

地方特色產品消費者行為分析與行銷策略之研究～以原住民部落農特產品為例

黃素惠, 曾群智

通識教育中心

通識教育委員會

suhui@chu.edu.tw

摘要

近年來，在政府大力推行具地方特色的觀光休閒旅遊之際，地方上努力發掘在地具特色之景點、農產特品及特色小吃；而原住民部落由於缺乏整體規劃，生活品質與經濟條件相對低落。如何發展具原住民部落特色產品，佐以系統化行銷，使地區經營活化、多樣化，以改善實質環境藉由系統化之管理與行銷以吸引遊客在當地消費，進而發展當地經濟。

為了對地方特色產品、消費者行為分析與行銷策略三者間有更深入探討，本研究將地方設定於「原住民部落」，並選定新竹縣五峰鄉的和平部落作為研究範圍，如何開發、行銷「和平部落」這個地區的特色產業，在研究過程中以開發和行銷農特產品為主要的切入點，透過調查及利用問卷方式，以『t檢定』及『變異數分析』為研究方法，檢定消費者行為分析、行銷策略及消費因素三者之差異情形；並發掘當地特色產物，經系統化整體行銷分析，找到一個適當的通路，搭配適切的行銷手法，以利推廣農產品研發、銷售及增加該部落知名度。

關鍵字：地方特色產品、消費者行為、行銷策略、原住民部落