivery System”, McKinsey Staff paper, 41.
23. Neely, A., C. Adams, M. Kennerley, 2002, “The Performance Prism: The Scorecard for Measuring and Managing Business Success”, Financial Times/Prentice-Hall, London.
24. Olsen, Terry, 2006, List of services the WTSC usually performs for the greater Chattanooga area.
25. Saaty, Thomas L., Luis G., 1991, “Prediction” , *Projection and Forecasting*: 11-32.
26. Salmeron, Jose L. and Ines Herrero, 2005, “An AHP-Based Methodology to Rank Critical Success Factors of Executive Information Systems”, *Computer Standards & Interfaces*, 28(1): 1-12.

Analyzing the Major Successful on Leisure Farms of Long-Stay Industry in Taiwan for Japanese Citizen

Tzong-Ru Lee, Hsiang-Ting Su, Cheng-Jen Lin

Summary

The purpose of this research is to determine the key success factors (KSF) for Leisure Farms of long-stay industry.

Questionnaire design is the methodology that we used in this research to collect data. Value creation, value transferring chain and AHP are the basic concepts used to design questionnaire. After designing the questionnaire, Japanese citizens are treated as our research target customers. The KSFs of Japanese citizens obtained from this research are: 1.the danger of terrorism attack 2.the infrastructure of hospital industry 3. the price of food.

The KSFs from government sector viewpoint are: 1. providing a safe environment for travelers and long-stay person 2.building a reasonable food price environment and upgrading the service leave of hospital industry.

The SKF from Leisure Farms of long-stay is: providing a clean environment.

The contribution of this paper is to give strategic directions for the long-stay related industries. So, any country which is interested in long-stay industry can take the strategic directions proposed in this research as references.

Key words: Value Creation, Key Success Factors, Long-Stay Industry, Leisure Farms, Analytic Hierarchy Process (AHP)

