

國立台東大學健康促進與休閒管理研究所休閒事業管理組

碩士論文

指導教授：陳美芬 博士

休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究

Research on the participating motives in leisure agriculture
experiencing activities and the benefits of leisure

研究生：彭衍芳 撰

中華民國九十九年六月

國立臺東大學
學位論文考試委員審定書

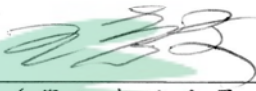
系所別：健康促進與休閒管理研究所休閒事業管理組

本班 彭衍芳 君

所提之論文 休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究

業經本委員會通過合於 ☒ 碩士學位論文 條件
☐ 博士學位論文

論文學位考試委員會：


(學位考試委員會主席)

 蔡心煨

 陳美芬

(指導教授)

論文學位考試日期：99 年 06 月 04 日

國立臺東大學

附註：1. 一式二份經學位考試委員會簽後，送交系所辦公室及註冊組或進修部存查。

2. 本表為日夜學制通用，請依個人學制分送教務處或進修部辦理。

博碩士論文授權書

本授權書所授權之論文為本人在 國立臺東大學健康促進與休閒管理研究所休閒事業管理組
98 學年度第 2 學期取得 碩 士學位之論文。

論文名稱：休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究

本人具有著作財產權之論文全文資料，授權予下列單位：

同意	不同意	單 位
☒	☐	國家圖書館
☒	☐	本人畢業學校圖書館
☐	☐	與本人畢業學校圖書館簽訂合作協議之資料庫業者

得不限地域、時間與次數以微縮、光碟或其他各種數位化方式重製後散布發行或
上載網站，藉由網路傳輸，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下
載或列印。

☒同意 ☐不同意 本人畢業學校圖書館基於學術傳播之目的，在上述範圍內得再授
權第三人進行資料重製。

本論文為本人向經濟部智慧財產局申請專利(未申請者本條款請不予理會)的附件之一，申請

文號為：_____，請將全文資料延後半年再公開。

公開時程

立即公開	一年後公開	二年後公開	三年後公開
	✓		

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行
權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與
不同意之欄位若未勾選，本人同意視同授權。

指導教授姓名：陳美芬 (親筆簽名)

研究生簽名：彭衍芳 (親筆正楷)

學 號：3797005 (務必填寫)

日 期：中華民國 99 年 06 月 11 日

1. 本授權書 (得自 <http://www.lib.nttu.edu.tw/theses/> 下載) 請以黑筆撰寫並影印裝訂於書名頁之次頁。

2. 依據 91 學年度第一學期一次教務會議決議: 研究生畢業論文「至少需授權學校圖書館數位化，並至遲於三年後上載
網路供各界使用及校內瀏覽。」

授權書版本: 2008/05/29

謝 誌

再度回到校園體驗學生的生活，只想圓自己年少的夢想。二年的時光轉眼飛逝，從迷惘懵懂到論文得以順利完成，一路走來幸有老師及同學們的提攜協助，讓我收穫滿囊，心中只想告訴大家我的感激。

其中最要感謝我的指導教授陳美芬博士，總是不辭辛勞一遍又一遍的仔細修改論文，若不是老師的嚴格要求我無法完成一遍對自己有所交待的論文，在老師身上不僅學到了知識，更重要的是做學問嚴謹的態度。此外亦要感謝我的口試委員顏建賢老師、蔡必焜老師及王志文秘書長對本論文仔細的閱讀及指教，讓本論文得以更加完善。還有二年來每位授課的師長，由於你們悉心的教導與鼓勵，讓我在東大校園的日子，學習的充實而有意義，在此致上最誠摯的敬意與謝忱。

此外，一班學長、學姐的一路相挺及協助、鼓勵，學弟我沒齒難忘。歡樂的時光總是短暫的，畢業不是解散而是另一場聚會的開始，想告訴全班同學得以和 24 位優秀的同學共同學習，是我此生的榮幸，我真的很幸運也很感恩，相信在我的生命中將永遠不會忘記你們。當然在論文寫作期間患難與共的周爸、憲忠、清儀、全勝對你們的謝意，已非筆墨足以形容，一切都在不言中，我只想說有你真好。

最後，我想將這本論文獻給我的家人，感謝父、母對我的支持，感謝老婆秀娥、女兒怡庭對我的容忍及關心，讓我無後顧之憂地做我想做的事，圓我未完的夢，你們是我的驕傲，感謝你們。

彭衍芳 謹誌於台東大學

中華民國 99 年 6 月

中文摘要

本研究主要在探討遊客參與農業體驗活動的參與動機與休閒效益間的關係，以便利抽樣方式調查台東縣關山鎮親水休閒農業區的遊客，探討不同遊客背景對參與動機及休閒效益間的差異情形。本研究結果如下：

研究結果顯示年齡方面「51~60 歲」在「知性動機」及整體「參與動機」顯著高於「31~40 歲」、「21~30 歲」。在教育程度方面，「高中(職)」教育程度在「社會動機」顯著高於「研究所(含以上)」。遊客居住地方面，在「心理動機」有顯著差異，居住在「南部」、「北部」之遊客其參與動機顯著高於「東部」。在性別、職業類別及婚姻狀況方面，其「參與動機」並無顯著差異。

遊客性別不同其參與農耕採摘體驗活動及農村文化體驗活動，在「生理效益」達顯著差異。而參與農村生態體驗活動、農產品加工體驗活動、農村景觀體驗活動方面，在「社交效益」達顯著差異。在教育程度方面參與各類型的農業體驗活動其「社交效益」均有顯著差異，此外參與農村生態體驗活動其「生理效益」有顯著差異，參與農村景觀體驗活動其「心理效益」有顯著差異。在年齡、職業類別、婚姻狀況及居住地方面，在各類型休閒效益的整體平均數均無顯著差異。

本研究結果顯示遊客參與各項不同的農業體驗活動其參與動機與所獲得的休閒效益均有顯著的正相關，其中又以知性動機對休閒效益的影響為最大。

關鍵字：休閒農業、農業體驗、體驗活動、參與動機、休閒效益

Abstract

The main purpose of this current study was to explore the correlation of the benefits of leisure and participating motives in leisure agriculture experiencing activities of tourists. Convenience sampling method was used to sample tourists visiting Qingshui leisure agriculture region, Guanshan Township, Taitung County, differences between tourists with diverse backgrounds, participating motives and the benefits of leisure were investigated.

Results showed that tourists aged between 51 to 60 years scored significantly higher in “intellectual motives” and “participation motives” in general than tourists aged between 31 to 40 years, and tourists aged between 21 to 30 years. In term of the level of education, high school (including technical school) graduates scored significantly higher in “social motives” than master graduates. Significant differences were found in “psychological motives” between tourists living in different areas in Taiwan, tourists living in the southern and northern parts of Taiwan scored significantly higher than tourists living in the eastern part of Taiwan. No significant differences were found between “participation motives” with genders, occupation and marital status.

A significant difference in “physical benefits” was found between genders participating in agricultural plucking experience and farming cultural experience. For “social benefits”, significant differences were found between farming ecological experience, Agriculture produce manufacturing experience and sightseeing experience. Furthermore, significant “social benefits” differences were also found between the level of education and various kinds of experiences. Significant differences were found between participating in ecological experience and “physical benefits”, significant “psychological benefits” was found with participants experiencing agriculture sightseeing. No significant differences in leisure benefits in general were found between age, occupation, marital status and living location.

In conclusion, this study found a positive correlation between tourists participating in various kinds of agriculture experience and their participating motives, and the most significant correlation between intellectual motives and leisure benefits.

Keywords: Leisure agriculture, Agriculture experience, Experience activities,

Participation motives, Benefits of leisure

休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究

目 次

第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機與目的.....	2
第三節 研究範圍.....	4
第四節 研究流程.....	5
第二章 文獻探討.....	7
第一節 體驗的意涵.....	7
第二節 農業體驗活動之探討.....	15
第三節 休閒參與動機.....	32
第四節 休閒效益相關理論與研究.....	37
第三章 研究方法.....	49
第一節 研究架構與假設.....	49
第二節 研究設計.....	50
第三節 研究實施程序.....	54
第四節 資料處理與分析.....	55
第四章 研究結果與分析.....	57
第一節 遊客基本資料分析.....	57
第二節 農業體驗活動參與動機之差異分析.....	62
第三節 農業體驗活動休閒效益之差異分析.....	66
第四節 農業體驗活動之參與動機對休閒效益的影響.....	83

第五章 結論與建議.....	93
第一節 結論.....	93
第二節 建議.....	95
第三節 研究限制.....	97
參考文獻.....	99
附錄一（問卷初稿）.....	109
附錄二（預試問卷）.....	113
附錄三（正式問卷）.....	121



圖目錄

圖 1-4-1	研究流程圖.....	6
圖 2-1-1	體驗的性質區分.....	8
圖 2-1-2	經濟價值遞進圖.....	13
圖 2-2-1	體驗農業資源構面.....	18
圖 2-2-2	多樣化遊憩機會發展三向圖.....	23
圖 2-4-1	休閒效益系統模式.....	42
圖 3-1-1	研究架構圖.....	49



表目錄

表 2-1-1	體驗意涵彙整表.....	9
表 2-2-1	農業體驗活動分類彙總表.....	25
表 2-2-2	農業體驗活動參與者特性表.....	30
表 2-4-1	休閒效益各面向彙整表.....	45
表 3-2-1	量表之信度分析表.....	54
表 4-1-1	受訪者基本資料.....	58
表 4-1-2	受訪者參與行為特性分析表.....	61
表 4-2-1	農業體驗活動「參與動機」統計分析表.....	62
表 4-2-2	受訪者背景變項與參與動機之差異分析表.....	64
表 4-3-1	農業體驗活動整體「休閒效益」統計分析表.....	66
表 4-3-2	不同類型農業體驗活動「休閒效益」統計分析表.....	67
表 4-3-3	整體農業體驗活動休閒效益之差異分析.....	68
表 4-3-4	農耕採摘體驗活動休閒效益之差異分析.....	71
表 4-3-5	農村文化體驗活動休閒效益之差異分析.....	73
表 4-3-6	農村生態體驗活動休閒效益之差異分析.....	76
表 4-3-7	農產品加工體驗活動休閒效益之差異分析.....	79
表 4-3-8	農村景觀體驗活動休閒效益之差異分析.....	81
表 4-4-1	農業體驗活動參與動機與休閒效益之相關分析表.....	86
表 4-4-2	整體參與動機對整體休閒效益之迴歸分析表.....	91

第一章 緒論

第一節 研究背景

台灣在 2002 年加入 WTO 後，開放農產品進口，面對低價的進口農產品衝擊，台灣農產品競爭力相對薄弱；農業的升級與轉型，將是農業發展的必然之路，求「變」則是求生存的不二法則。台灣農業自 60 年代末期開始式微，農政單位即致力於改善農業結構，尋求新的經營方式，過去倡導的多角化經營，以及目前因應 WTO 而積極輔導的農業轉型，均是希望突破農業發展瓶頸，提高農民所得及繁榮農村社會。農業轉型有幾個途徑：一是精緻化，轉向有機農業及高經濟作物；二是科技化，開發生技業、開發健康食品；三是休閒化，由傳統農業轉型休閒農業，運用農村資源，結合觀光產業，發展農村觀光休閒事業（農委會，2007）。

行政院農業委員會（以下簡稱農委會）為協助農村發展，將農業與觀光結合，發揮農業生產、生活及生態的休閒功能，期能為農業經營的困境找到一條生存之路。依據交通部觀光局 2008 年台閩地區主要觀光遊憩區遊客人數統計達 155,394,052 次與 2001 年實施週休二日 102,717,932 人次比較成長 51.3%（交通部觀光局，2008）。此數據顯示國人從事觀光遊憩的頻率相當高，且逐漸蔚為風尚，休閒旅遊目前在國內正蓬勃發展包括休閒農業、主題樂園、育樂世界等休閒產業紛紛成立，隨著國人教育程度普遍提升、週休二日效應及產業結構改變，取代以往勞力密集的工作時數，可自由支配之休閒時間隨之增加，更覺醒到從事休閒活動對國人生活型態的改變趨勢，而都市地區人口快速成長，每天生活在塵囂瀰漫的環境中，加上休閒遊憩設施與空間上呈現擁擠不足現況下，促使國人逐漸轉向參與農業休閒遊憩活動，體驗農村生活，藉回歸大自然等活動來慢活，放慢自己的生活節奏，緩下來擁抱生命，改善生活品質及紓解工作壓力（徐國全，

2008)。可見國內的休閒旅遊市場正在成長中，而農業休閒旅遊及農業體驗活動也逐漸為國人旅遊市場所重視，如何提供休閒旅遊市場所需的「產品」將是決定在此觀光休閒旅遊市場之關鍵成功因素，配合此一趨勢，休閒農業的開發將成為傳統農業轉型最可能成功之途徑。

自 1990 年開始，農委會將發展休閒農業列入農業政策中，有計畫輔導休閒農業之發展；修訂休閒農業相關法規，加強休閒農業教育訓練與宣導工作，劃定休閒農業區與休閒農場設置，成立休閒農業相關產業團體與組織，推動休閒農業旅遊活動，這些政策措施無不期盼加速休閒農業發展以及永續經營（陳昭郎，2008）。期能發揮農業生產、生活及生態的休閒功能，為農業經營的困境找到一條生存之路。本研究從事休閒農業輔導工作多年，發現僅針對輔導農業轉型及規劃休閒農場設施、活動外，更應從遊客對休閒農業體驗活動之參與動機及參與後之效益作為探討，以了解遊客需求及農業體驗活動之市場定位。從而輔導休閒農場設計出符合市場需求的農業體驗活動項目。

綜上所述，台灣的傳統農業發展已然面臨嚴重的經營困境，在經濟環境快速變遷的時代，農業對國家的重要性仍是不容忽視的，但如何保有農業的本質，創新農業的價值，為農民的生計找到最佳的經營模式，是未來農業轉型的重要目標，故由休閒農業體驗活動參與者的參與動機及休閒效益，藉以探討休閒農業體驗活動能否為觀光休閒旅遊市場所接受。

第二節 研究動機與目的

政府雖重視農村的發展，積極協助農業轉型，並認為休閒農業的發展對農業轉型具有實質效益。近年來休閒農業的發展逐漸獲得傳統農業轉型

之認同，但對於大眾旅遊市場及消費者之接受度為何，是否可建立未來旅遊市場新的遊憩模式，值得進一步的探討。

隨著旅遊風氣的盛行，知識觀光、體驗經濟的時代來臨，加上政府國民旅遊政策的配合，旅遊消費人口正逐年增加中，旅遊消費者對於觀光旅遊的模式是否仍然一成不變，值得深入探討。黃明耀（2006）認為國人對於旅遊的觀念已然改變，不再侷限傳統旅遊景點與都市遊程，尤其是日常身處都市叢林者，則常懷回歸自然與懷舊的心情，享受田園悠閒時光。農業之所以具有休閒之潛力，除了由於它具有鄉村性，地方性和生態性外，還在於此一初級產業具有獨特的生產過程，那是一種直接結合人力、物力與地力而能創造百物的原始過程，既有別於工業化之輸送帶加工生產，也有別於其他服務業之消費性的送往迎來（黃昭瑾，2002）。這種初級產業的生產特質對大多數早已脫離農業生活的都市居民而言本身即具有巨大的生活體驗誘因。

近來休閒農業在國內的發展甚為廣泛，若能適時將農業體驗活動導入觀光旅遊項目中，相信不僅解決了農業發展面臨消失的窘境，也為台灣觀光旅遊市場之消費者增加不同的旅遊選項。但農業體驗活動與一般觀光旅遊方式是不同的，農業體驗活動主要以當地農業、農村資源為元素，作為休閒農業體驗活動設計的基礎，有別於投入資金便能營造旅遊情境的觀光產業。因此經營者不但須了解本身所擁有的資源，更應了解參與者之認同，從參與者身上獲得回應以作為資源應用在活動設計之參考，學界對於休閒農業方面的研究亦頗多，陳美芬（2002）指出一般對休閒農業或觀光旅遊的消費之相關研究，多以消費者行為作發展主軸，著重在遊憩需求研究為主。黃怡萍（2008）則認為目前國內有關休閒活動類型方面之研究偏重於遊客體驗及體驗滿意度之分析，例如探討休閒農業區的遊客體驗類型或是有關活動體驗及滿意度的探討。若僅以一般觀光旅遊的消費需求面作

探討，往往為迎合傳統觀光旅遊消費者之需求而忽略了休閒農業發展的本質。因此休閒農業與觀光旅遊市場應該有所區隔，否則休閒農業將流於旅遊商品般的販賣意象，缺乏其在地發展的獨特性，而以在地性的意象來經營休閒農業，才是休閒農業遊憩發展的潛力所在（陳美芬，2002）。

綜上所述，休閒農業的發展應與一般觀光旅遊市場有所區隔，為了解休閒農業體驗活動是否為遊客所接受。本研究試圖以農業體驗活動參與者的角度，了解遊客參與休閒農業體驗活動之動機以及參與後之休閒效益，並分析不同背景之參與者其參與動機及對農業體驗活動之偏好以及所獲得之休閒效益的差異，以作為目前休閒農業經營者及未來相關單位輔導休閒農業發展及體驗活動設計之參考。

根據以上的研究動機，本研究期望達到以下的研究目的：

- 一、了解遊客農業體驗活動之參與動機。
- 二、分析遊客參與農業體驗活動後的休閒效益。
- 三、探討遊客農業體驗活動參與動機與休閒效益之關係。

第三節 研究範圍

本研究選擇以台東縣關山鎮親水休閒農業區為研究範圍，該區內農業資源豐富，且以農業體驗活動為其經營主軸。關山鎮親水休閒農業區於2004年經農委會公告成立，總面積為290公頃，並以全國第一條12公里環鎮自行車專用道為主軸，串聯園區內各個農場，其間以自行車作為遊客在園區內之交通工具，關山鎮親水休閒農業區成立之初即以發展農業體驗活動為主要訴求，區內經數年來的發展，已有多項活動以體驗為號召，吸引不少旅遊市場之注意。

關山鎮親水休閒農業區目前提供遊客之體驗活動包括：一日農夫插秧體驗活動、採果體驗活動、水稻收割體驗活動、警察文物參觀體驗活動、布農文物參觀體驗活動、農村民宿住宿體驗活動、環鎮自行車之旅體驗活動、蜜蜂生態導覽解說體驗活動、甲蟲生態導覽解說體驗活動、釋迦乾果飾品 DIY 體驗活動、米食糕點 DIY 體驗活動、蜂蠟蠟燭 DIY 體驗活動、竹片便當 DIY 體驗活動、古早碗公飯 DIY 體驗活動、製米過程 DIY 體驗活動、香草餅乾 DIY 體驗活動、竹藝創作 DIY 體驗活動、花海景觀體驗活動、彩繪稻田景觀體驗活動等各種類型的農業體驗活動。本研究希望藉由參與前述農業體驗活動之遊客了解其參與動機及獲得之休閒效益之差異及其間是否有所相關。

第四節 研究流程

本研究根據研究動機確定研究目的後，提出研究流程如下（圖 1-4-1）

- 一、首先提出研究背景，並依研究動機確定研究主題與研究目的。
- 二、經確認研究主題及目的後，思考研究之範圍，蒐集國內、外相關文獻，並加以整理，由相關文獻之蒐集與探討，擬定研究方法。
- 三、根據上述的研究目的及文獻探討，建立研究架構。
- 四、問卷設計：參考相關研究資料，加以修正討論彙整後，擬定內容，進行問卷調查（問卷發放、回收問卷）。
- 五、依據上述問卷回收之資料，將資料整理與建檔作業後利用統計分析軟體進行分析與討論。
- 六、最後依據研究結果提出結論與建議。

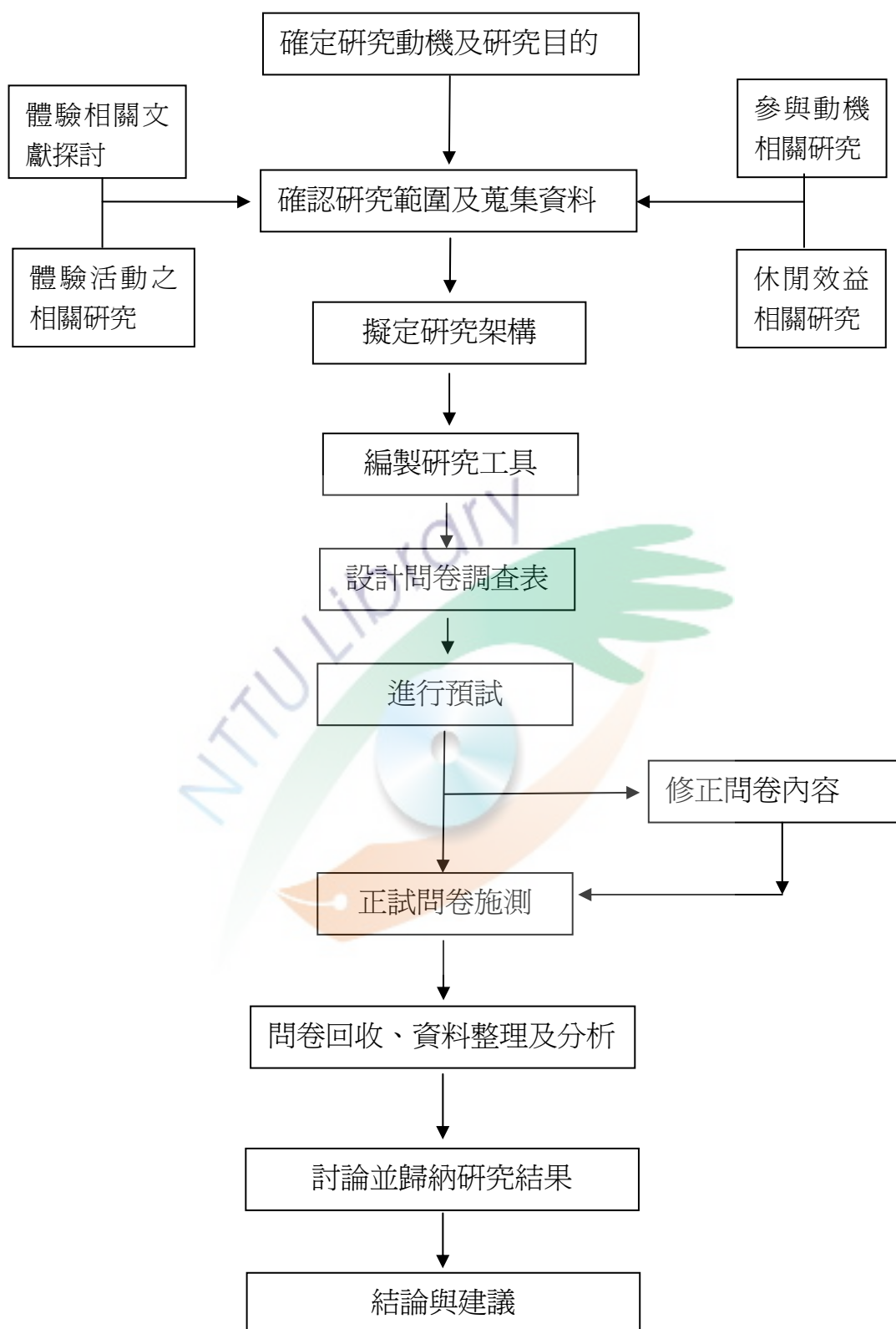


圖 1-4-1 研究流程圖

第二章 文獻探討

本章將回顧國內外相關文獻及理論，全章共分為四節，第一節為體驗的意涵，第二節為農業體驗活動之探討，第三節為休閒參與動機，第四節為休閒效益相關理論與研究。

第一節 體驗的意涵

一、體驗的定義

體驗 (Experience) 一詞源於拉丁文「Experiential」，意指探查、試驗。而在 Bernd H. Schmit 所著體驗行銷 (Experiential Marketing) 中亦提到體驗是發生於對某些刺激回應的個別事件。體驗包含整個生活本質，通常是由事件的直接觀察或是參與造成，不論事件是真實的、如夢般的、或是虛擬的，且體驗通常不是自發的而是誘發的 (王育英、梁曉鶯，2000)。「體驗」字面上的解釋是親身經驗之意。而體驗式的經濟則是企業以服務為舞台，以商品為道具，環繞消費者，創造出值得消費者換一段難忘的經驗或回憶的活動 (林梓聯，2001)。「體驗」也是參與者進行某些活動或事件時，與周遭的刺激互動後，所產生的主觀認知和個人感受 (張文宜，2005)。

「體驗」是來自個人的心境與事件的互動，所以沒有一個人的體驗會跟別人完全一樣；因此是內在的，存在個人心中，是個人在形體、情緒、知識上參與的所得 (段兆麟，2008)。

有關農業體驗對休閒農業經營者而言既是以農場為舞台、以農特產品、田園自然景觀、民俗文化為道具，透過服務的方式，為遊客創造出值得回憶的活動。其中商品是有形的，服務是無形的，而創造出的體驗是令

人難忘的。在體驗經濟的時代，只有提供產品或服務已不足以滿足消費者的需求，讓消費者藉由體驗獲得難忘而愉悅的感受（段兆麟，2000、蘇寄萍，2005、陳昭郎，2007）。而在消費體驗方面包含了顧客與企業間的各種交流，即購物前後一系列會影響顧客未來消費決策的活動，具有獨特和高附加價值等特性，因此體驗是參與者進行某些活動或事件時與周遭的刺激互動後，所產生的主觀認知和個人感受（陳美芬，2008）。

體驗因遊客的參與程度是主動或被動及遊客在參與時情境的不同，可分為四大類（如圖 2-1-1）說明如下。

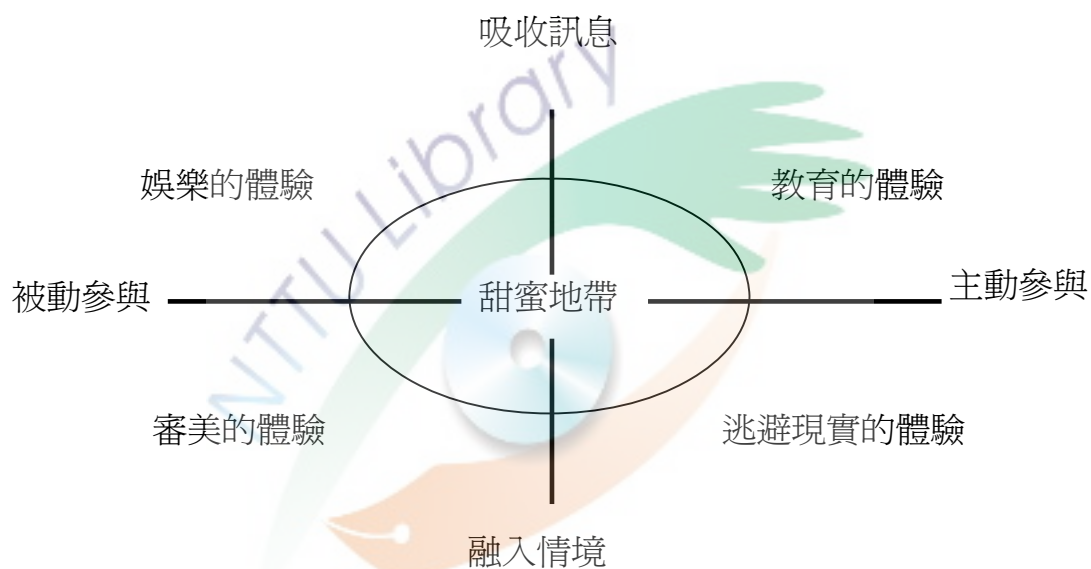


圖 2-1-1 體驗的性質區分

資料來源：夏業良、魯煒譯（2003）

- (一)娛樂的（Entertainment）體驗：娛樂不僅是一種最古老的體驗型態，而且也是最普通及最親切的體驗，但大多數人在他們視為是娛樂的體驗中，只不過是被動的透過感覺吸收體驗。
- (二)教育的（Educational）體驗：雖屬於主動參與，但對參與者來說正在吸收的資訊並不是參與者很清楚的事件。透過教育體驗在積極參與的同時，也吸收他面前展開的事件。

(三)逃避現實的（Escapist）體驗：逃避現實體驗的遊客，是積極參與一種令人沉迷的環境，典型逃避現實的體驗所要求的環境包括主題公園、賭場、虛擬實境遊戲等。

(四)審美的（Esthetic）體驗：在這樣的體驗中，人們沉浸於某一事物或環境中，而極少會對環境或事物造成影響或根本沒有影響。

以上四種體驗的差別在於，參與有教育意義的體驗是想學習；參與逃避現實的體驗是想去做；參與娛樂的體驗是想感覺；而參與審美體驗的人就是想到現場去。B. Joseph Pine II 與 James H. Gilmore 認為最豐富的體驗會包含四個領域的各個面向，也就是處於四個面向交會的「甜蜜地帶」體驗（夏業良、魯煒，2003）。一項令人難忘的體驗活動設計應不只讓遊客產生一種體驗，而要包含多方面的體驗。

以個人心理感受為主要訴求的體驗理論（Experience）逐漸興起，並形成觀光休閒活動規劃設計的主流。遊客運用自己的感官，在視覺、聽覺、嗅覺、味覺及觸覺上，形成個人整體的心理感受，以獲得感性的愉悅及知性的充實，已成為觀光休閒體驗活動設計的最高方針。故以提供體驗為核心的商品或服務的經濟活動已然蓬勃發展（段兆麟，2002）。

綜合上述各家看法後整理體驗意涵之觀點（如表 2-1-1）所示。

表 2-1-1 體驗意涵彙整表

研究者	體驗之意涵
Csikszentmihalyi（1975）	人們進行活動時，若完全投入且專注於情境中，即進入一種舒暢的沉浸狀態--「Flow Experience」。
Holbrook 與 Hirschman（1982）	是個體性的事件，來自於消費時與所得的刺激相互動而成，通常帶有重要的情感意義。
Privette（1983）	沉浸體驗是一種經常發生於遊戲、運動或繪

研究者	體驗之意涵
	畫上的樂趣。
陳水源（1988）	遊憩體驗是遊客參與活動的過程中，從環境獲得訊息與刺激，經自我認知處理後，所呈現的各種生理、心理狀態。
Ghani 與 Deshpande（1994）	沉浸體驗的參與者會完全專注於活動中，且從中獲得享受，因此重視的是中間的過程，而非最後的結果。
Otto 與 Ritchie（1996）	休閒及觀光的體驗可視為參與者主觀的心理狀態。
Pine 與 Gilmore（1999）	是當一個人達到情緒、體力甚至精神的某一水平時，意識中所產生的美好感覺。
Schmitt（1999）	是對某些刺激回應的個別事件，帶有永遠的新奇感。
Mathwick et al.（2001）	是種認知狀態；係透過服務和產品，來獲取消費者投資報酬、服務優越性、美感、趣味性等四類的體驗價值。
林梓聯（2001）	字面上的解釋是親身經驗之意，簡單易懂，但體驗式的經濟是企業以服務為舞台，以商品為道具，環繞消費者，創造出值得消費者換一段難忘的經驗或回憶的活動。
LaSalle 與 Briton（2003）	是顧客與產品、企業之間的互動所造成的反應。
何雍慶、蘇子炘、張永富（2004）	消費者體驗具有獨特性、持續性、參與性、創新性、高附加價值性等五項特點。

研究者	體驗之意涵
張文宜（2005）	是參與者進行某些活動或事件時，與周遭的刺激互動後，所產生的主觀認知和個人感受。
陳墀吉、李奇樺（2005）	可視為個體受到外界刺激後，經由感知的過程而產生的生理及心理反應。
蘇寄萍（2005）	就是休閒農業經營者以農場為舞台、以農特產品、田園自然景觀、民俗文化為道具，透過服務的方式，為遊客創造出值得回憶的活動。
陳昭郎（2007）	在休閒農業的詮釋，就是農場以服務為舞台、以商品為道具，環繞著遊客，創造出值得遊客回憶的活動。
段兆麟（2008）	是消費者內在的心理感受，存在個人心中，是個人在形體、情緒、知識上參與的所得。
陳美芬（2008）	是參與者進行某些活動或事件時，與周遭的刺激互動後，所產生的主觀認知和個人感受。具有獨特和高附加價值等特性。

資料來源：本研究整理

綜合上述可知，透過體驗可以創造所謂的甜蜜地帶，透過體驗可以大大提升商品的價值，所以休閒農場的經營者必須意識到，「體驗」在未來的市場經濟中意味著商機與競爭力。故本研究認為體驗在農業體驗活動中為包裝傳統農業資源，透過遊客感官的刺激，超越商品及服務，讓遊客在心理上獲得值得回憶的活動。

二、體驗的內涵

農產品構成了農業經濟發展的基礎，但大規模的產業革命（工業革命）之後，徹底改變了人們的生活方式，產業結構及經濟發展模式也有了變化。初級產品是可替換的，商品有形、服務無形而體驗令人難忘，此為體驗經濟的時代的特質。

體驗經濟的概念早在 1940 年代就已萌芽，並以美國哈佛管理學院約瑟夫·派恩（B. Joseph Pine II）與詹姆士·吉爾摩（James H. Gilmore）合著體驗經濟（Welcome to the Experience Economy）一書之出版前、後將體驗概念分為萌芽階段及成熟階段（段兆麟，2008）。體驗概念萌芽階段的研究者認為消費者是理性與感性兼具的決策者，除了追求效益和經濟，也會為了表達自我、享受樂趣和美感而消費。消費者真正需求的，不再是商品本身，而是一種感覺性的個性化體驗（張文宜，2005）。其中各研究者均已提出有關體驗之概念，但仍處於各自主張較為模糊的概念；體驗概念成熟階段直到 B. Joseph Pine II 與 James H. Gilmore（1998）認為，展示體驗能大大提昇創造商品的價值，在競爭的市場中有更高的差異化及受到顧客的需要；他們提出經濟價值演進（Progression of Economic Value）的四個階段（如圖 2-1-2），由此才將體驗經濟作一完整的論述，茲將其進一步說明如下

- (一)初級產品：初級產品是從自然界發掘和提煉出來的材料，如動物、礦物和植物等。初級產品是可替換的（fungible），它們是天然性的。初級產品是沒有差異性，因此在銷售市場上是以最簡單的供需關係決定價格，當供過於求時即難以獲利。農產品構成了農業經濟發展的基礎，後來因為工業革命使得手工業迅速走向機械化，使得初級產品向商品轉化。
- (二)商品：把初級產品當作原材料，生產並儲存大量的有形產品透過商店、

商場或以訂貨的方式賣給廣大的消費者。初級產品在生產過程中發生本質的變化，基於生產成本和商品特性的不同，而有了區別定價。此一時期稱便進入所謂工業經濟模式。隨著生產技術的自動化，工廠所需的人員減少，大量產出的商品則帶動服務業需求，吸引了從農業和製造業退出的勞力轉而投入服務業，促成經濟體系的再度轉型。

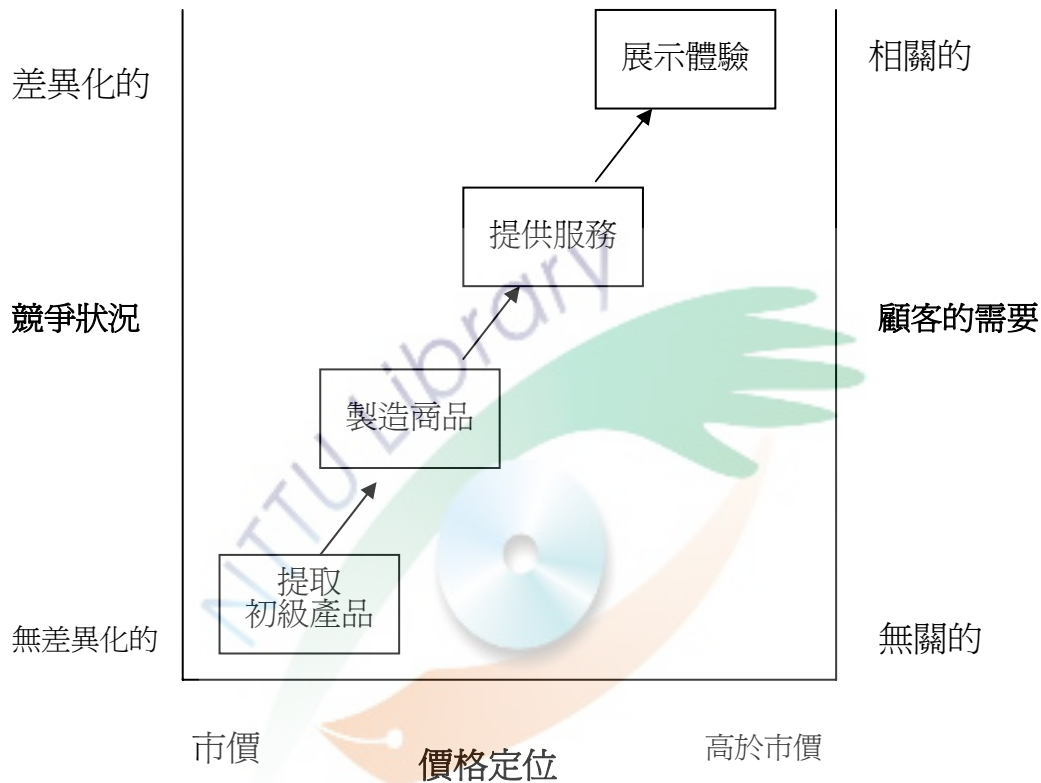


圖 2-1-2 經濟價值遞進圖

資料來源：B. Joseph Pine II and James Gilmore (1998)、夏業良、魯煒 (2003)

(三)服務：服務是根據已知的客戶需求進行客製的無形活動。服務人員以商品為基礎，為特定客戶或客戶指定的財產或物品服務。消費者不易察覺商品間的差別，而是看重所能享受的服務。所以僅有產品和服務已經不夠了，一種新的、剛出現的經濟正在取代服務經濟，而且它建立在一種完全不同的經濟產出基礎上。

(四)體驗：Pine 與 Gilmore (1999) 指出，體驗是使每個人以個性化的方式

參與其中的事件，當體驗展示者的工作消失時，體驗的價值卻彌留延續參與的事件，使其留下難忘的愉快回憶。故透過體驗，企業可以把產品和服務包裝起來，使之與眾不同，附加價值最高。體驗經濟將已存在的產品和服務用體驗包裝起來，使之與眾不同，引導顧客參與其中，將服務轉化為難忘的體驗。因此企業需採用不同的思維方式來與消費者互動，運用體驗取悅顧客，豐富產品或服務的面向，使其由平凡變得非凡，甚至無價（夏業良、魯煒，2003）。

20世紀初的經濟模式由工程與製造創造了產品的價值，而成本與功能為產品獲利驅動的主要因素；但2000年起的經濟模式由企業與消費者整合為一體共創產品的價值，而產品獲利驅動的主要因素卻來自產品與企業的體驗，其交易模式更由生產型轉型為體驗型，由此亦可知，消費者和企業之間的互動更為積極，而且其共創體驗的品質是未來競爭的關鍵。因此企業應重視與消費者互動的相關層面，以提供具吸引力的體驗。

就體驗的內涵而言參與不同的體驗活動有其不同的內涵，例如在音樂休閒體驗內涵包括音樂休閒覺知、音樂休閒技能、音樂休閒資源以及音樂心流經驗。在音樂休閒覺知方面，因外在音樂休閒體驗中挑戰與技能達到平衡，在表演中觀眾的立即回饋，使研究參與者出神入化、享受其中，產生心流經驗（呂佳容，2004）。在有機農場中結合生產、生態及知性的有機農業教育體驗則以「農事體驗」及「生態活動體驗」為主要體驗內涵（王柔蘋，2006）。有機農業之體驗能使人回歸自然，達到休閒、休養之目地，有助於人格之養成，亦可瞭解農村生態之重要性，培養愛護鄉土之觀念；亦可經由有機農業之體驗，瞭解農村產業活動特色、文化特色、觀賞大自然美景、呼吸新鮮空氣、放鬆心情、緩和緊張之生活步調，有利消費者之身心健康（鄭詩華、黃靖茹，2005）。在參加節慶活動體驗時又分為認知性節慶體驗、情感性節慶體驗、意義性節慶體驗。其體驗內涵在認知性節

慶體驗包括「增進自我體認」、「放鬆減壓」、「探索新奇事物」、「個體的自主」、「豐富家庭互動」、「生心理安全」、「結識新交」、「購物」八個構面。在情感性節慶體驗包括「自在快活」、「思鄉情愁」、「豁然開朗」三個構面。在意義性節慶體驗則包括「寓教於樂」及「自我認同」兩個構面（江千如，2008）。

綜上所述參與不同的體驗活動，所感受的體驗內涵亦有所差異，故體驗的內涵在於休閒農業的運用，為利用人類喜愛自然、親近自然的天性，運用農業資源提供人們親近大自然、回歸純樸的農村生活、找回農村文化及了解農業知識的方式。

第二節 農業體驗活動之探討

一、農業體驗的資源

企業經營以資源特性作為內部環境的重要因素者，形成所謂的「資源基礎理論（resource-based theory）」。企業內部資源是否有效開發利用及如何取得、累積與培育資源，利用這種優勢的核心資源來發展最適的策略模式，應用在休閒農業，就是要創造讓遊客感覺有價值的特色，休閒農業所擁有的基礎資源就是農業資源與農村資源（段兆麟，2008）。

休閒農業係利用其生產環境、生產過程、農業產品及農村自然與人文景觀作為休閒遊憩的基本條件。由於不同的資源，將提供不同的遊憩活動；為使農業資源合理利用，避免未來休閒農業惡性競爭，喪失發展休閒農業之意義，且降低遊憩品質，有必要將有關休閒農業資源加以分類（王小璘、張舒雅，1993）。

所謂農業資源乃指所有能夠投入休閒活動之農業生產、農民生活以及

農業生態等要素（葉美秀，1998）。就資源性質而言，休閒農業兼具農業和休閒的特性包括 1.保有鄉土草根性。2.具有啟發城鄉之互動性。3.保有生命永續性。4.具有農村環境教育之機能。就利用而言，則須考慮不同的利用方式對景觀資源提供遊憩使用具有 1.不可再生性。2.不可復原性。3.不可移動性。4.珍貴稀有性（王小璘、張舒雅，1993）。休閒農業與一般觀光或風景區最大的差異乃在於它是以農業和農村資源來提供休閒或遊憩的功能，因此它可將地理景觀、農村人文藝術、民俗技藝、森林旅遊、農耕作息、牧野風光、教育農園、農村生活空間，以及農村設備等資源納為規劃範疇（陳墀吉、陳德星，2005）。如何將傳統的農業以體驗作包裝，創造新的經濟價值，首先應就農業及農村中可作為農業體驗活動的資源加以探討。

王小璘、張舒雅（1993）在「休閒農業資源分類系統之研究」中提出為使農業資源合理利用，有必要將休閒農業資源加以分類

- (一)自然環境之資源，指天然因素所造成的自然環境風貌，如斷岩、海峽、季節變化等。
- (二)農林漁牧動物之資源，指一般農藝作物及園藝作物、森林作物及漁類、畜牧、野生動物等。
- (三)人文資源，指人為因素所造成的人文環境風貌，或具有文化價值上的條件等資源皆屬之。

林梓聯（2001）認為台灣農村可用於體驗的資源非常豐富，將其歸類為自然環境、景觀、產業、人力與文化等，分述如下

- (一)人：地方意見領袖，有組織有活力喚起造村運動共識，帶領農村建設，農產業發展、農村生活改善，以及著名的歷史人物、擁有特殊技藝的人，如文書、畫、音樂、運動、藝術，有特色的領導和帶動地方住民活動。

(二)地：指自然資源，如特殊的溫泉、青山、綠水、雪、泥土、土層、沙堆、沙丘、梯田、鹽田、濕地、草原、鳥、魚、昆蟲、野生動物及生態環境等。

(三)產：指生產資源，農林漁牧產業、手工藝、飲食、加工品、藝術品以及拓展產業機能之觀光、休閒、教育、體驗農業、市民農園及教育農園等。

(四)景：指自然或人文景觀。如森林、雲海、湖泊、山川、河流、海岸、夕陽、星辰、古蹟、地形、峽谷、瀑布、庭園、文化財、建築等。

(五)文：各種文化設施與活動。如寺廟、古街、礦坑、傳統工藝、石牆、石板屋、童玩，有特色的美術館、博物館、工藝館、研究機構、傳統文化與習俗活動等。

江榮吉（1997）、段兆麟（2008）將農業、農村可提供體驗的資源，分為自然資源（nature resources）、景觀資源（landscape resources）、產業資源（industry resources）、文化資源（culture resources）、人的資源（human resources）等五類（如圖 2-3），其認為這些都是設計休閒農業體驗活動的基礎，以下分別說明：

(一)自然資源：指天然因素所造成的自然環境風貌。包括：1.氣象資源、2. 植物生態資源、3.動物生態資源、4. 水文資源。

(二)景觀資源：指自然地形及基於農村文化生活所形成的景觀資源。包括：
1. 地形地質景觀、2.植物景觀、3.動物景觀、4.農村產業景觀、5.牧野風光、6.農村設施景觀。

(三)產業資源：包括與農業生產相關之農具，畜養之家禽、家畜等。包括：
1.各種農園、林產、畜牧、水產養殖等產品均是設計體驗活動的主要資源。
2. 農業、畜牧業、水產業經營的各階段，皆適合搭配遊憩服務，提供體驗的機會。

(四)文化資源：凡與食、衣、住、行、育、樂等各種和生活息息相關的項目。

包括：1. 傳統建築資源、2. 傳統雕刻藝術及手工藝品、3宗教日民俗活動、4.各種文化設施與活動、5.畜牧村落民俗節慶活動。

(五)人的資源：指人文環境風貌或具有文化價值上的條件等資源。

- 1.農村地方上的歷史人物或當今知名人物。
- 2.當今知名人物，如歌手藝人、百歲人瑞等。
- 3.具有特殊技藝的農民匠師，如技術精練的牧羊人、花招百出的馴獸師、剪羊毛師傅、藺草編織師傅、撒網高手、巫師等。

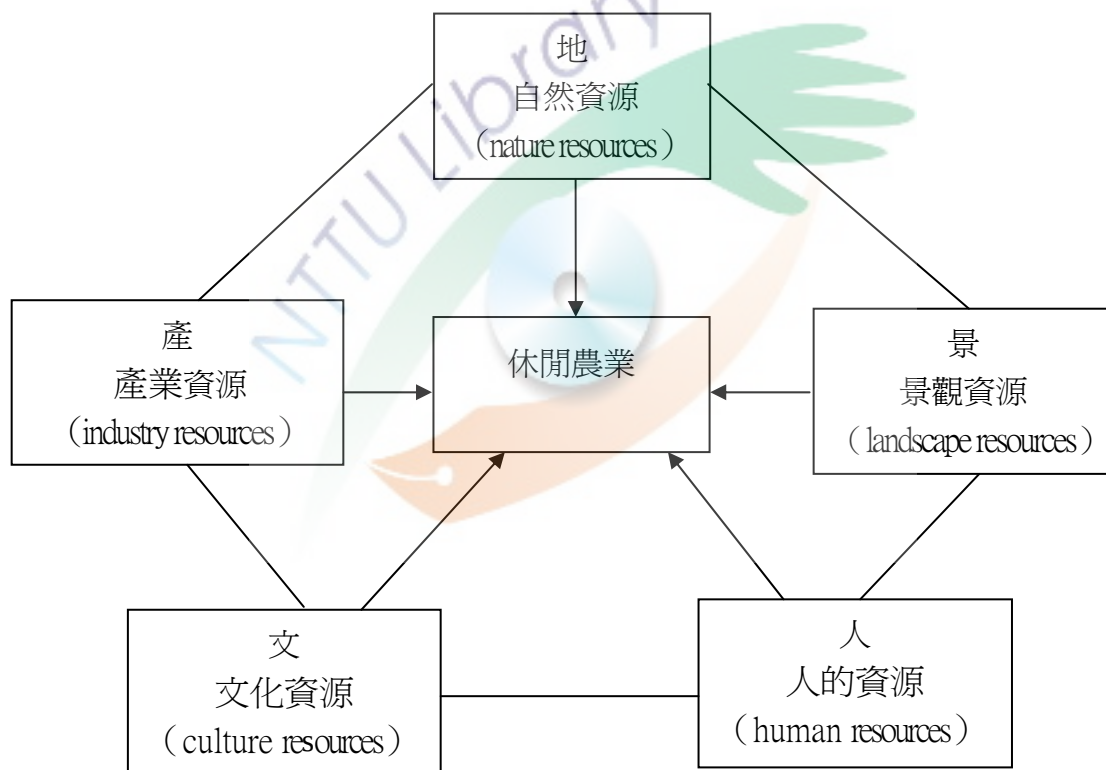


圖 2-2-1 休閒農業資源構面
資料來源：江榮吉（1997）、段兆麟（2008）

綜觀前述農業及農村可作為農業體驗活動之資源非常豐富，如何將如此豐富的資源善加利用，以服務為舞台，創造出值得讓消費者付費換得一段難忘的經驗或回憶的活動，則需再探討。本研究綜合上述的資源分類，

將農業資源歸類為三大類：

(一)農業生產資源

- 1.農作物：水稻、小米、蕃茄、百香果、草莓、高接梨、香丁、酪梨、水蜜桃、甜柿、高山茶、食用甘藷以及各類蔬果、桂竹等。
- 2.農耕活動：插秧、施肥、採果、種菜、種花、收割、套袋、除草等。
- 3.農具：古農機具展示、插秧機、割稻機、曳引機操作及認識。
- 4.家禽家畜：雞、鴨、鵝、豬、牛等。

(二)農民生活資源

- 1.農民本身：稻米達人、養蜂達人、田媽媽等。
- 2.農村生活：客家、原住民風味餐、在地小吃美食、客家米食糕點、穀倉、碾米廠、老火車站、古早警察局、廟宇、腳踏車、鄉村民宿。
- 3.農村文化及慶典活動：竹藝童玩、八部合音、原住民舞蹈、客家山歌、豐年祭等。

(三)農村生態資源

- 1.農業氣象：利用星象指路、24節氣與農作物間的關係、以植物生長或動物行為預測天氣等。
- 2.農村地理：山形、地勢、河川、水池、斷層、縱谷地形、水利設施等。
- 3.農村生物：蝴蝶、甲蟲、蜜蜂、野鳥、螢火蟲、金寶螺（外來物種等）、農作（害蟲、益蟲等）。
- 4.農村景觀：田園四季景觀、農村聚落景觀、水圳等。

二、農業體驗活動的類型

在休閒觀光旅遊發展邁向精緻化與深度化的時代，以往走馬看花式的旅遊方式，已經無法滿足遊客的需求，而新的趨勢是讓遊客親身參與並融

入其中，追求各種不同的體驗活動，獲取難忘的經驗與回憶，同時滿足心理真正需求。因此追逐新穎的活動設計與定點深度的旅遊型態，成為現階段發展的新趨勢（陳墀吉、陳德星，2005）。國內學者針對休閒農業活動類型之研究分類各有不同，如依不同的農業資源所提供不同類型之戶外活動類型，而將其分為1. 農產品採摘活動、2. 參觀農業生產過程之活動、3. 休憩觀景活動、4. 鄉土民俗文化活動、5. 參觀展示活動、6. 體驗農園活動、7. 遊憩體驗活動、8. 比賽、研習活動、9. 野外環境教育、10. 渡假住宿、11. 野炊燒窯活動、12. 野營活動、13. 其他等13種類型（王小璘、張舒雅，1993）。亦有研究者依人、文、產、地、景等體驗農業資源構面，將國內休閒農業的體驗活動分類為1.生態教育型、2.知性休閒型、3.遊憩體驗型、4.自然養生型、5.古蹟巡禮型、6.農漁村生活體驗型、7.傳統藝術創造型、8.民俗活動型、9.宗教慶典型、10.人文資源體驗型、11.渡假住宿型、12.文化體驗型等12種（李煌仁，2004）。依據不同的活動帶領技巧將體驗活動分類為（陳美芬，2004）

- (一)採摘型體驗：主要利用生長在農業環境的產業資源，提供採摘、品嚐、購買、觀賞等活動。
- (二)觀賞型體驗：參觀農業生產過程之活動利用農業資源的生產、培育、採收、加工、食用、研究、管理、拍賣販售等過程，作為一系列的參觀活動。
- (三)環境資源體驗：以自然景觀的觀察活動為主，利用鄉村特殊的自然景觀，包括當地的氣候、地質、地形、水文、生態等資源，由實地觀察瞭解其成因與特質。
- (四)懷舊體驗：與農村的生活、鄉土民俗活動有關的活動，包括鄉村地方的習慣、傳統慣例、禮貌、風俗及民德。
- (五)遊憩體驗：農業環境資源提供戶外遊憩體驗的機會，如坐牛車、踩水

車、騎腳踏車、推石磨等。

(六) 農耕體驗：將部份農耕過程提供作為體驗的活動內容，如插秧、割稻、種菜等活動。

以體驗活動觀點將體驗活動歸納為生態教育型、知性休憩型、遊憩體驗型、自然養生型、古蹟巡禮型、農漁村生活體驗型、傳統藝術創造型、民俗活動型、宗教慶典型、人文資源體驗型、渡假住宿型、文化體驗型等（吳明峰，2003）。茲說明如下：

(一) 生態教育型體驗活動：運用園區內豐富的動植物資源，以生態導覽、生態保育與教育解說等方式，傳達出休閒農業對生態保育、自然休閒與生物多樣性的觀念及做法，迎合民眾追求生態與休閒並重的需求。如紅樹林生態之旅、濱海生態體驗等體驗活動。

(二) 知性休閒型體驗活動：透過園區內的景觀與自然資源，設計提供民眾親子戶外踏青、團體參訪等充滿知性並富休閒性質的體驗活動。如北關海潮巡禮、老樹尋根之旅、賞梅之旅等。

(三) 遊憩體驗型活動：讓民眾親身參與活動，或運用材料製作成品，讓民眾在娛樂與學習中體驗農業寬廣的內涵。如耙文蛤活動、漁塭灑手網體驗、玉蘭花書卡製作等。

(四) 自然養生型體驗活動：利用園區內的山林景觀與農特產品資源，設計出適宜民眾休閒遊憩、運動養身與餐飲饗宴需求的體驗活動。如蓮花餐饗宴、梅餐美食體驗、鱒魚餐饗宴、千年檺木登山健行、森林浴等。

(五) 古蹟巡禮型體驗活動：運用當地充滿地方文化色彩的建築，加以設計成遊程或體驗活動，讓民眾在參與時了解當地的文化與歷史變遷，激發民眾思古與懷舊之情。如古厝文化導覽巡禮、彩虹橋巡禮、菸樓巡禮、采田福地巡禮。

- (六)農漁村生活體驗型活動：以農村、漁村的生活方式，帶給民眾不同於都市生活喧囂及緊湊生活的體驗，以鄉村嫻靜悠閒的生活步調及村民間的互動，提供民眾休閒與回味。如下田插秧、補魚網、餵食禽畜等。
- (七)傳統藝術創作型體驗活動：以當地傳統的手工藝製作，及融合現代潮流的藝品創作，結合教學或體驗活動的方式，讓民眾了解及學習傳統文化與藝術之間的關聯，彰顯當地文化特色與藝品風采。如體驗客家藍染、桂竹之藝品 DIY 與跣趾陶研習。
- (八)民俗活動型體驗活動：運用地區性或具濃厚當地文化色彩的民俗活動，提供民眾感官刺激，及熱鬧的歡慶氣氛，表現出當地文化的生動活潑與深蘊內涵。如觀賞祥獅獻瑞、觀賞十八嬭民俗活動、觀賞鼓王爭霸戰、體驗阿美族豐年祭等。
- (九)宗教慶典型體驗活動：以當地的宗教信仰與慶典活動，滿足民眾一探宗教風采，與體驗各地不同宗教文化差異的好奇。如大陳媽祖遶境、體驗賽夏矮靈祭、浴佛節之旅、媽祖文化節等。
- (十)人文資源體驗型活動：以當地富歷史性價值的人物，或具有特殊技藝者作為吸引民眾造訪的主軸。如以馬階醫館及故居設計巡禮行程，觀賞御賜旌表頒聖旨活動、希拉雅族傳統風俗與觀賞澄山村國術團、觀賞竹器編織等活動。
- (十一)渡假住宿型活動：以優靜的山光水色，及富當地文化、景觀及產業特色的民宿，提供民眾親近自然，享受休閒渡假的生活。如宜蘭縣員山鄉的民宿經營。
- (十二)文化體驗型活動：以客家、閩南與原住民文化，提供民眾在食、衣、住、行、育、樂方面，濃厚的懷舊與感性之旅，讓民眾了解與體驗各種文化耐人尋味之處。如閩南建築與風格、體驗客家村生活、

原住民祭典等。

葉美秀（2007）根據需求理論、資源產出理論與遊憩機會發展方式之探討，發展出農業資源多樣化遊憩體驗發展之模式如（圖 2-4），並依農業生產資源、農民生活資源及農村生態資源三大類中歸納出可供農業體驗活動發展之項目，茲說明如下：

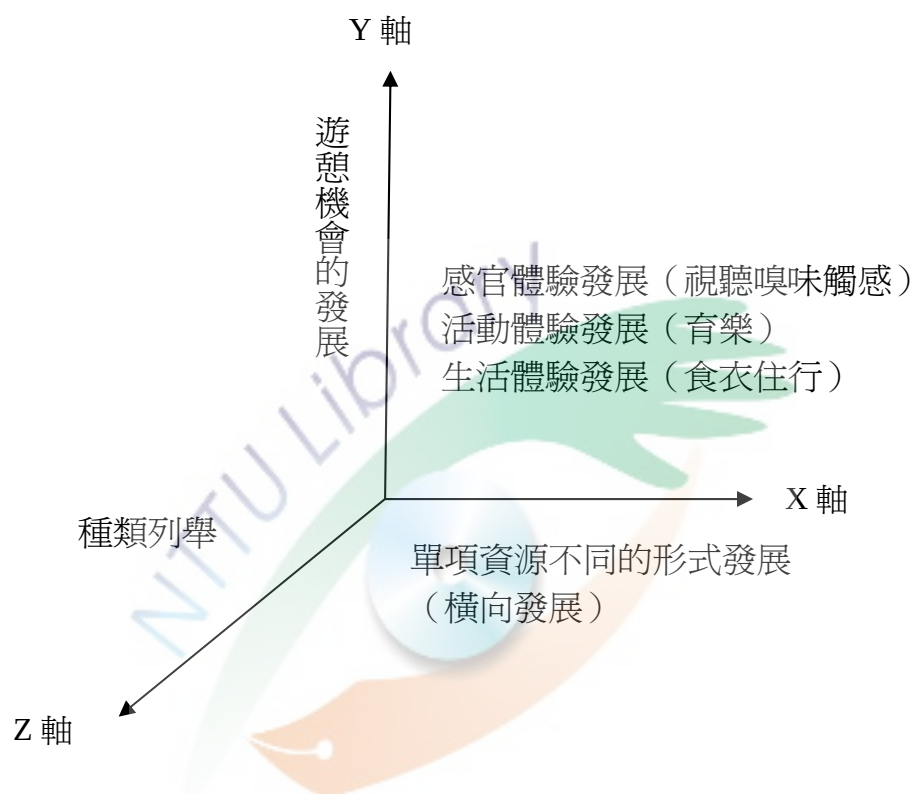


圖 2-2-2 多樣化遊憩機會發展三向圖

資料來源：葉美秀（2007）

(一) 農業生產資源

1. 農作物之體驗發展：農作物是人們維持生命的根本，也是最基礎的需求。許多與生活習習相關，故以農作物發展遊憩體驗是相當具有親和力與潛力的。
2. 農耕活動之體驗發展：農耕活動具有技術性，能引發遊客的好奇心與學習的慾望。農耕的整個過程，幾乎代表了農家生活的全部。從農耕體驗中可以了解到先民如何應用智慧，因應天時、地利培育作

物、拳養牲畜，創造人和的社會。

- 3.農具體驗發展：傳統農具具有時代意義，農具在遊憩體驗的利用上，不僅讓遊客體驗農具本身的功能與形式上的認知，引起遊客的好奇心外，更希望喚起它們的時代意涵。
- 4.家禽家畜的體驗發展：家禽、家畜作為食物只是最基本的體驗，若能將其特性充分發揮，讓遊客體驗各種不同動物可愛、特別的一面，則這樣的體驗更令人印象深刻。

(二)農民生活資源

- 1.農民本身的體驗發展：每個農民皆有不同的特性，就像他所處的環境一樣，是無法複製的，即使所有的農業體驗活動都可以模仿，唯有農民是模仿不來的。
- 2.農村生活體驗發展：鄉村生活與空間是長時間所累積出來的獨特資源，亦其他體驗遊憩最無法模仿的。
- 3.農村文化及慶典活動之體驗發展：農村文化及慶典活動內容變化萬千，深具遊憩體驗之吸引力適當的發揮不但能吸引遊客，且有農村文化保存之效。

(三)農村生態資源

- 1.農業氣象之體驗發展：二十四節氣的知識可作為農業氣象的代表外，氣象之千變萬化乃是使人入迷的主要原因，氣象與人的生活是密不可分的，若能將氣象與農民生活關係作一較深入的連結，可發展為多樣化之體驗遊憩機會。
- 2.農村地理之體驗發展：農村地理範疇廣大，可提供不同於一般森林區的登山體驗，千變萬化的農村地理環境提供一個發展休閒最重要的獨特性，所發展出來的體驗活動，更是獨一無二。
- 3.農村生物之體驗發展：野外有各種的生物可供捕、撈或採集，這是

大自然恩賜的禮物，也是農村中居民獨享的資源。

- 4.農村景觀之體驗發展：農村景觀是以上所有資源的綜合體，是最重要卻也最容易被人忽視的項目，農村景觀是所有休閒農業體驗活動發生的舞台。

綜合上述學者對農業體驗活動之分類整理如（表2-2-1）

表2-2-1 農業體驗活動分類彙總表

研究者	農業體驗活動類型
Kelly（1987）	1.森林原野型、2.水岸活動型、3.戶外運動型。
陳昭明（1981）	1.資源型、2.設施型。
曹正、李瑞琮（1989）	1.體能型、2.智識型、3.社交型、4.藝術型、5.實質型、6.旅行型、7.鑑賞型、8.冒險型、9.文化型、10.環境型、11.資源型、12.設施型（使用者型）。
Inskeep（1991）	1.自然的吸引力、2.文化的吸引力、3.特別形式的吸引力、4.觀光設備與服務吸引力、5.其他吸引力的考慮。
王小璘、張舒雅（1993）	1.農產品採摘型、2.參觀農業生產過程型、3.休憩觀景型、4.鄉土民俗文化型、5.參觀展示型、6.體驗農園型、7.遊憩體驗型、8.比賽、研習型、9.野外環境型、10.渡假住宿型、11.野炊爐窯型、12.野餐型、13.其他。
陳昭郎、段兆麟等（1996）	1.自然景觀眺望、2.野味品嚐型、3.農莊民宿型、4.民俗文化型、5.童玩型。
鄭健雄（1998）	1.自然保育類體驗、2.農業知識與農業生產體驗、3.農莊或田園生活體驗、4.豐富人文資源體驗。

研究者	農業體驗活動類型
李明儒(2000)	1.獲取性、2.體驗性、3.觀賞性、4.知識性、5.玩樂性。
段兆麟、郭明仁等 (1999)	1.農業經營體驗型、2.鄉村文化體驗型、3.自然生態體驗型、4.田園景觀體驗型、5.特殊資源體驗型。
段兆麟(2003)	1.生態教育型活動、2.知性型活動、3.趣味體驗型活動、4.親手體驗型活動、5.自然養生型活動、6.古蹟巡禮型、7.鄉村體驗型、8.傳統藝術體驗型、9.民俗活動型、10.宗教信仰型、11.歷史人物型、12.特殊技藝者、13.農漁村聚落型。
吳明峰(2003)	1.生態教育型、2.知性休憩型、3.遊憩體驗型、4.自然養生型、5.古蹟巡禮型、6.農漁村生活體驗型、7.傳統藝術創造型、8.民俗活動型、9.宗教慶典型、10.人文資源體驗李煌仁(2004)依人、文、產、地、景等體驗農業資源構面，將國內休閒農業的體驗活動做如下分類：生態教育型、知性休閒型、遊憩體驗型、自然養生型、古蹟巡禮型、農漁村生活體驗型、傳統藝術創造型、民俗活動型、宗教慶典型、人文資源體驗型、渡假住宿型、文化體驗型等12種。型、11.渡假住宿型、12.文化體驗型。
李煌仁(2004)	1.生態教育型、2.知性休閒型、3.遊憩體驗型、4.自然養生型、5.古蹟巡禮型、6.農漁村生活體驗型、7.傳統藝術創造型、8.民俗活動型、9.宗教慶

研究者	農業體驗活動類型
	典型、10.人文資源體驗型、11.渡假住宿型、12.文化體驗型。
陳美芬（2004）	1. 採摘型體驗、2.觀賞型體驗、3.環境資源體驗、4.懷舊體驗、5.遊憩體驗、6.農耕體驗
張文宜（2005）	1. 莊園生活體驗型、2. 自然養生體驗型、3. 主題園景體驗型、4. 生態教育體驗型、5. 農作生產體驗型、6. 鄉村渡假體驗型
葉美秀（2007）	1.農業生產資源、2.農民生活資源、3.農村生態資源
陳昭郎（2007）	1.體驗活動、2.自然景觀眺望、3.野味品嚐活動、4.農莊民宿活動、5.民俗文化活動、6.童玩活動、7.森林遊樂、8.產業文化活動

資料來源：本研究整理

綜觀以上學者對體驗活動之看法及分類，本研究將農業體驗活動分類為 1.農作物之農耕、採摘體驗：如插秧、種菜、收割及蕃茄、百香果、草莓、蔬菜採摘等體驗活動。2. 農村文化體驗：例如農村民宿住宿體驗、古農機具展示、農村老火車站及古早警察局文物參觀、自行車騎乘體驗、客家文化及原住民文化體驗等。3. 農村生態之體驗：例如蜜蜂及甲蟲等生態解說。4.農產品加工體驗：如碾米、米食糕點製作體驗及竹藝產品加工等體驗。5. 農村景觀體驗：例如油菜花田、彩繪稻田、花海及農田景觀、水利設施等體驗。

三、參與者特性

一個人的旅遊動機，會決定其活動類型之選擇，根據 Driver 與 Brown

(1975) 提出之遊憩理論指出遊客從事遊憩前具有明確的目標和動機，促使其選擇遊憩環境和活動，以得到高的遊憩體驗和滿意度。

戴依(2003)從體驗行銷的觀點來探討烏來觀光發展吸引力之研究結果發現，20-29 歲者會受外在因素知覺與情感體驗的影響，他們利用閒暇時間旅遊所以都是當天往返。30-39 歲者他們主要是受到行動與思考體驗的影響，平常出外踏青的機會不多，都是利用週休二日安排短期旅遊。而 50 歲以上的中老年人，是受到關聯與行動體驗的影響，享受家庭生活是他們最嚮往重視的，能與兒女們一起出外旅遊，感受到家庭樂趣，同時能從旅遊活動中加以體驗學習，這是吸引前往最大的原因。遊客對農業旅遊認知與滿意度研究中指出，影響遊客對農業旅遊認知的因素不盡相同，但綜合而言，遊客認知程度主要受到「個人特質」及「遊憩經驗」等特性所影響，而將週遭事物加以整合後，轉化成為個人經驗、知識的心理歷程，其中，個人特質包括年齡、文化背景、性別、職業、收入、教育程度、居住地、居住期間、婚姻狀況等，遊憩經驗包括過去的環境經驗、環境特性、參與活動機會、與遊客接觸程度、有無到過此地、停留時間、同行人數、遊憩動機等(邱紀寧，2004)。對於生態資源與體驗設計之研究認為遊客特性方面；年齡層多為 20-49 歲，以女性居多，教育程度以專科以上為多，職業以服務業之比例最高，旅遊資訊的獲得多以網路與親朋好友介紹最多，旅遊關係也以朋友與家人關係居多，交通工具以開車居多，停留的時間以半日遊居多(李建通，2005)。遊客對於不同類型休閒農場體驗滿意度之研究結果，發現遊客的年齡、學歷、居住地、搭乘交通工具、吸引前來的因素及資訊管道對體驗活動有顯著的影響(朱家慶，2005)。

在牧場型體驗的遊客類型，相關研究發現不同遊客統計變數在各構面之差異檢定結果顯示，遊客基本特性(性別、年齡、教育程度、婚姻、職業、月收入、居住地、來場次數)，除遊客性別對現有體驗活動及新增體

驗活動上有顯著差異，另來場次數對現有體驗活動及體驗行銷策略有顯著差異，其餘遊客基本特性無顯著差異（陳金萬，2005）。而一般農事體驗活動之參與者多為 30 至 40 歲的社會中產階級，多數已婚且有小孩，他們關心自己的健康也關心自然環境，對自己的人生有審視的能力。他們參與農事體驗活動之動機包括了想要欣賞農村景緻、有動手體驗的機會、學習技能、逃離繁忙緊張的都市生活、給孩子與自然接觸的機會、對農村事物抱持著好奇心、支持有意義的活動、排解鄉愁、及追求田園夢等（湯佳陵，2008）。遊客的特性會影響遊客的遊憩體驗，對於遊客愛好親友推薦作為資訊來源；停留天數為兩天一夜；不同職業與性別會有不同程度滿意度。遊客參與休閒農體驗活動的滿意度越高，遊客對於整體休閒農場遊憩滿意度亦越高。遊客對參與休閒農場體驗活動的滿意程度越高，重遊意願越高；再次參與同類型體驗活動及休閒農場休憩意願越高（蔡威漢，2006）。

有關休閒農場遊客特性之研究，許弘華（2006）認為男女樣本差異不大，但以女性偏多；年紀則以 31-40 歲為最多；職業則以學生為最多；教育程度則以大學大專為主；已婚多於未婚；遊客來源以居住彰化縣者最多。旅遊動機主要是放鬆心情，資訊管道以親友介紹為主，遊客重複旅遊的比率相當高，且多與家人親戚一同前來，主要活動是觀看農場動物，交通工具為自行開車，消費項目以冰淇淋最多。關於遊客特性與參與動機的關聯之研究相當多，亦有研究者認為在不同性別中遊客對農業旅遊的動機，並不會因為性別的不同而有太大的差異性，也就是說男性或女性遊客對農業旅遊動機需求是一致的。在婚姻狀況上，已婚者在農業旅遊動機較未婚者為高。不同(年齡、教育程度、月收入、居住地點)的遊客對農業旅遊動機中，不管是親子關係、農作體驗、增廣見聞、參觀歷史遺跡、好奇心、鬆弛身心等都有不同的見解。反觀，在不同職業類別對農業旅遊動機是一致性的，除了參觀歷史遺跡上有不同看法（徐國全，2007）。

本研究整理出各研究者對農業體驗活動參與者特性如表 2-2-2。

表 2-2-2 農業體驗活動參與者特性表

研究者	農業體驗活動參與者特性
陳麗玉（1992）	都市與非都市居民對休閒農場及農業活動的偏好結構不同，而各群體之年齡、婚姻狀況、家庭所得、居住區域、教育程度及有無去過農場等在休閒農場及農業活動方面有顯著差異。
邱紀寧（2004）	影響遊客對農業旅遊認知的因素主要受到「個人特質」及「遊憩經驗」等特性所影響，個人特質包括年齡、文化背景、性別、職業、收入、教育程度、居住地、居住期間、婚姻狀況等，遊憩經驗包括過去的環境經驗、環境特性、參與活動機會、與遊客接觸程度、有無到過此地、停留時間、同行人數、遊憩動機等。
李建通（2005）	遊客特性方面，年齡層多為 20-49 歲，以女性居多。教育程度以專科以上為多。職業以服務業之比例最高。旅遊資訊的獲得多以網路與親朋好友介紹最多。旅遊關係也以朋友與家人關係居多。交通工具以開車居多。停留的時間以半日遊居多。
朱家慶（2005）	遊客的年齡、學歷、居住地、搭乘交通工具、吸引前來的因素及資訊管道對體驗活動有顯著的影響。
陳金萬（2005）	不同遊客統計變數在各構面之差異檢定結果顯示，遊客基本特性（性別、年齡、教育程度、婚姻、職業、月收入、居住地、來場次數），除遊客性別項對現有體驗活動及新增體驗活動上有顯著差異，另來場次數對現有體驗活動及體驗行銷策略有顯著差異，其餘遊

	客基本特性無顯著差異。
蔡威漢（2006）	遊客的特性會影響遊客的遊憩體驗，對於遊客愛好親友推薦作為資訊來源；停留天數為兩天一夜；不同職業與性別會有不同程度滿意度。
許弘華（2006）	認為男女差異不大，女性偏多；以 31-40 歲為最多；職業則以學生為最多；教育程度則以大學大專為主；已婚多於未婚；居住於彰化縣者最多。旅遊動機主要是放鬆心情，資訊管道以親友介紹為主，遊客重複旅遊的比率相當高，且多與家人親戚一同前來，主要活動是觀看農場動物，交通工具為自行開車，消費項目以冰淇淋最多。
徐國全（2007）	在不同性別中遊客對農業旅遊的動機，並不會因為性別的不同而有太大的差異性。在婚姻狀況上，已婚者在農業旅遊動機較未婚者為高。不同(年齡、教育程度、月收入、居住地點)的遊客對農業旅遊動機中，不管是親子關係、農作體驗、增廣見聞、參觀歷史遺跡、好奇心、鬆弛身心等都有不同的見解。
湯佳陵（2008）	農事體驗活動之參與者多為 30 至 40 歲的社會中產階級，多數已婚且有小孩。
陳一之（2008）	遊客特性及其參與行為在年齡、職業、婚姻狀況、教育程度、每月收入、登山習慣、體驗次數、體驗時間與遊憩吸引力、服務品質方面、滿意度及忠誠度等變項間有顯著差異性。

資料來源：本研究整理

綜上所述農業體驗活動參與者行為常會受到「個人背景」及「參與特

性」所影響，其中「個人背景」包括了年齡、性別、婚姻狀況、教育程度、職業、平均月收入、居住地點等；而「參與特性」則包括了旅遊同伴關係、旅遊資訊的獲得、交通工具、參與次數、資訊來源、停留天數、環境經驗、環境特性、參與活動機會、與遊客接觸程度、有無到過此地、停留時間、同行人數、遊憩動機等。

依據上述之探討，本研究歸納農業體驗活動參與者之特性，包含 1. 「個人背景」包含：性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、居住地區。2. 「參與特性」包含：旅遊同伴關係、交通工具、停留時間、資訊來源、本次參與的農業體驗活動項目及最想參與的農業體驗活動項目等，二大構面作為遊客特性背景變項。

第三節 休閒參與動機

一、參與動機理論

動機與行為是兩個相對的概念，行為是個體外顯的活動，動機是促使個體活動的內在歷程。「動機」(motivation)，是指引起個體活動，維持已引起的活動，並促使該活動朝向一目標進行的一種內在歷程。在此所謂的活動，自然指的是行為，所以動機一詞乃是心理學家們對個體行為的原因及其表現方式的一種推理性的解釋(張春興，1985)。一種內在心理歷程，與需求及趨力具相似意義，可以激發個體行為與力量，維持個體活動能量，並導向個人及群體目標達成(洪仁松，2007)。動機之概念至為複雜，故歷來學者所提出的動機理論也極不一致。張春興(1989)認為心理學家研究動機時，大致有兩個取向：其一是生理的取向，主要研究以生理作用為基礎的動機；諸如原始性動機、驅力、需求等概念均與此

取向有關。其二是心理的（或社會的）取向，主要研究以心理作用或學習得來的動機；諸如成就動機、親和需求、合作動機等概念均與此取向有關。另外心理學家常用動機（需求、欲望、抱負等）來說明人類（或動物）為什麼產生行為，為什麼這種行為會朝向某一個目標，為什麼這種行為會持續下去，而動機可說是一種心理能量，也是一種產生行為的原動力，人類文明、科技進步的原動力就是動機（莊仲仁，2006）。戶外休閒活動參與動機意指為參與意向，動機與行為是相對應之概念，行為是個體外在顯現的表現，動機則是促使個體活動的內在歷程，參與動機對於個人的行為表現有著具決定性之影響（張治文，2007）。

人類的行為是因為有動機而產生，而動機是因為有需求而產生，根據 Maslow 的需求層次理論，人類的需求是有層次之分，當低層次需求達到某種程度滿足後，會再逐步尋求高層次的需求。馬斯洛強調人類有「五大需求」分別為生理需求、安全需求、愛與歸屬需求、自尊需求以及自我實現需求，每當較低層次的需求因目的達到獲得滿足時，較高一層的需求將隨之而生（吳松齡，2006）。

心理學家將動機理論歸納為 1.心理分析論：以性和攻擊兩種本能的衝動解釋人類一切行為的根源。2.行為論：人類的動機來自學習，並經由學習歷程而使動機隨著個體的成長愈趨複雜。3.認知論：是人類預期某種事物的將來價值，而引導自己行為朝向該目標前進的過程。4.需求層次論：馬斯洛的動機需求層次論，最後一項動機即自我實現，這是人類最高需求，也是個人追求最高理想動機的由來（盧俊宏，1994）。Arthur S. Reber 認為大部份當代關於動機的研究可分成三個大的方向 1.生理的，其目的在於作神經學和生物化學基礎的分析。這方面的大部份研究被局限在所謂基本驅力上。2.行為的，大多探討關於驅力和學習的理論。3.心理社會的，它指向於對複雜的、習得的，人的行為說明。除了涉及一些相似的基本概

念外，後者所著重的與前二者完全不一樣（李伯黍，2002）。心理學上有很多不同的動機理論，張春興（2006）將動機理論歸納為四大類 1.精神分析論：促動個體行為的內在歷程是慾力（libido）、生之本能（life instinct）、死之本能（death instinct）以及本我（id）、自我（ego）、超我（superego）三者間的互動作用。2.行為論：促動個體行為的力量主要是以生理為基礎的驅力及學得的經驗，而學得經驗則受兩種因素影響，一為差別強化（differential reinforcement），一為後效強化（contingent reinforcement）。3.人本論：動機是人性的潛在力量，代表性的理論是馬斯洛的需求層次論（need hierarchy theory）。4.認知論：影響個體行為者主要是當事者對情境的認知，在這方面的代表性理論是歸因論（attribution theory）與認知失調論（cognitive dissonance theory）。

綜合上述，本研究認為休閒參與的動機乃為休閒者期望藉參與休閒活動所獲得的體驗來滿足自身所存在之生理及心理上需求，亦即自我實現的需求。

二、影響休閒參與動機的因素

凡是能夠激發個體活動、維持個體活動、促使個體向某目標活動的一切內在因素，均可視為動機因素。換言之，凡是構成個體行為活動的因素，都是動機因素，惟動機因素未必為個體所自知，可能是意識的、可能是潛意識的、可能是心理性的、也可能是生理性的（張春興，2006）。

王儷儒（2004）、張治文（2007）認為參與動機會隨著時間、空間、環境而改變，也可能因人、因地而異。就休閒參與者個體而言，休閒行為動機因參與者之需求、個性、社會背景而有所不同，個體會受到自身職業、家庭狀況、年齡、居住地區、生理和心理需求、好奇心、

焦慮程度和興趣等因素之影響（2007，張治文）。洪仁松（2008）研究參與讀書會者之動機研究中認為在性別、年齡、職業、教育程度、收入、婚姻狀況等個人背景方面，均可能會影響讀書會之參與行為。

不同的活動參與其可能的參與動機亦有所不同，鄧崇淡（2007）研究學生社團活動參與動機為「健康適能需求」、「自我成就需求」、「心理需求」、「社會需求」。沈聖傑（2008）對於國小學生網路使用參與動機，認為網路使用動機為「消遣娛樂」、「網路遊戲」、「壓力抒解」、「聊天交友」。國小教師參與休閒活動其主要動機為「健康適能」、「情境需求」、「社會需求」（涂慧琪，2008）。中高齡者數位遊戲之參與動機分別為電腦學習回饋、反應增加、鍛練腦部、社群、挑戰與成就及休閒動機（林育嫻，2008）。

而在運動休閒方面的研究認為，運動員的運動參與動機可分為「社會動機」、「充實自我」、「自我概念」、「運動經驗」以及「社會支持」五種主題，包括社會使命感、社交、休閒活動、興趣、自我概念、自我實現、自我效能、成就動機、身心健全、運動中的領悟、拓展視野、他人介紹、重要他人、協會推展與政策鼓勵等十五項動機來源（許麗蕙，2008）。

針對休閒農業方面的研究，遊客對休閒農業之認知與體驗之研究中認為遊客的遊憩動機最主要為「遠離人群、接近大自然」「緩和自己工作壓力、抒解精神」「增加家人相處機會、促進親密關係」等三項（王偉哲，1996）。葉純菊（2004）研究遊客參與台灣咖啡節的休閒動機，認為遊客的休閒動機主要是為了增加與家人相處機會、放鬆身心、紓解壓力。對於苗栗大湖草莓園區遊客參與動機與休閒體驗之相關研究則將參與動機分類為「為了接近與體驗大自然」、「可以品嚐各式草莓類產品」、「因為本身對於草莓較有興趣」、「可以運動又

促進健康」、「爲了遠離都市的吵雜，享受寧靜的氣氛」（邱垂杰，2006）。在探討東螺溪生態休閒農場的研究中指出，遊客參與生態休閒農場體驗的心理動機爲身體健康的需要、避開都市吵雜環境、和家人朋友相聚（游秋崑，2009）。

不同的旅遊活動滿足不同參與動機的遊客，影響休閒參與動機的因素隨著研究性質、對象之不同而有所差異，林威呈（2001）研究台灣地區休閒農場假日遊客旅遊行爲旅遊動機時，參考國內學術界與實務界專家之意見將旅遊動機量表分爲四個構面－知性動機、社會動機、主宰的誘因及逃避的誘因。侯錦雄、郭彰仁（2003）以 McIntosh 等人依據需要而產生的基本理論將旅遊動機分爲以下四類：

- (一)生理動機：透過對身體健康有益的旅遊活動來達成鬆弛身心的目的，如體力的休息、參加體育活動、遊憩及娛樂活動、溫泉療養、渡假休息、避暑避寒等。
- (二)文化動機：特點是著重在知識的獲得，了解各地的不同文化，包括歷史文化傳統、音樂、藝術、民俗、舞蹈、繪畫及宗教方面等範疇，所產生的旅遊型態可以是觀賞風景名勝、古蹟文物、進行學術交流等。
- (三)人際動機：包括改變目前工作或生活的環境、探訪親友、結識良師益友、建立新的友誼等，這方面的動機主要以社交活動爲主，通常有特地目的地或拜訪的對象，比較常見於國內旅遊。
- (四)地位與聲望動機：此項動機主要對個人成就和個人發展有利，想達到受人認同、引人注目、受人賞識、具有聲望的目的，例如出席學術會議、增加閱歷的修學旅行、參加專業團體的聚會等，期望能透過這些旅遊可以贏得名聲及注意，尋求自我和自我實現。

綜合以上所述瞭解影響休閒參與動機之因素甚廣，除心理層面外，尚

包含了身體、心智、情緒、社交和技能學習等方面，近年來期望藉農業體驗活動以獲取知識為參與動機之客層亦逐漸形成，瞭解個人參與休閒活動的動機因素，方能使參與休閒者獲取休閒效益，展現自我尊重及自我實現的滿足與快樂，參考上述研究，本研究將參與動機分類為 (一)心理動機：包含 1.避開都市吵雜環境。 2.遠離人群、接近大自然。 3.充實自我、肯定自我等。(二)生理動機：包含 1.維持身心健康。 2.緩和或抒解壓力等。(三)知性動機：包含 1.學習知識或技能。 2.增加閱歷。 3.了解各地不同文化等。(四)社會動機：包含 1.聯絡家人、朋友的感情。 2.結交新朋友、建立新友誼。 3.探訪親友等，共四大構面。

第四節 休閒效益相關理論與研究

一、休閒效益相關理論

參與 (participation) 或直接的參與 (direct participation) 實為休閒活動推動的核心，參與者透過各類休閒活動的直接參加尋求身體、心智、情緒、社交和技能學習等方面的效益 (黃金柱，2007)。休閒效益的來源就休閒的定義，有以時間、活動、心理狀態及體驗等為主之觀點，總合而言，休閒是人類在工作之餘自由時間，經由自由意志選擇所從事之行爲，藉此達到消除疲勞、身心舒暢愉悅及自我實現之目的的活動或心靈狀態與感受 (陳中雲，2001)。以個人效益為中心，包含了生理效益、心理效益，之後再向外拓展從人際互動效益以及與環境互動效益兩方面來討論社交效益 (李晶，2002)。

洪煌佳 (2002)、陳淑珠 (2004)、徐國全 (2008)、張清富 (2008) 認為「休閒效益」(Benefits of Leisure) 一詞的意義與範圍相當的廣泛，故從

個人、團體、社會與實質環境乃至教育學、心理學、社會學及經濟學等觀點來討論外，亦有透過休閒需求、功能及經驗的角度來探究。林欣慧（2002）、張治文（2007）將休閒效益定義為個人或團體在自由時間從事休閒行為的過程中，對從事的活動有所體驗，對個人或團體產生有助於改善身心狀態，提昇人際關係，並且對個人或社會產生有益的影響。故在參與休閒活動的過程中，受到當地環境及活動設計，可以協助參與者改善身心狀態，滿足需求激發個人潛能，改善人際關係與社交能力（徐國全，2008）。休閒效益意指個人參與休閒活動過程中及參與後個人知覺可以改善身心狀況或滿足需求的個人主觀感受（周安盈，2009）。

官素珍（2008）研究露營者遊憩動機、持續涉入與休閒效益之關係將休閒效益認為個人在參與休閒活動過程中與活動後，經由個人主觀的評估所獲得的經驗與感受，進而對個人產生的不同影響。休閒參與為人們帶來的好處是多面向的，但在缺乏休閒教育環境之下，人們有時不太注意自己的休閒需要，因而忽略了自休閒活動中能得到許多休閒益處，針對休閒緩衝壓力模式與休閒壓抑壓力模式比較分析之研究發現，現代人的生活充滿各種有形或無形的壓力，如何調適壓力已成為生活的一部份，並認為休閒效益是個人在參與休閒的過程中與參與後所獲對身心改善或滿足需求的主觀感受（吳雅筠，2006）。

Mannell 與 Kleiber (1997)以社會心理學角度將休閒效益整理為數種理論，包括「忙碌理論」、「享樂理論」與「緩衝調適理論」，分別說明如下

(一)忙碌理論(keeping idle hands busy theory)從事休閒可使人們逃離或改變憂慮或沮喪的想法，被視為一種使心靈忙碌的方式，亦即使用間接的方式讓個體暫時從壓力事件中轉移注意力。

(二)享樂主義(Psychological hedonism)主要闡述人們於休閒中尋求快樂與

避免痛苦，他們於休閒中找尋樂趣與愉悅的體驗建構了愉悅－放鬆－樂趣理論(pleasure-relaxation-fun theories)，此種短暫的體驗可提昇生活品質，亦可持續形成長期的心理幸福狀態。

(三)緩衝調適理論(buffer and coping theory)集合休閒利益對個體的益處提出了休閒可以增進調適生活壓力的能力，並間接影響身心健康。

休閒活動的價值、功能及人們對其評價與認知，已為 21 世紀的理想價值觀，人們正努力經由休閒活動的參與而追求這些利益、效益與目標，茲將休閒效益分二大類為（吳松齡，2006）：

(一)經濟性效益：依據參與休閒活動之後所獲得的經濟利益，雖不易評估但可經由休閒服務價值改變的大小予以金錢化的評量。

(二)非經濟性的效益包含

(1)回復工作潛能與活力，促進個人發展：藉由參與休閒活動以維持身心的正常功能，於休閒活動中獲得自我成長，回復自信、潛能與活力，創造個人願景與生活目標的實現。

(2)促進個人的身體健康與體能發展：經由參與休閒活動可以維持身體之正常功能、體能的調適、平衡生理機能與增進身體的健康，進而增強個人的自信心提升工作效率。

(3)擴大社會活動之參與範圍、增進社會人際關係：經由休閒活動參與，可以擴大社交圈與社會互動機會，建立新的人際網路，增進家庭和諧、社會群體關係與人際交往技巧。

(4)促進家庭親情交融：經由休閒活動可以增進家族情誼，享受親情歡愉之幸福。

(5)減少生理與心理之壓力與束縛：經由休閒活動，可減輕甚至排除來自工作、學業、生活及人際關係上的壓力與束縛，消除生理上的體力負荷和心理上苦悶壓抑過勞現象。

- (6)提高心靈與智慧之昇華利益：經由宗教信仰、文化藝術與教育學習等休閒活動，擴大心靈層次之提升與智慧之昇華利益。
- (7)提高自我實現機會與成就感：可以使參與休閒活動者在工作、學業與生活上，發揮潛能，接受挑戰，實現個人願景與生涯目標。
- (8)創造冒險與創新機會：透過休閒活動可以擴展休閒與者之冒險與創新意願機會，進而提升創新能力。
- (9)探索學習能力之體驗：經由教育學習等休閒活動，參與者能探索新知識、新技術、新能力，展現成就感與自我意識。
- (10)增進新奇與刺激之機會：體驗新的休閒活動，激發參與者之好奇心與嘗試，擴展休閒生活的新體驗。
- (11)享受自由自在無拘無束的感覺：休閒本質即自由自在之休閒，使參與者拋棄束縛與壓力，享受自由的感覺，進而激發潛能，回復活力。
- (12)增進社會福利：經由觀光旅遊、購物消費等休閒活動，足以擴張社會經濟活動，增進社會福利經費來源。
- (13)營造「真善美」意境之實現：藝術之美、宗教之善、文化之真、自然之美、社會之善、人性之真。

綜上所述，農業體驗的休閒效益為個人在參與農業體驗活動的過程中與參與後所獲得對身心改善、促進個人的身體健康與體能發展及增進社會人際關係、展現成就感與自我意識等滿足需求的主觀感受。

二、休閒參與與休閒效益之關係

休閒活動參與對於休閒效益體驗的影響，可以從 Mannell 與 Stynes 的休閒效益投入產出的觀念來討論（李晶，2002；張治文，2007）。Mannell 與 Stynes (1991)以投入產出的觀念討論個人休閒效益體驗與休閒活動企劃

的關係（如圖 2-5）。投入的部分包含休閒環境、休閒活動、休閒時間以及休閒的態度，再經由休閒活動參與的過程，將投入的因子相互整合，展現在生理上、經濟上、環境中、社會以及心理上的知覺。經過個人價值觀與主觀的判定後所得到效益知覺，稱為參與休閒活動的休閒效益體驗，並且從休閒效益體驗而產生新的價值觀。根據 Mannell 與 Stynes (1991)的模型，參與者在休閒活動中所得到的休閒效益體驗與休閒活動體驗和個人價值觀息息相關。



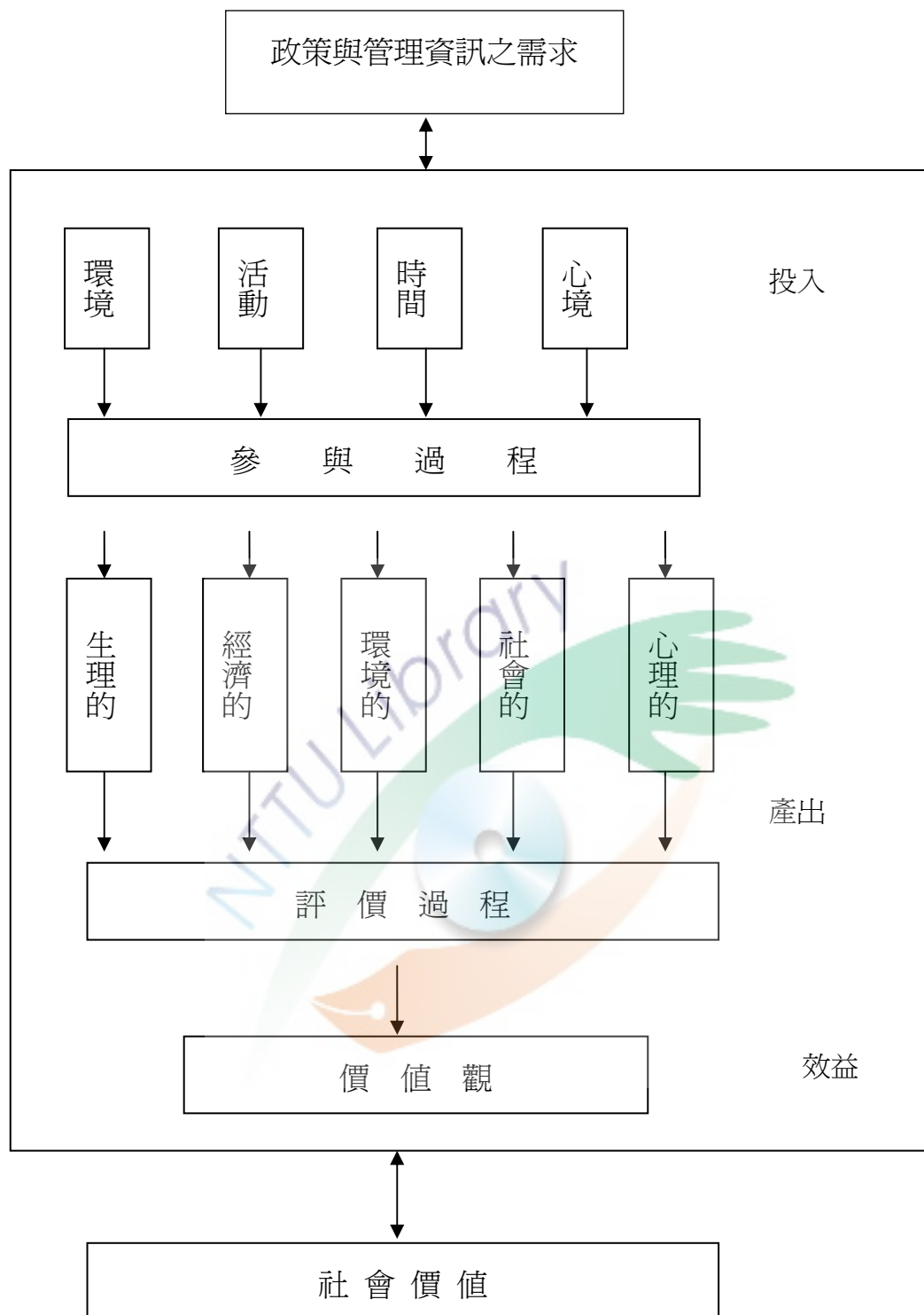


圖 2-4-1 休閒效益系統模式

資料來源：引自李晶（2002）、張治文（2007）

休閒效益不但是一種主觀的個人經驗感受，休閒效益的意義與內涵還會因個人的背景不同而有所差異，雖然學者指稱效益是無法觀察到的，但透過問卷的測量仍可以將其量化以數字呈現出休閒效益的感受程度(官素珍，2008；周安盈，2009)。

陳中雲(2001)針對不同背景變項的台北縣國小教師對休閒效益的感受調查，發現並未因性別、年齡、年資、婚姻狀況、教育程度不同而有差異，而在不同任教類別及擔任職務方面，則對休閒效益有顯著性的差異，可能是因為樣本本身同質性高，導致在休閒效益上並未有很大之差異。不同休閒活動類型參與頻率的高低對休閒效益的感受亦不同，知識性休閒活動及體能性休閒活動參與頻率高者在心理效益、社交效益及教育效益的感受顯著高於參與頻率低者。社交性休閒活動參與頻率高者在生理效益及社交效益的感受顯著高於參與頻率低者。而休憩性休閒活動及服務性休閒活動的參與頻率高低對休閒效益的感受並無顯著性差異。

李晶(2002)研究休閒活動參與對於休閒效益體驗之影響，針對北投區軍艦岩步道登山健行參與者以及自行前往從事登山健行活動者，研究結果發現：1.性別、年齡與教育程度對休閒效益有顯著影響。2.不同的活動參與形式對於登山健行者休閒效益的體驗有顯著的影響。黃語瑄(2007)探討遊客對美濃地區之目的地意象與休閒效益知覺，發現就社交效益、心理效益、教育效益三個面方之研究結果，認為不同的人口統計變項中性別、年齡及教育程度的不同在休閒效益知覺上有顯著差異。不同遊憩特性之遊客，在休閒效益知覺上有顯著差異，陳怡指(2006)研究居民對南瀛總爺藝文中心之遊憩意象與休閒效益認知，認為個人休閒效益認知會因個人的背景、動機與目的而有所不同。此外根據個人對於活動本身的涉入程度、參與次數也會有不同的休閒效益認知產生，其中個人獲得休閒效益認知可能與參與次數有相關，參與次數較多的個人比參與次數較少的個人獲

得較高的休閒效益認知。此外隨著參與不同的活動也會產生不同的休閒效益認知。謝明忠（2009）研究桃園市陽明運動公園使用者參與動機與休閒效益情形，發現不同人口背景變項之桃園市陽明運動公園使用者對休閒效益的感受，未因教育程度、居住地區、最常使用時間而有差異，其餘包括性別、年齡、職業、婚姻狀況、使用頻率、最常使用時段、同伴類型均存在顯著差異。徐國全（2007）認為不同性別中的遊客對休閒效益的看法，並不會因性別的不同而有太大的差異性，也就是說男性或女性遊客對休閒效益的需求是一致的。不同婚姻的遊客在參與農業旅遊可以獲得樂趣、維持健康的體能、啟發心思智慧上已婚者需求較高。不同年齡、教育程度、居住地點、職業的遊客在參與農業旅遊可以獲得樂趣、成就感、啟發心思智慧、自我挑戰等，而不同月收入對農業旅遊休閒效益是一致的。

歸納上述研究，休閒效益會因遊客特性及參與活動的過程、方式而有不同的認知；因此，評估休閒效益時，最重要的是去評估人們是否相信休閒活動能幫助他們達成其目標，而不是以一種客觀的態度去評估達到目標的過程（徐國全，2007）。雖然這些研究的角度及構面各有不同，然而觀點卻也有相似之處，茲將相關研究文獻列舉如下：

林欣慧（2002）、洪煌佳（2002）認為休閒效益應包括生理效益、心理效益、社交效益三個構面。洪煌佳（2002）歸納出三十個項目並分別整理為

- （一）生理效益：包含維持體能、活力充沛、增進活動技巧、得到適度休息、消除疲勞、激發潛力、考驗自己的活動能力及宣洩多餘體力等。
- （二）心理效益：包含抒解生活壓力、放鬆心情、創造性思考、發洩情緒與舒暢身心、獲得成就感、心情愉快與增添生活樂趣、平衡精神情緒、培養挑戰性、培養獨立性、得到滿足感及啟發心思和智慧等。
- （三）社交效益：包含了解週遭事物、促進和諧關係、結交朋友、體貼別

人、了解同伴的感受、與同伴分享想法、和同伴之間相處得更親近、得到同伴的支持、支持同伴的想法、得到別人的信賴及信任同伴等效益。

陳中雲（2001）研究「國小教師休閒參與、休閒效益與工作滿意之關係研究」，除了上述三種效益外，尚有教育效益即增進行為技能，拓展知識領域，刺激心智、啟發創意，激發個人潛力，培養多元興趣，促進活動技巧等。

對於休閒效益之研究眾多，而不同之研究者對休閒效益之定義及研究之面向均不相同，茲將各研究者對休閒效益面向之研究歸納（如表 2-4-1）：

表 2-4-1 休閒效益各面向彙整表

研究者 \ 休閒效益	生理效益	心理效益	社交效益	教育效益	自我實現效益	自我滿足	健身效益	生活樂趣	內在充實	情緒穩定	放鬆效益
陳中雲（2001）	*	*	*	*							
林欣慧（2002）	*	*	*								
洪煌佳（2002）	*	*	*								
王敏華（2004）	*	*	*		*						
黃語瑄（2007）		*	*	*							
廖國翔（2007）	*	*	*			*	*				
黃威涵（2007）	*				*			*	*	*	
張治文（2007）	*	*	*								

研究者 \ 休閒效益	生理效益	心理效益	社交效益	教育效益	自我實現效益	自我滿足	健身效益	生活樂趣	內在充實	情緒穩定	放鬆效益
沈聖傑（2008）		*	*	*							*
陳小琪（2008）	*	*	*	*							
陳建安（2008）	*	*	*	*							
張智鈞（2008）	*	*	*	*							
張清富（2008）	*	*	*								
洪國立（2009）	*	*	*								
周安盈（2009）	*	*	*								
陳獻盈（2009）	*	*	*								

資料來源：本研究整理

陳中雲（2001）、張治文（2007）研究國內外學者對休閒效益的觀點，將休閒效益的概念區分為個人效益及社會效益兩大向度。陳中雲（2001）認為個人效益乃是對個人有直接影響的休閒效益，如生理效益、心理效益、放鬆效益、教育效益、社交效益、自我效益及美學效益等；而社會效益的範疇超越個人效益，對社會大環境有益的休閒效益，如經濟效益、社會福利效益及環境效益等。而張治文（2007）則認為休閒效益是個體在自由時間從事各項活動，從活動中有所體驗且對個體產生有益的影響，認為休閒效益個人層面包含「生理效益」、「心理效益」，而社交層面包含「社交效益」。

參考上述學者對休閒效益之研究，本研究僅針對「個人」效益部分加

以探討，對於社會效益的範疇如經濟效益等不在本研究範圍內，僅以個人效益為中心，探討個人參與休閒農業體驗活動之效益，因此將其歸納整理為心理效益、生理效益、社交效益及教育效益四個面向，共八個項目如下：

- (一)心理效益：包含肯定自我、獲得成就感；獲得特殊體驗等。
- (二)生理效益：包含獲得休息、紓解壓力；維持體能、保持健康等。
- (三)教育效益：包含拓展知識領域；啟發創意、培養多元興趣等。
- (四)社交效益：包含增進家人、朋友感情；結交朋友、拓展社交圈等。





第三章 研究方法

本研究旨在探討休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益的關係，由分析不同背景變項的遊客參與休閒農業體驗活動之動機差異情形，探討參與休閒農業體驗活動所產生的休閒效益。本章共分為四節，分別為第一節研究架構與假設、第二節研究設計、第三節研究實施程序、第四節資料處理與分析。

第一節 研究架構與假設

一、研究架構

本研究依據研究目的、研究的內容及相關文獻的探討，研擬出研究架構圖如（圖 3-1-1）

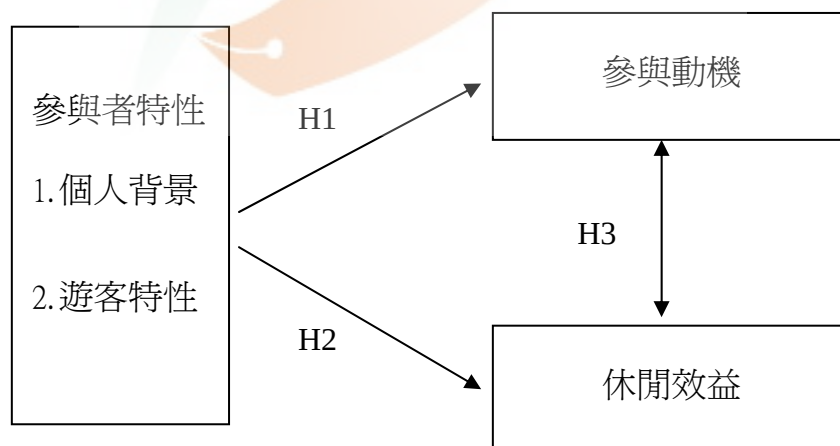


圖 3-1-1 研究架構圖

二、研究假設

依據上述研究架構，本研究假設如下：

假設一：不同背景的遊客休閒農業體驗活動的參與動機有顯著差異。

假設二：不同背景的遊客在休閒效益上有顯著差異。

假設三：遊客的參與動機與休閒效益有顯著相關及影響。

第二節 研究設計

一、抽樣對象

本研究以台東縣關山鎮親水休閒農業區為主要研究範圍，並為問卷發放地點。調查對象以至台東縣關山鎮親水休閒農業區參訪之遊客為主要對象，進行便利抽樣。

母體比率 <0.5 時，隨母體比率逐漸增加，樣本數也逐步增加。母體比率 >0.5 時，隨母體比率逐漸增加，樣本數則逐步減少。因本研究母體真正比率 p 未知，要計算樣本數時，採取最保守的估計，將母體比率設定為 0.5 。以求出最大樣本數。計算公式如下：

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma_p}{e} \right)^2 \quad \sigma_p = \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

風險顯著水準： $\alpha=0.05$

信賴係數： $1-\alpha=0.95$

$Z_{\alpha/2}=1.96$

可容忍誤差： $e=0.05$

母體比率： $p=0.5$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 384$$

在假設抽樣誤差不大於 5% （即 $e \leq 0.05$ ），信賴度為 95% 的條件，母

體樣本數未知下，計算得知樣本參考大小必須至少為 384 人。

由公式得知本研究樣本參考大小至少為 384 人，但在考慮可能發生的無效問卷，因此本研究總計發出 500 份問卷。

二、抽樣方式

本研究採便利取樣方式進行，在問卷初稿擬定完成後，為求問卷於正式發放時能獲得良好之測量效果，於 2010 年 01 月 01 日至 2010 年 01 月 09 日進行問卷預試，並經量表信度檢定後發展成為正式問卷，然後才開始進行正式問卷調查。正式問卷調查時間為 2010 年 1 月 10 日至 2010 年 2 月 10 日止，問卷發放方式為研究者至各調查地點親自發放，請受訪者自行針對問卷內容填寫，並以現場回收的方式進行，總計發放 500 份問卷，共計回收 483 份，回收率為 96.6%；剔除無效問卷 35 份後，共計有效問卷 448 份，總計有效回收率為 92.75%。

三、研究工具

本研究所使用之研究工具為「休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究」問卷調查表（如附錄三）。共四部份，第一部份為遊客基本資料；第二部份為遊客特性；第三部份為參與動機；第四部份為休閒效益。

（一）問卷設計

1. 遊客基本資料：此部份為前往台東縣關山鎮親水休閒農業區之遊客填答本問卷者之基本資料，包括性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、主要居住地等六項基本資料，均為單選題。
2. 遊客特性：此部份主要瞭解參與農業體驗活動之遊客特性，參考前述國內實證相關研究，以遊客休閒體驗及農業旅遊之旅遊特性為依據，

作為本研究參加台東縣關山鎮親水休閒農業區遊客特性，其中包含了旅遊的伴侶、交通工具、停留的時間、資訊的來源、本次參加的農業體驗活動類型及最想參加的農業體驗活動類型等六個問項。

3.參與動機：此部份主要瞭解農業體驗活動參與者之參與動機，主要係依據第二章文獻及相關研究編製之參與動機量表，並配合本研究對於農業體驗活動參與者之需求修定而成。問卷內容包含

- (1)心理動機：包含 1.避開都市吵雜環境。 2.遠離人群、接近大自然。 3.充實自我、肯定自我等（參與動機量表題項 1~3）。
- (2)生理動機：包含 1.維持身心健康。 2.緩和或抒解壓力等（參與動機量表題項 4~5）。
- (3)知性動機：包含 1.學習知識或技能。 2.增加閱歷。 3.了解各地不同文化等（參與動機量表題項 6~9）。
- (4)社會動機：包含 1.聯絡家人、朋友的感情。。 2.結交新朋友、建立新友誼。 3.探訪親友等，共四大構面（參與動機量表題項 10~11）。

以上問卷採用李克特（Likert）五點量表來衡量，依非常同意、同意、沒意見、不同意、非常不同意等，依序給予 5 分、4 分、3 分、2 分、1 分，得分越高者表示參與動機越高，得分越低者表示參與動機越低。

4.休閒效益：此部份綜合了國內外學者之論點，將休閒效益歸納為以下四個面向，分別為生理效益、心理效益、社交效益與教育效益。

- (1)心理效益：包含肯定自我、獲得成就感；獲得特殊體驗等（休閒效益量表題項 1、2）。

(2)生理效益：包含獲得休息、紓解壓力；維持體能、保持健康等（休閒效益量表題項 3、4）。

(3)教育效益：包含拓展知識領域；啟發創意、培養多元興趣等（休閒效益量表題項 5、6）。

(4)社交效益：包含增進家人、朋友感情；結交朋友、拓展社交圈等（休閒效益量表題項 7、8）。

此部份主要是要了解，當受試者參與休閒活動所感受到的效益；問卷計分以李克特（Likert）五等量表評分，分為非常同意、同意、沒意見、不同意、非常不同意，依序給予 5 分、4 分、3 分、2 分、1 分。受試者可依其認同的強弱程度作答，分數愈高表示參與休閒活動所感受到的效益愈高，當休閒效益高於 3 分時，視為休閒效益高，反之則視為休閒效益低。

（二）問卷信效度檢測

1.信度分析：信度即測量的可靠性，係指測量結果的一致性或穩定性。

本研究以 Cronbach' s α 係數做為判斷依據，主要以檢驗參與動機量表及休閒效益量表之信度，而信度係數介於 0 與 1 之間，數值越大信度越高。一般而言，Cronbach' s α 值在 0.7 以上者表示「高信度」；0.35 以下表示「拒絕其信度」。

本研究問卷量表信度分析結果，由表 3-1 中可知，參與動機量表之 Cronbach' s α 係數為 0.827，休閒效益量表 Cronbach' s α 係數為 0.972，均大於 0.700，顯示問項間具有一定之一致性及穩定性，因此，兩量表皆具有相當的信度水準。

表 3-2-1 量表之信度分析

構 面	參與動機	休閒效益	總值
Cronbach' s α 值	0.827	0.972	0.972

2. 效度分析：效度係指測量工具能正確測出所欲測量的特質之程度。

除了透過文獻探討及參考相關量表，發展本研究之問卷初稿，經收集遊客填寫意見、再經預試分析及景文科技大學休閒事業管理系顏建賢教授、中華民國農民團體幹部聯合訓練協會王志文秘書長、中興大學生物產業暨城鄉資源管理學系蔡必焜教授及指導教授陳美芬博士等專家學者提供意見後修正而成。因此，本研究所使用之問卷應具備內容效度及專家效度。

第三節 研究實施程序

本研究之實施程序分為三方面，分別為準備階段、研究工具之編制及預試、正式施測，說明如下

一、準備階段

本研究問卷設計乃依據研究理論架構，參酌國內外相關學者之研究內容，以結構式問卷作為蒐集初級資料之工具，以封閉式問題為主，針對研究架構中的各項變數，提出相關的衡量變項。

二、研究工具編制與問卷預試

本研究問卷於初稿編製完成後，分別請專業學者進行問卷調查表之審閱，並依據專家學者所修正之問卷內容及語意進行討論而作修改，把不妥之題目予以刪除或修正，以確認日後受測者對問卷內容語意能充分瞭解。

在問卷初稿擬定完成後，為求問卷於正式發放時能獲得良好之測量效果，預先請 40 位受測者進行問卷預試，同時請受測者針對各問項疑義提供意見並進行修正，以編製成正式問卷，經量表信度檢定，最後發展成為正式問卷，然後才開始進行正式問卷調查。

三、正式問卷調查

依據前述問卷篩選及修改後，於 2010 年 1 月 10 日起至 2010 年 2 月 10 日止進行資料蒐集，並以便於取樣方式進行問卷調查。針對台東縣關山鎮親水休閒農業區參與農業體驗活動之遊客進行施測，由研究者至各調查地點親自發放問卷並請受訪者自行針對問卷內容填寫，並以現場回收的方式進行。

第四節 資料處理與分析

本研究之問卷回收後，先檢視每份問卷的填答情形，藉以剔除廢卷，問卷中若有少數題漏答，則將該題視為缺失資料處理。將有效問卷進行編碼、登錄，運用統計套裝軟體（SPSS 12.0 版）進行資料分析，以下針對使用的統計方法加以說明：

- 一、描述性統計分析：本研究以次數分配或平均數來分析樣本之基本資料，包括：性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀況、主要居住地、旅遊伴侶、交通工具、停留時間、資訊來源、本次參加的農業體驗活

動類型及最想參加的農業體驗活動類型等，以說明樣本之特徵。

二、獨立樣本 t 檢定 (Independent-Samples Test)：主要分別探討遊客性別不同，其參與動機、休閒效益構面之差異。

三、變異數分析 (analysis of variance ANOVA)：主要在檢測除性別外之遊客特性在參與動機及休閒效益間之差異。

四、皮爾森積差相關 (Pearson Product-moment Correlation)：用以探討農業體驗活動參與者之參與動機與休閒效益各構面之間是否相關。

五、多元迴歸 (Multiple regression)：探討遊客參與動機對休閒效益是否有顯著影響。



第四章 研究結果與分析

依據本研究之研究目的進行調查，將所得資料經整理及統計分析後，本章將分為四節作說明。第一節 以描述性統計分析受訪遊客背景與遊客參與行為之特性，第二節 以 t 檢定及單因子變異數分析探討不同背景的遊客參與農業體驗活動的動機，第三節 以 t 檢定及單因子變異數分析探討遊客參與不同的農業體驗活動可獲得之休閒效益，第四節 則是以 Pearson 積差相關及多元迴歸分析遊客參與農業體驗活動之參與動機與休閒效益之關係及影響。

第一節 遊客基本資料分析

本節以敘述性統計分析，包括次數分配及百分比，分析遊客個人基本資料及遊客參與行為特性的之分佈情形。

一、個人基本資料分析

本研究樣本之基本資料包括性別、年齡、教育程度、職業類別、婚姻狀況、居住地點等。將所回收之問卷經整理，有效問卷為 448 份，經統計分析結果如（表 4-1-1）所示。

在受訪者有效問卷樣本中，性別以女性 253 人較多，佔 56.5%，男性則有 195 人佔 43.5%。在年齡層分佈上，以 31-40 歲的受訪者 112 人最多，佔 25.0%。其次為 41-50 歲有 101 人，佔 22.5%。而以 61 歲以上之受訪者有 28 人，佔 6.3%為最少。顯示受訪遊客以 31-50 歲之中壯年為主，佔總受訪遊客 47.5%。

受訪者教育程度主要以大學程度者居多，共有 172 人佔 38.4%；其次為專科程度有 106 人，佔 23.7%；而以國中（含以下）程度 29 人，佔 6.5%為最少。參與農業體驗活動者之教育程度在專科以上者佔總受訪遊客之

74.8%，由以上數據顯示願意參與農業體驗活動者大多受到較高教育程度。受訪者職業類別以學生最多共 118 人，佔 26.3%；而公務人員(含軍警及教師)為其次有 110 人，佔 24.6%；而以農（漁）業所佔比率最少，僅 12 人佔 2.7%。可見目前農業體驗活動參與者多為學生及公務人員包含軍警及教職人員，而工、商業及服務業則為尚可開發之市場，目前正從事農（漁）業工作之遊客每天參與農業活動自然興趣缺缺。

受訪者婚姻狀況部份，以已婚有偶的受訪者最多有 247 位，佔 55.1%；單身，從未結婚的有 192 位，佔 42.9%；喪偶、離婚的 9 位，佔 2.0%。顯示參加農業體驗活動的受訪者已婚有偶者佔比較多數。受訪遊客主要居住地點部份，主要以北部包括基隆、台北、桃園、新竹、金馬地區及海外等地的受訪者最多有 156 人，佔 34.8%；其次依序為宜蘭、花蓮、台東地區有 118 人，佔 26.3%；而中部包括苗栗、台中、彰化、雲林、南投等地區有 57 人，僅佔 12.7%為最少。顯示受訪者中北部、南部及宜、花、東地區之遊客分佈尚屬平均，唯中部地區受地理位置及交通不便的影響參與東部農業體驗活動之遊客人數比例略低於其他地區。

表4-1-1 受訪者基本資料 (N=448)

變 項	基 本 資 料	次數	百分比
性別	男性	195	43.5
	女性	253	56.5
年齡	20 歲以下	76	17.0
	21~30 歲	84	18.8
	31~40 歲	112	25.0
	41~50 歲	101	22.5
	51~60 歲	47	10.5
	61 歲以上	28	6.3
教育程度	國中(含以下)	29	6.5
	高中(職)	84	18.8
	專科	106	23.7
	大學	172	38.4
	研究所(含以上)	57	12.7

變 項	基 本 資 料	次數	百分比
職業	學生	118	26.3
	公務人員	110	24.6
	商業	47	10.5
	工業	28	6.3
	服務	90	20.1
	農(漁)業	12	2.7
	其他	43	9.6
婚姻狀況	單身,從未結婚	192	42.9
	已婚有偶	247	55.1
	喪偶、離婚	9	2.0
居住地	北部	156	34.8
	中部	57	12.7
	南部	117	26.1
	宜、花、東	118	26.3

備註：1. 職業類別中其他(7)包含家庭主婦及退休人員。

2. 居住地：北部包括基隆、台北、桃園、新竹、金馬地區及國外等地。中部包括苗栗、台中、彰化、雲林、南投等地。南部包括嘉義、台南、高雄、屏東、澎湖等地。東區包括宜蘭、花蓮、台東(蘭嶼、綠島)等地。

二、遊客參與行為特性

本研究樣本之遊客參與行為特性包括旅遊同行伴侶、交通工具、停留時間、資訊來源、參與的農業體驗活動類型及最想參與的農業體驗活動類型等。經統計分析結果如（表 4-1-2）所示。

受訪者中「與家人、親戚」一同來參加農業體驗活動者有 212 位，佔 47.3%為最多；「與朋友、同學」一同來參加農業體驗活動者有 184 位，佔 41.1%為其次；而「與同事」一同來參加農業體驗活動者有 42 位，佔 9.4%；「獨自前來」者僅有 10 位，佔 2.2%，顯示到關山鎮親水休閒農業區參加農業體驗活動者以「親朋好友」一同參與者為多數，而「獨自」參加者為少數。遊客參加農業體驗活動時所使用的交通工具以「自行開車」者為多數有 189 位，佔 42.2%；而「搭乘客運、火車」等大眾交通工具者亦有 150 人，佔 33.5%；「搭乘遊覽車」者佔 15.0%；「騎機車或自行車」者佔 9.4%。

參加農業體驗活動受訪者中停留時間以「一天以內」最多總計有 310 人，佔 69.2%；而「二天及三天」以上之參加者則佔 30.8%，顯示關山鎮親水休閒農業區之農業體驗活動尚無法吸引遊客作長時間（一天以上）的停留。參與關山鎮親水休閒農業區農業體驗活動者獲得相關資訊來源為複選題，其中選擇資訊來源為「親友介紹」者為最多共 164 人次，其次依序為「電腦網路」144 人次、「剛好路過」89 人次、「導覽手冊」78 人次、「報章雜誌及旅遊書籍」77 人次、「電視廣播」64 人次、從「旅行社獲得資訊」者 60 人次、從「其他管道」獲得關山鎮親水休閒農業區農業體驗活動資訊者為 28 人次；顯示參與關山鎮親水休閒農業區農業體驗活動之遊客中多以「親友介紹」為主，資訊來源為電腦網路者居次高顯示網路的行銷效果正逐漸超越其他傳統媒體行銷模式，是值得注意及觀察的。

本研究問卷調查期間到關山鎮親水休閒農業區受訪之有效問卷遊客數為 448 人，其參與的農業體驗活動合計有 903 次，平均每人參與的農業體驗活動約有 2 種類型：其中又以「農村景觀體驗活動」最多人參與有 316 次佔 70.5%；其次為「農村文化體驗活動」有 226 次佔 50.4%；其他依序為「農產品加工體驗活動」39.5%；「農耕採摘體驗活動」25.9%及「農村生態體驗活動」15.2%。由統計結果顯示遊客至本休閒農業區體驗仍以單純的農村景觀體驗活動為主要訴求，而較為深度的農業體驗活動如農產品加工體驗、農耕採摘體驗及農村生態體驗等仍有進步的空間。

受訪者中最想參與的農業體驗活動合計有1024次，相較於本次參與的農業體驗活動903次，明顯增加。平均每人最想參與的農業體驗活動約有 2.29種類型，遊客對於農業體驗活動抱持期待的態度，顯示農業體驗活動有其市場需求。其中仍以「農村景觀體驗活動」最多人選擇，有246人佔 54.9%。而最少人參與的「農村生態體驗活動」（15.2%），反而是遊客最想參與的農業體驗活動類型，有225人佔50.2%。農產品加工體驗最少人選擇，

有165人只佔36.8%。(表4-1-2)。

表 4-1-2 受訪者參與行為特性分析表 (N=448)

變 項	參與者特性	次數	百分比
和誰同行	獨自前來	10	2.2
	家人、親戚	212	47.3
	同事	42	9.4
	朋友、同學	184	41.1
交通工具	自行開車	189	42.2
	搭乘客運、火車	150	33.5
	搭乘遊覽車	67	15.0
	騎機車或自行車	42	9.4
停留時間	半天以內	153	34.2
	一天以內	157	35.0
	二天	78	17.4
	三天以上	60	13.4
資訊來源	導覽手冊	78	17.4
	電視廣播	64	14.3
	電腦網路	144	32.1
	旅行社	60	13.4
	親友介紹	164	36.6
	報章旅遊書籍	77	17.2
	剛好路過	89	19.9
	其他	28	6.3
本次參與的農業體驗活動	農耕採摘體驗	116	25.9
	農村文化體驗	226	50.4
	農村生態之體驗	68	15.2
	農產品加工體驗	177	39.5
	農村景觀體驗	316	70.5
	總 計	903	201.6
最想參與的農業體驗活動	農耕採摘體驗	199	44.4
	農村文化體驗	189	42.2
	農村生態之體驗	225	50.2
	農產品加工體驗	165	36.8
	農村景觀體驗	246	54.9
	總 計	1024	228.6

第二節 農業體驗活動參與動機之差異分析

本節將分析不同背景變項的遊客其參與動機之差異情形。本研究將「參與動機」分為「心理動機」、「生理動機」、「知性動機」及「社會動機」等四類型，分析結果如（表 4-2-1）所示，茲分別說明如下：

「參與動機」之整體平均數，其中以「生理動機」平均數 4.33 為最高；其次以「心理動機」、「知性動機」，平均數均為 4.05；而以「社會動機」平均數 3.75 為最低。

表 4-2-1 農業體驗活動「參與動機」統計分析表 (N=448)

參與動機 因 素		平均數	標準差	整體 平均數	整體 標準差
心理動機	避開吵雜環境	4.09	.77	4.05	.63
	遠離人群、接近大自然	4.22	.72		
	充實、肯定自我	3.85	.83		
生理動機	維持身心健康	4.27	.70	4.33	.60
	舒緩壓力	4.39	.63		
知性動機	學習知識或技能	3.85	.81	4.04	.61
	增加閱歷	4.05	.71		
	了解各地不同文化	4.21	.68		
社會動機	聯絡家人、朋友的感情	4.18	.76	3.74	.71
	結交新朋友、建立新友誼	3.74	.84		
	探訪親友	3.29	1.02		

針對不同背景變項的受訪者其參與動機的差異情形進行分析，經統計分析結果如（表 4-2-2）所示，茲說明如下：

在性別方面男性在「生理動機」的得分 4.23 最高，在「社會動機」的得分 3.70 為最低；女性則在「生理動機」的得分 4.41 為最高，在「社會動機」的得分 3.77 為最低。

以獨立樣本 t 檢定進行分析，結果顯示性別不同在「心理動機」、「生理動機」、「知性動機」及「社會動機」等四類動機均未達顯著水準，顯示

不同性別在各類型的參與動機並無顯著差異。

在年齡方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在參與動機的整體平均數達顯著差異，而以「51~60 歲」受訪者的參與動機顯著高於「31~40 歲」、「21~30 歲」。此外，各類型動機中「知性動機」達顯著差異，再經事後比較發現「51~60 歲」顯著高於「31~40 歲」、「21~30 歲」。顯示年長者之整體參與動機顯著高於年青者，尤其在知性動機方面。

在教育程度方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在參與動機的整體平均數達顯著差異，但於雪費法事後檢定並未顯示差異性。而在各類型參與動機中「社會動機」達顯著差異。經事後比較發現受訪者中「高中(職)」教育程度顯著高於「研究所(含以上)」。在社會動機顯示高教育程度者參與程度越低。

在不同職業類別及不同婚姻狀況方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在參與動機的整體平均數均未達顯著差異，且「心理動機」、「生理動機」、「知性動機」、「社會動機」各類型均未達顯著差異。顯示參與農業體驗活動者不會因職業類別及婚姻狀況不同其參與動機有所差異。

在居住地方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在參與動機的整體平均數未達顯著差異。但在各類型參與動機中「心理動機」則有顯著差異，經事後比較發現「北部」、「南部」顯著高於「東部」。

本研究結果發現參與農業體驗活動之參與動機以生理動機為最高，包含「緩和或抒解壓力」及「維持身心健康」此部份與王偉哲（1996）、葉純菊（2004）、邱垂杰（2006）有相同的結果。

表 4-2-2 受訪者背景變項與參與動機之差異分析

(N=448)

背景變項		參與動機因素				整體
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	知性 平均數 (標準差)	社會 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)
性別	男性	4.00 (.65)	4.23 (.58)	3.94 (.63)	3.70 (.75)	3.94 (.54)
	女性	4.09 (.61)	4.41 (.61)	4.11 (.59)	3.77 (.68)	4.07 (.50)
	t 值	.820	1.957	1.009	.527	1.127
年齡	20歲以下 (1)	4.03 (.69)	4.05 (.63)	4.05 (.68)	3.75 (.80)	4.00 (.62)
	21~30歲 (2)	3.93 (.64)	4.22 (.78)	3.97 (.59)	3.66 (.74)	3.93 (.49)
	31~40歲 (3)	3.97 (.64)	4.24 (.56)	3.89 (.64)	3.69 (.68)	3.93 (.51)
	41~50歲 (4)	4.12 (.551)	4.26 (.557)	4.05 (.542)	3.66 (.632)	4.03 (.432)
	51~60歲 (5)	4.26 (.62)	4.44 (.53)	4.34 (.47)	3.99 (.69)	4.27 (.49)
	61歲以上 (6)	4.21 (.52)	4.59 (.53)	4.24 (.69)	3.94 (.78)	4.18 (.53)
	F值	2.627*	3.624**	4.501**	2.111	4.078**
	Scheffe事後檢定			(5)>(2)、 (3)		(5)>(2)、 (3)
教育程度	國中(含以下) (1)	4.14 (.54)	4.47 (.53)	4.18 (.59)	3.92 (.74)	4.15 (.47)
	高中(職) (2)	4.19 (.63)	4.38 (.68)	4.09 (.65)	3.92 (.74)	4.12 (.58)
	專科 (3)	4.01 (.63)	4.31 (.60)	4.02 (.59)	3.70 (.71)	3.98 (.51)
	大學 (4)	4.06 (.63)	4.33 (.59)	4.01 (.61)	3.73 (.65)	4.01 (.49)
	研究所(含以上) (5)	3.88 (.60)	4.26 (.56)	4.00 (.64)	3.46 (.79)	3.87 (.52)
	F值	2.293	.701	.713	4.257**	2.720*
	Scheffe事後檢定				(2)>(5)	

背景變項		參與動機因素				整體
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	知性 平均數 (標準差)	社會 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)
職業類別	學生 (1)	3.98 (.69)	4.24 (.71)	4.00 (.65)	3.70 (.78)	3.96 (.58)
	公務人員(含軍警) (2)	4.10 (.60)	4.45 (.54)	4.12 (.61)	3.73 (.69)	4.07 (.48)
	商業 (3)	4.13 (.73)	4.36 (.61)	4.09 (.64)	3.75 (.74)	4.06 (.53)
	工業 (4)	3.94 (.55)	4.20 (.37)	3.80 (.53)	3.61 (.57)	3.86 (.37)
	服務 (5)	4.04 (.60)	4.31 (.54)	3.97 (.59)	3.80 (.70)	4.01 (.51)
	農(漁)業 (6)	4.06 (.47)	4.29 (.62)	3.94 (.57)	3.75 (.70)	3.99 (.43)
	其他 (7)	4.15 (.55)	4.40 (.61)	4.19 (.57)	3.81 (.71)	4.11 (.52)
F值		.815	1.677	1.843	.398	1.221
婚姻狀況	單身,從未結婚 (1)	4.02 (.66)	4.27 (.65)	4.02 (.60)	3.68 (.78)	3.97 (.55)
	已婚有偶 (2)	4.07 (.60)	4.37 (.55)	4.05 (.62)	3.77 (.66)	4.04 (.49)
	喪偶、離婚 (3)	4.30 (.59)	4.50 (.71)	4.30 (.66)	4.00 (.67)	4.25 (.55)
	F值	1.054	1.978	.950	1.571	1.896
居住地	北部 (1)	4.13 (.53)	4.37 (.55)	4.03 (.60)	3.68 (.71)	4.02 (.48)
	中部 (2)	4.02 (.62)	4.38 (.71)	4.06 (.74)	3.75 (.71)	4.02 (.55)
	南部 (3)	4.13 (.69)	4.34 (.64)	4.08 (.63)	3.85 (.71)	4.08 (.57)
	東部 (4)	3.89 (.65)	4.26 (.57)	4.01 (.55)	3.69 (.73)	3.93 (.49)
	F值	4.299**	.795	.300	1.512	1.574
Scheffe事後檢定		(4) < (3)、(1)				

*P<.05, **P<.01

備註：職業類別中其他(7)包含家庭主婦及退休人員。

第三節 農業體驗活動休閒效益差異分析

本節將分析不同背景變項的遊客其休閒效益的得分情形，並分別檢定遊客不同背景變項其休閒效益之差異情形。本研究將「休閒效益」分為「心理效益」、「生理效益」、「教育效益」及「社交效益」等四類型，分析結果說明如下：

參與農業體驗活動受訪者中，在「休閒效益」之整體平均數為 4.04，其中以「生理效益」平均數 4.09 為最高；其次為「教育效益」，平均數為 4.08；而以「社交效益」平均數 3.98 為最低（表 4-3-1）。

表 4-3-1 農業體驗活動整體「休閒效益」統計分析表 (N=448)

休閒效益 因 素	農業體驗活動類別	平均數	標準差	整體 平均數	整體 標準差
心理效益	農耕採摘體驗活動	4.00	.62	4.01	.54
	農村文化體驗活動	3.97	.63		
	農村生態體驗活動	3.96	.63		
	農產品加工體驗活動	4.07	.61		
	農村景觀體驗活動	4.06	.63		
生理效益	農耕採摘體驗活動	4.10	.63	4.09	.53
	農村文化體驗活動	4.10	.63		
	農村生態體驗活動	4.02	.66		
	農產品加工體驗活動	4.05	.63		
	農村景觀體驗活動	4.17	.60		
教育效益	農耕採摘體驗活動	4.05	.63	4.08	.53
	農村文化體驗活動	4.06	.60		
	農村生態體驗活動	4.05	.61		
	農產品加工體驗活動	4.13	.61		
	農村景觀體驗活動	4.09	.64		
社交效益	農耕採摘體驗活動	3.95	.67	3.98	.60
	農村文化體驗活動	4.00	.67		
	農村生態體驗活動	3.92	.69		
	農產品加工體驗活動	4.00	.67		

休閒效益 因 素	農業體驗活動類別	平均數	標準差	整體 平均數	整體 標準差
	農村景觀體驗活動	4.04	.66		
休閒效益整體平均數				4.04	.51

針對不同的農業體驗活動分析遊客各類型休閒效益的差異情形，經統計分析結果如（表 4-3-2）所示，茲說明如下：

在參與農耕採摘體驗活動之遊客所獲得之休閒效益，以「生理效益」之得分 4.10 最高，而以「社交效益」之得分 3.95 為最低。在參與農村文化體驗活動之遊客所獲得之休閒效益，以「生理效益」之得分 4.10 最高，而以「心理效益」之得分 3.97 為最低。在參與農村生態體驗活動之遊客所獲得之休閒效益，則以「教育效益」之得分 4.05 最高，而以「社交效益」之得分 3.92 為最低。在參與農產品加工體驗活動之遊客所獲得之休閒效益，則以「教育效益」之得分 4.13 最高，而以「社交效益」之得分 4.00 為最低。在參與農村景觀體驗活動之遊客所獲得之休閒效益，則以「生理效益」之得分 4.17 最高，而以「社交效益」之得分 4.04 為最低。

表 4-3-2 不同類型農業體驗活動「休閒效益」統計分析表 (N=448)

農業體驗活動類型	心理效益 平均數 (標準差)	生理效益 平均數 (標準差)	教育效益 平均數 (標準差)	社交效益 平均數 (標準差)	整體 休閒效益 平均數 (標準差)
農耕採摘體驗活動	4.00 (.62)	4.10 (.63)	4.05 (.63)	3.95 (.67)	4.03 (.55)
農村文化體驗活動	3.97 (.63)	4.10 (.63)	4.06 (.60)	4.00 (.67)	4.03 (.54)
農村生態體驗活動	3.96 (.63)	4.02 (.66)	4.05 (.61)	3.92 (.69)	3.99 (.57)
農產品加工體驗活動	4.07 (.61)	4.05 (.63)	4.13 (.61)	4.00 (.67)	4.06 (.55)
農村景觀體驗活動	4.06 (.63)	4.17 (.60)	4.09 (.64)	4.04 (.66)	4.09 (.55)

以下則分別依據不同背景變項受訪遊客其參與不同的農業體驗活動後所獲得之休閒效益之差異性進行統計分析，茲說明如下：

一、整體農業體驗活動休閒效益差異分析

在性別方面男性在「生理效益」的得分 4.01 最高，在「社交效益」的得分 3.87 為最低。而女性則在「生理效益」及「教育效益」的得分均為 4.15 為最高，在「心理效益」的得分 4.06 為最低。以獨立樣本 t 檢定進行分析，結果顯示性別不同在「社交效益」達顯著差異。

在年齡、職業類別、婚姻狀況及居住地方面以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數並無顯著差異。

在教育程度方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數達顯著差異，顯示高中(職)受訪者的休閒效益顯著高於研究所(含以上)。此外各類型休閒效益中「心理效益」、「生理效益」及「社交效益」均有顯著差異，但以雪費法事後檢定「生理效益」並無顯著差異，而「生理效益」及「社交效益」顯示高中(職)教育程度的受訪者顯著高於研究所(含以上)。

表 4-3-3 整體農業體驗活動休閒效益之差異分析 (N=448)

背景變項		休閒效益因素				整體 平均數 平均數 (標準差)
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	
性別	男性	3.94 (.55)	4.01 (.55)	3.98 (.54)	3.87 (.65)	3.95 (.52)
	女性	4.06 (.52)	4.15 (.51)	4.15 (.51)	4.07 (.55)	4.11 (.48)
	t 值	0.819	0.140	0.001	4.789*	1.035
年齡	20歲以下 (1)	4.06 (.70)	4.11 (.70)	4.08 (.69)	3.97 (.75)	4.05 (.66)
	21~30歲 (2)	4.02 (.48)	4.02 (.53)	4.09 (.50)	3.86 (.60)	4.00 (.47)
	31~40歲 (3)	3.90 (.49)	4.02 (.44)	4.01 (.46)	3.98 (.54)	3.98 (.44)

背景變項	休閒效益因素				整體	
	心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)	
41~50歲 (4)	4.00 (.48)	4.09 (.48)	4.06 (.47)	3.98 (.56)	4.03 (.45)	
51~60歲 (5)	4.10 (.51)	4.26 (.48)	4.15 (.50)	4.15 (.53)	4.16 (.47)	
61歲以上 (6)	4.18 (.60)	4.19 (.62)	4.21 (.62)	4.17 (.62)	4.19 (.59)	
F值	1.898	1.817	0.931	1.978	1.517	
教育程度	國中(含以下) (1)	4.17 (.57)	4.25 (.56)	4.20 (.55)	4.08 (.65)	4.17 (.51)
	高中(職) (2)	4.11 (.58)	4.20 (.58)	4.15 (.58)	4.13 (.60)	4.15 (.56)
	專科 (3)	3.99 (.58)	4.09 (.54)	4.07 (.55)	3.98 (.60)	4.03 (.53)
	大學 (4)	4.01 (.500)	4.06 (.514)	4.05 (.509)	3.99 (.559)	4.03 (.479)
	研究所(含以上) (5)	3.82 (.44)	3.94 (.45)	3.99 (.43)	3.71 (.65)	3.87 (.42)
	F值	3.251*	2.859*	1.248	4.317**	3.201*
	Scheffe事後檢定	(2)>(5)			(2)>(5)	(2)>(5)
職業類別	學生 (1)	4.05 (.63)	4.08 (.64)	4.08 (.63)	3.90 (.72)	4.03 (.60)
	公務人員(含軍警) (2)	3.98 (.48)	4.10 (.47)	4.09 (.48)	4.00 (.57)	4.04 (.45)
	商業 (3)	4.01 (.49)	4.10 (.55)	4.06 (.53)	4.00 (.56)	4.04 (.49)
	工業 (4)	3.86 (.46)	3.99 (.43)	3.98 (.38)	3.98 (.47)	3.95 (.38)
	服務 (5)	3.98 (.51)	4.07 (.51)	4.05 (.49)	3.99 (.56)	4.02 (.48)
	農(漁)業 (6)	3.91 (.63)	4.03 (.56)	4.02 (.61)	4.04 (.63)	4.00 (.59)
	其他 (7)	4.15 (.50)	4.20 (.47)	4.20 (.47)	4.11 (.55)	4.17 (.47)
	F值	1.125	0.561	0.620	0.712	0.638

背景變項		休閒效益因素				整體
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)
婚姻狀況	單身, 從未結婚 (1)	4.03 (.57)	4.08 (.59)	4.07 (.57)	3.92 (.66)	4.02 (.55)
	已婚有偶 (2)	3.99 (.52)	4.10 (.49)	4.07 (.50)	4.03 (.57)	4.05 (.48)
	喪偶、離婚 (3)	4.16 (.41)	4.12 (.35)	4.24 (.45)	4.20 (.29)	4.18 (.34)
	F值	0.592	0.075	0.463	2.331	0.456
居住地	北部 (1)	4.02 (.53)	4.12 (.50)	4.09 (.50)	3.97 (.60)	4.05 (.48)
	中部 (2)	4.05 (.53)	4.12 (.57)	4.16 (.54)	4.03 (.62)	4.09 (.52)
	南部 (3)	4.04 (.54)	4.09 (.55)	4.08 (.53)	4.05 (.60)	4.06 (.52)
	東部 (4)	3.95 (.56)	4.04 (.54)	4.01 (.55)	3.91 (.61)	3.98 (.52)
	F值	0.815	0.516	1.058	1.168	0.870

*P<.05, **P<.01

備註：職業類別中其他(7)包含家庭主婦及退休人員。

二、農耕採摘體驗活動休閒效益分析

遊客參與農耕採摘體驗活動之休閒效益差異分析如（表 4-3-4），茲說明如下：

在性別方面男性在「生理效益」的得分 4.00 為最高，在「社交效益」的得分 3.82 為最低。而女性則在「生理效益」的得分 4.17 為最高，以「社交效益」的得分 4.05 為最低。

以獨立樣本 t 檢定進行分析，結果顯示性別不同在整體休閒效益，男性和女性並無顯著差異。但在各類型休閒效益中「生理效益」達顯著差異，發現女性受訪者顯著高於男性。

在年齡、職業類別、婚姻狀況及居住地方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數並無顯著差異。

在教育程度方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數達顯著差異，而以高中(職)及大學程度受訪者的休閒效益顯著高於研究所(含以上)。此外各類型休閒效益中對於「心理效益」、「社交效益」均有顯著差異，但以雪費法事後檢定「心理效益」並無顯著差異，而「社交效益」發現高中(職)及大學程度受訪者的休閒效益顯著高於研究所(含以上)。

表 4-3-4 農耕採摘體驗活動休閒效益之差異分析

(N=448)

背景變項		休閒效益因素				整體 平均數 平均數 (標準差)
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	
性別	男性	3.92 (.63)	4.00 (.62)	3.95 (.63)	3.82 (.68)	3.93 (.55)
	女性	4.06 (.61)	4.17 (.62)	4.13 (.62)	4.05 (.64)	4.10 (.54)
	t 值	.272	4.380*	.042	3.279	.224
年齡	20歲以下 (1)	4.03 (.80)	4.11 (.82)	3.99 (.77)	3.94 (.70)	4.01 (.67)
	21~30歲 (2)	4.01 (.61)	4.04 (.61)	4.08 (.64)	3.80 (.75)	3.98 (.57)
	31~40歲 (3)	3.92 (.54)	4.03 (.50)	3.99 (.55)	3.93 (.59)	3.97 (.46)
	41~50歲 (4)	3.94 (.57)	4.10 (.58)	4.04 (.62)	3.95 (.64)	4.01 (.50)
	51~60歲 (5)	4.15 (.50)	4.34 (.56)	4.19 (.57)	4.16 (.64)	4.21 (.49)
	61歲以上 (6)	4.20 (.69)	4.09 (.77)	4.23 (.66)	4.11 (.70)	4.18 (.65)
	F值	1.794	1.843	1.340	2.172	1.888
教育程度	國中(含以下) (1)	4.21 (.59)	4.40 (.63)	4.22 (.61)	4.10 (.65)	4.20 (.52)
	高中(職) (2)	4.09 (.68)	4.13 (.70)	4.13 (.70)	4.07 (.67)	4.13 (.61)
	專科 (3)	3.95 (.66)	4.10 (.62)	4.02 (.71)	3.93 (.67)	4.00 (.58)
	大學 (4)	4.00 (.57)	4.07 (.60)	4.05 (.58)	3.97 (.61)	4.02 (.51)

背景變項	休閒效益因素				整體	
	心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)	
研究所(含以上) (5)	3.82 (.56)	3.98 (.60)	3.93 (.53)	3.65 (.74)	3.85 (.47)	
F值	2.585*	2.269	1.462	4.112**	3.030**	
Scheffe事後檢定				(5) <(2)、(4)	(5) <(2)、(4)	
職業類別	學生 (1)	4.03 (.74)	4.10 (.76)	4.04 (.71)	3.86 (.72)	4.00 (.62)
	公務人員(含軍警) (2)	4.00 (.55)	4.11 (.59)	4.03 (.60)	3.96 (.63)	4.02 (.50)
	商業 (3)	3.98 (.65)	4.05 (.66)	4.11 (.56)	4.01 (.64)	4.06 (.51)
	工業 (4)	3.86 (.58)	3.93 (.42)	3.98 (.52)	3.89 (.58)	3.95 (.42)
	服務 (5)	3.93 (.56)	4.08 (.55)	4.02 (.64)	3.98 (.67)	4.00 (.56)
	農(漁)業 (6)	3.88 (.68)	4.21 (.78)	3.96 (.66)	3.83 (.75)	3.90 (.66)
	其他 (7)	4.17 (.51)	4.23 (.50)	4.27 (.60)	4.08 (.62)	4.20 (.50)
F值	1.144	0.788	1.080	0.864	1.011	
婚姻狀況	單身,從未結婚 (1)	4.01 (.67)	4.09 (.68)	4.05 (.66)	3.88 (.68)	4.01 (.58)
	已婚有偶 (2)	3.98 (.58)	4.11 (.60)	4.05 (.61)	3.99 (.65)	4.03 (.53)
	喪偶、離婚 (3)	4.28 (.57)	4.17 (.35)	4.22 (.67)	4.22 (.44)	4.21 (.42)
F值	1.019	0.105	0.328	2.096	0.563	
居住地	北部 (1)	4.01 (.61)	4.08 (.59)	4.08 (.61)	3.94 (.68)	4.05 (.53)
	中部 (2)	4.03 (.56)	4.24 (.68)	4.06 (.67)	3.98 (.65)	4.03 (.53)
	南部 (3)	4.06 (.61)	4.09 (.63)	4.11 (.61)	4.00 (.66)	4.07 (.56)
	東部 (4)	3.91 (.65)	4.06 (.65)	3.96 (.66)	3.88 (.66)	3.95 (.56)
F值	1.265	1.094	1.356	0.779	1.105	

*P<.05, **P<.01

備註：職業類別中其他(7)包含家庭主婦及退休人員。

三、農村文化體驗活動休閒效益之差異分析

遊客參與農村文化體驗活動之休閒效益差異分析如（表 4-3-5），茲說明如下：

在性別方面，男性在「生理效益」的得分 4.00 為最高，在「社交效益」的得分 3.87 為最低。而女性則在「生理效益」的得分 4.17 為最高，在「社交效益」的得分 4.01 為最低。

以獨立樣本 t 檢定進行分析，結果顯示性別不同在整體休閒效益，男性和女性並無顯著差異。但在各類型休閒效益中，結果顯示性別不同在「生理效益」達顯著差異，女性訪者顯著高於男性。

在年齡、職業類別、婚姻狀況及居住地方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數並無顯著差異。

在教育程度方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數達顯著差異，但經雪費法事後檢定並無顯著。此外各類型休閒效益中對於「心理效益」、「社交效益」達顯著差異，但以雪費法事後檢定「心理效益」並無顯著差異，而「社交效益」發現高中(職)程度受訪者的休閒效益顯著高於研究所(含以上)。

表 4-3-5 農村文化體驗活動休閒效益之差異分析 (N=448)

背景變項		休閒效益因素				整體 平均數 平均數 (標準差)
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	
性別	男性	3.92 (.61)	4.00 (.62)	3.96 (.61)	3.87 (.68)	3.94 (.53)
	女性	4.01 (.63)	4.17 (.62)	4.14 (.59)	4.11 (.65)	4.11 (.53)
t 值		.349	4.380*	.259	.059	.001

背景變項		休閒效益因素				整體
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)
年齡	20歲以下 (1)	4.01 (.80)	4.11 (.82)	4.05 (.81)	3.98 (.85)	4.04 (.74)
	21~30歲 (2)	3.98 (.65)	4.04 (.61)	4.08 (.63)	3.93 (.69)	4.01 (.50)
	31~40歲 (3)	3.86 (.58)	4.03 (.50)	4.04 (.48)	3.98 (.57)	3.98 (.46)
	41~50歲 (4)	3.93 (.57)	4.10 (.58)	4.00 (.55)	3.98 (.62)	4.00 (.48)
	51~60歲 (5)	4.11 (.53)	4.34 (.56)	4.16 (.53)	4.19 (.60)	4.20 (.46)
	61歲以上 (6)	4.16 (.61)	4.09 (.77)	4.25 (.62)	4.20 (.67)	4.17 (.59)
	F值	1.815	1.843	1.112	1.512	1.666
教育程度	國中(含以下) (1)	4.19 (.67)	4.40 (.63)	4.26 (.56)	4.14 (.76)	4.25 (.51)
	高中(職) (2)	4.05 (.67)	4.13 (.70)	4.11 (.66)	4.14 (.67)	4.11 (.60)
	專科 (3)	3.95 (.63)	4.10 (.62)	4.06 (.63)	3.99 (.68)	4.02 (.56)
	大學 (4)	3.97 (.62)	4.07 (.60)	4.02 (.59)	4.00 (.62)	4.02 (.52)
	研究所(含以上) (5)	3.76 (.55)	3.98 (.60)	4.03 (.53)	3.78 (.70)	3.89 (.43)
	F值	2.785*	2.269	1.149	2.844*	2.663*
Scheffe事後檢定					(2)>(5)	
職業類別	學生 (1)	4.04 (.74)	4.10 (.76)	4.04 (.75)	3.96 (.81)	4.04 (.66)
	公務人員(含軍警) (2)	3.92 (.61)	4.11 (.58)	4.09 (.53)	4.00 (.64)	4.03 (.50)
	商業 (3)	3.97 (.49)	4.05 (.66)	4.02 (.56)	3.96 (.58)	4.00 (.45)
	工業 (4)	3.79 (.50)	3.93 (.42)	3.96 (.47)	3.96 (.43)	3.91 (.36)
	服務 (5)	3.92 (.62)	4.08 (.55)	4.07 (.56)	4.01 (.64)	4.02 (.51)
	農(漁)業 (6)	3.96 (.69)	4.21 (.78)	4.04 (.69)	4.13 (.57)	4.08 (.55)

背景變項		休閒效益因素				整體
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)
其他 (7)		4.09 (.59)	4.23 (.50)	4.17 (.54)	4.16 (.62)	4.17 (.50)
F值		1.118	0.788	0.470	0.597	0.734
婚姻狀況	單身,從未結婚 (1)	3.99 (.68)	4.09 (.68)	4.04 (.67)	3.96 (.73)	4.02 (.59)
	已婚有偶 (2)	3.94 (.60)	4.11 (.60)	4.07 (.55)	4.03 (.62)	4.04 (.50)
	喪偶、離婚 (3)	4.17 (.43)	4.17 (.35)	4.28 (.51)	4.33 (.50)	4.24 (.30)
	F值	0.806	0.105	0.721	1.784	0.716
居住地	北部 (1)	3.96 (.62)	4.08 (.59)	4.08 (.56)	3.96 (.66)	4.02 (.51)
	中部 (2)	4.03 (.70)	4.24 (.68)	4.12 (.68)	4.05 (.68)	4.11 (.59)
	南部 (3)	4.00 (.63)	4.09 (.63)	4.06 (.63)	4.10 (.66)	4.06 (.54)
	東部 (4)	3.92 (.61)	4.06 (.65)	4.02 (.60)	3.94 (.69)	3.99 (.54)
	F值	0.543	1.094	0.478	1.511	0.849

*P<.05, **P<.01

備註：職業類別中其他(7)包含家庭主婦及退休人員。

四、農村生態體驗活動休閒效益之差異分析

遊客參與農村生態體驗活動之休閒效益差異分析如（表 4-3-6），茲說明如下：

在性別方面男性在「生理效益」及「教育效益」的得分 3.96 為最高，在「社交效益」的得分 3.85 為最低。而女性則在「教育效益」的得分 4.11 為最高，在「社交效益」的得分 3.98 為最低。

以獨立樣本 t 檢定進行分析，結果顯示性別不同在整體休閒效益，男性和女性並無顯著差異。但在各類型休閒效益中使用獨立樣本 t 檢定進行分析，結果顯示性別不同在「社交效益」達顯著差異，女性受訪者顯著高

於男性。

在年齡、職業類別、婚姻狀況及居住地方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數並無顯著差異。但在不同類型休閒效益中不同年齡在「社交效益」則有顯著差異，但以雪費法事後檢定發現並無顯著差異。而不同婚姻狀況在「社交效益」達顯著差異，經事後比較發現已婚有偶之受訪者顯著高於單身從未結婚之受訪者。

在教育程度方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數達顯著差異，而以高中(職)及大學程度受訪者的休閒效益顯著高於研究所(含以上)。此外各類型休閒效益中在「心理效益」、「生理效益」、「社交效益」均有顯著差異，但以雪費法事後檢定「心理效益」並無顯著差異，而「生理效益」及「社交效益」顯示高中(職)教育程度受訪者顯著高於研究所(含以上)。

表 4-3-6 農村生態體驗活動休閒效益之差異分析 (N=448)

背景變項		休閒效益因素				整體
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)
性別	男性	3.92 (.64)	3.96 (.66)	3.96 (.61)	3.85 (.71)	3.92 (.58)
	女性	3.99 (.63)	4.06 (.65)	4.11 (.60)	3.98 (.66)	4.04 (.56)
	t 值	.847	2.187	.572	4.044*	.841
年齡	20歲以下 (1)	4.01 (.80)	4.03 (.80)	4.13 (.71)	3.89 (.86)	4.01 (.70)
	21~30歲 (2)	3.92 (.60)	3.93 (.69)	3.98 (.60)	3.77 (.70)	3.90 (.55)
	31~40歲 (3)	3.84 (.59)	3.94 (.56)	3.96 (.58)	3.90 (.61)	3.91 (.50)
	41~50歲 (4)	3.99 (.57)	4.02 (.61)	4.10 (.52)	3.96 (.64)	4.02 (.51)
	51~60歲 (5)	4.09 (.59)	4.18 (.60)	4.10 (.59)	4.11 (.58)	4.12 (.53)
	61歲以上 (6)	4.09 (.68)	4.27 (.71)	4.13 (.75)	4.18 (.68)	4.17 (.65)

背景變項		休閒效益因素				整體
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)
F值		1.631	2.045	1.236	2.451*	2.004
教育程度	國中(含以下) (1)	4.07 (.72)	4.21 (.71)	4.14 (.68)	4.02 (.88)	4.11 (.61)
	高中(職) (2)	4.07 (.66)	4.17 (.73)	4.13 (.63)	4.07 (.67)	4.11 (.61)
	專科 (3)	4.00 (.67)	4.04 (.66)	4.09 (.61)	3.96 (.65)	4.02 (.58)
	大學 (4)	3.93 (.60)	3.97 (.62)	3.99 (.60)	3.92 (.65)	3.95 (.54)
	研究所(含以上) (5)	3.75 (.54)	3.82 (.58)	3.98 (.54)	3.62 (.70)	3.79 (.48)
	F值	2.554*	3.368*	1.218	3.945**	3.291*
Scheffe事後檢定		(2)>(5)		(2)>(5)	(2)>(5)	
職業類別	學生 (1)	3.94 (.75)	3.98 (.76)	4.05 (.70)	3.81 (.82)	3.94 (.66)
	公務人員(含軍警) (2)	3.94 (.54)	3.99 (.59)	4.09 (.55)	3.93 (.64)	3.99 (.50)
	商業 (3)	4.01 (.60)	4.12 (.68)	4.11 (.63)	4.05 (.62)	4.07 (.55)
	工業 (4)	3.88 (.60)	3.95 (.55)	3.88 (.46)	3.93 (.49)	3.91 (.42)
	服務 (5)	3.93 (.63)	4.01 (.66)	3.97 (.60)	3.93 (.65)	3.96 (.57)
	農(漁)業 (6)	3.92 (.67)	4.04 (.58)	3.88 (.64)	3.92 (.76)	3.94 (.61)
	其他 (7)	4.12 (.58)	4.13 (.60)	4.21 (.53)	4.06 (.62)	4.13 (.52)
F值		0.647	0.531	1.452	1.060	0.875
婚姻狀況	單身,從未結婚 (1)	3.95 (.67)	3.98 (.73)	4.03 (.63)	3.83 (.75)	3.95 (.60)
	已婚有偶 (2)	3.97 (.61)	4.04 (.60)	4.06 (.60)	3.99 (.64)	4.01 (.55)
	喪偶、離婚 (3)	3.94 (.58)	4.11 (.60)	4.22 (.44)	4.06 (.46)	4.08 (.44)
	F值	0.044	0.456	0.467	3.342*	0.862

背景變項		休閒效益因素				整體
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)
居住地	北部 (1)	3.97 (.64)	4.03 (.65)	4.08 (.59)	3.91 (.69)	4.00 (.54)
	中部 (2)	3.99 (.56)	4.04 (.70)	4.18 (.58)	3.96 (.71)	4.04 (.54)
	南部 (3)	3.99 (.64)	4.06 (.66)	4.02 (.60)	4.03 (.67)	4.03 (.58)
	東部 (4)	3.90 (.66)	3.94 (.66)	3.98 (.65)	3.81 (.69)	3.91 (.59)
	F值	0.496	0.707	1.599	2.119	1.137

*P<.05, **P<.01

備註：職業類別中其他(7)包含家庭主婦及退休人員。

五、農產品加工體驗活動休閒效益之差異分析

遊客參與農產品加工體驗活動之休閒效益差異分析如（表 4-3-7），茲說明如下：

在性別方面男性在「教育效益」的得分 4.02 為最高，在「社交效益」的得分 3.88 為最低。而女性則在「教育效益」的得分 4.21 為最高，在「生理效益」的得分 4.09 為最低。

以獨立樣本 t 檢定進行分析，結果顯示男性和女性對於整體休閒效益，並無顯著差異。但在不同休閒效益類別中，分析結果顯示性別不同在「社交效益」達顯著差異，受訪者中女性顯著高於男性。

在年齡、職業類別、婚姻狀況及居住地方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數均無顯著差異。

在教育程度方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數無顯著差異。此外各類型休閒效益中對於「社交效益」則有顯著差異，經事後比較，發現高中(職)程度受訪者顯著高於研究所(含以上)。

表 4-3-7 農產品加工體驗活動休閒效益之差異分析 (N=448)

背景變項		休閒效益因素				整體
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)
性別	男性	3.97 (.65)	4.00 (.64)	4.02 (.64)	3.88 (.73)	3.97 (.57)
	女性	4.15 (.58)	4.09 (.62)	4.21 (.57)	4.10 (.60)	4.14 (.52)
	t 值	.481	.008	.002	8.242**	1.061
年齡	20歲以下 (1)	4.09 (.74)	4.07 (.80)	4.09 (.78)	3.99 (.82)	4.06 (.69)
	21~30歲 (2)	4.13 (.56)	4.01 (.64)	4.21 (.58)	3.89 (.68)	4.06 (.50)
	31~40歲 (3)	3.98 (.58)	3.98 (.56)	4.08 (.55)	4.02 (.60)	4.02 (.50)
	41~50歲 (4)	4.07 (.57)	4.02 (.54)	4.06 (.56)	3.97 (.63)	4.03 (.51)
	51~60歲 (5)	4.07 (.59)	4.21 (.62)	4.19 (.54)	4.17 (.55)	4.16 (.51)
	61歲以上 (6)	4.18 (.72)	4.23 (.59)	4.25 (.70)	4.20 (.67)	4.21 (.64)
	F值	0.867	1.506	1.048	1.677	0.969
教育程度	國中(含以下) (1)	4.12 (.65)	4.16 (.67)	4.16 (.76)	4.14 (.69)	4.14 (.59)
	高中(職) (2)	4.17 (.61)	4.20 (.63)	4.19 (.69)	4.16 (.65)	4.18 (.58)
	專科 (3)	4.04 (.64)	4.01 (.66)	4.08 (.59)	3.99 (.70)	4.03 (.58)
	大學 (4)	4.08 (.60)	4.03 (.62)	4.14 (.57)	4.00 (.62)	4.06 (.52)
	研究所(含以上) (5)	3.95 (.60)	3.92 (.55)	4.06 (.54)	3.75 (.68)	3.92 (.47)
	F值	1.217	2.212	0.589	3.571**	2.193
Scheffe事後檢定					(2)>(5)	

背景變項		休閒效益因素				整體
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)
職業類別	學生 (1)	4.12 (.69)	4.04 (.75)	4.15 (.72)	3.92 (.79)	4.06 (.63)
	公務人員(含軍警) (2)	4.04 (.62)	4.06 (.55)	4.15 (.57)	4.00 (.60)	4.06 (.51)
	商業 (3)	4.00 (.57)	4.02 (.56)	4.03 (.58)	3.96 (.61)	4.00 (.52)
	工業 (4)	3.93 (.54)	4.00 (.53)	4.07 (.40)	4.04 (.62)	4.01 (.41)
	服務 (5)	4.07 (.57)	4.03 (.63)	4.10 (.58)	4.01 (.63)	4.05 (.55)
	農(漁)業 (6)	3.83 (.65)	3.88 (.80)	4.04 (.78)	4.25 (.66)	4.00 (.65)
	其他 (7)	4.27 (.53)	4.22 (.53)	4.24 (.54)	4.16 (.56)	4.22 (.48)
	F值	1.579	0.755	0.600	1.019	0.792
婚姻狀況	單身,從未結婚 (1)	4.10 (.63)	4.04 (.70)	4.14 (.68)	3.94 (.74)	4.05 (.59)
	已婚有偶 (2)	4.04 (.61)	4.06 (.57)	4.12 (.56)	4.05 (.61)	4.07 (.52)
	喪偶、離婚 (3)	4.22 (.51)	4.00 (.56)	4.17 (.35)	4.17 (.35)	4.14 (.36)
	F值	0.665	0.107	0.081	1.666	0.125
居住地	北部 (1)	4.08 (.64)	4.09 (.59)	4.11 (.65)	4.00 (.67)	4.07 (.56)
	中部 (2)	4.17 (.55)	4.08 (.73)	4.30 (.53)	4.10 (.69)	4.16 (.54)
	南部 (3)	4.07 (.60)	4.02 (.65)	4.12 (.57)	4.04 (.64)	4.06 (.54)
	東部 (4)	4.01 (.63)	4.01 (.61)	4.08 (.63)	3.93 (.68)	4.01 (.55)
	F值	0.827	0.501	1.831	1.020	1.011

*P<.05, **P<.01

備註：職業類別中其他(7)包含家庭主婦及退休人員。

六、農村景觀體驗活動休閒效益之差異分析

遊客參與農村景觀體驗活動之休閒效益差異分析如（表 4-3-8），茲說

明如下：

在性別方面男性在「生理效益」的得分 4.05 為最高，在「社交效益」的得分 3.92 為最低。而女性則在「生理效益」的得分 4.26 為最高，在「心理效益」的得分 4.12 為最低。

以獨立樣本 t 檢定進行分析，結果發現男性和女性對於整體休閒效益並無顯著差異。

在年齡、職業類別、婚姻狀況及居住地方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數並無顯著差異。但在不同類型休閒效益中不同年齡在「心理效益」則有顯著差異，但以雪費法事後比較發現並無顯著差異。

在教育程度方面，以單因子變異數進行統計分析，結果顯示在休閒效益的整體平均數達顯著差異，而以高中(職)教育程度受訪者的休閒效益顯著高於研究所(含以上)。此外各類型休閒效益中在「心理效益」、「社交效益」則有顯著差異，經雪費法事後檢定，發現高中(職)教育程度受訪者顯著高於研究所(含以上)。

表 4-3-8 農村景觀體驗活動休閒效益之差異分析 (N=448)

背景變項		休閒效益因素				整體 平均數 平均數 (標準差)
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	
性別	男性	3.97 (.62)	4.05 (.60)	4.01 (.64)	3.92 (.71)	3.99 (.56)
	女性	4.12 (.64)	4.26 (.57)	4.15 (.64)	4.13 (.60)	4.17 (.54)
	t 值	.865	1.212	.887	2.241	.004
年齡	20歲以下 (1)	4.18 (.77)	4.22 (.73)	4.14 (.79)	4.04 (.86)	4.14 (.70)
	21~30歲 (2)	4.07 (.63)	4.13 (.62)	4.11 (.63)	3.92 (.67)	4.06 (.52)
	31~40歲 (3)	3.91 (.58)	4.12 (.53)	3.98 (.59)	4.05 (.59)	4.02 (.50)

背景變項	休閒效益因素				整體	
	心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)	
41~50歲 (4)	4.05 (.57)	4.20 (.54)	4.10 (.61)	4.04 (.60)	4.10 (.50)	
51~60歲 (5)	4.07 (.63)	4.23 (.58)	4.12 (.59)	4.12 (.54)	4.14 (.54)	
61歲以上 (6)	4.25 (.60)	4.20 (.61)	4.20 (.64)	4.18 (.67)	4.21 (.59)	
F值	2.326*	0.528	0.933	0.919	0.931	
教育程度	國中(含以下) (1)	4.24 (.61)	4.24 (.56)	4.22 (.51)	3.98 (.69)	4.17 (.49)
	高中(職) (2)	4.19 (.67)	4.28 (.67)	4.18 (.71)	4.19 (.65)	4.21 (.62)
	專科 (3)	4.02 (.69)	4.17 (.58)	4.08 (.67)	4.06 (.65)	4.08 (.59)
	大學 (4)	4.06 (.58)	4.17 (.60)	4.07 (.65)	4.06 (.62)	4.09 (.53)
	研究所(含以上) (5)	3.81 (.55)	3.99 (.49)	3.96 (.49)	3.75 (.73)	3.88 (.44)
	F值	3.971**	2.127	1.386	3.981**	3.313*
Scheffe事後檢定	(2)>(5)			(2)>(5)	(2)>(5)	
職業類別	學生 (1)	4.11 (.73)	4.17 (.69)	4.11 (.76)	3.97 (.83)	4.09 (.65)
	公務人員(含軍警) (2)	4.02 (.60)	4.25 (.53)	4.10 (.58)	4.10 (.61)	4.12 (.50)
	商業 (3)	4.10 (.56)	4.16 (.64)	4.02 (.71)	4.03 (.65)	4.08 (.58)
	工業 (4)	3.84 (.53)	4.02 (.46)	4.00 (.45)	4.05 (.53)	3.98 (.44)
	服務 (5)	4.06 (.60)	4.16 (.59)	4.09 (.60)	4.03 (.55)	4.08 (.51)
	農(漁)業 (6)	3.96 (.72)	4.08 (.67)	4.17 (.69)	4.08 (.70)	4.07 (.66)
	其他 (7)	4.10 (.59)	4.17 (.51)	4.09 (.58)	4.10 (.54)	4.12 (.50)
	F值	0.867	0.649	0.240	0.460	0.258

背景變項		休閒效益因素				整體
		心理 平均數 (標準差)	生理 平均數 (標準差)	教育 平均數 (標準差)	社交 平均數 (標準差)	平均數 平均數 (標準差)
婚姻狀況	單身,從未結婚 (1)	4.10 (.68)	4.17 (.66)	4.10 (.70)	3.98 (.74)	4.09 (.60)
	已婚有偶 (2)	4.02 (.60)	4.17 (.55)	4.07 (.60)	4.07 (.60)	4.08 (.52)
	喪偶、離婚 (3)	4.17 (.43)	4.22 (.51)	4.33 (.50)	4.22 (.36)	4.24 (.38)
	F值	0.927	0.034	0.809	1.377	0.330
居住地	北部 (1)	4.08 (.64)	4.23 (.59)	4.11 (.64)	4.04 (.66)	4.11 (.55)
	中部 (2)	4.02 (.68)	4.19 (.59)	4.13 (.68)	4.05 (.69)	4.10 (.58)
	南部 (3)	4.10 (.62)	4.14 (.62)	4.09 (.64)	4.07 (.70)	4.10 (.56)
	東部 (4)	3.99 (.61)	4.12 (.58)	4.04 (.64)	4.00 (.65)	4.04 (.54)
	F值	0.789	0.849	0.366	0.223	0.468

*P<.05, **P<.01

備註：職業類別中其他(7)包含家庭主婦及退休人員。

綜合以上研究結果發現不同背景變項的遊客參與不同類型之農業體驗活動時，僅性別及教育程度對休閒效益有顯著影響，此結果與李晶(2002)之研究結果相同；而黃語瑄(2007)的研究結果發現除性別及教育程度外尚有年齡對休閒效益有顯著差異。

第四節 農業體驗活動參與動機對休閒效益的影響

本節將分析遊客參與不同的農業體驗活動類型，其參與動機對所獲得之休閒效益是否相關及是否有所影響。

一、農業體驗活動參與動機與休閒效益之相關分析

遊客參與農耕採摘體驗活動之參與動機與休閒效益之相關達顯著水準 ($r=.703, p<.001$)，顯示農耕採摘體驗活動參與者的參與動機與休閒效益有顯著正相關存在。此外參與動機與休閒效益的各項因素中以「社會動機」和「生理效益」($r=.380, p<.001$)、「教育效益」($r=.390, p<.001$)為低度相關，其他各因素相關係數介於.402至.639間，呈中度相關。

遊客參與農村文化體驗活動之參與動機與休閒效益之相關達顯著水準 ($r=.682, p<.001$)，顯示農村文化體驗活動參與者的參與動機與休閒效益有顯著正相關存在。此外參與動機與休閒效益的各項因素中以「社會動機」和「心理效益」($r=.392, p<.001$)、「生理效益」($r=.380, p<.001$)、「教育效益」($r=.387, p<.001$)為低度相關，其他各因素相關係數介於.402至.605間，呈中度相關。

遊客參與農村生態體驗活動之參與動機與休閒效益之相關達顯著水準 ($r=.667, p<.001$)，顯示農村生態體驗活動參與者的參與動機與休閒效益有顯著正相關存在。此外參與動機與休閒效益的各項因素中以「社會動機」和「心理效益」($r=.379, p<.001$)、「生理效益」($r=.388, p<.001$)、「教育效益」($r=.382, p<.001$)為低度相關，其他各因素相關係數介於.404至.621間，呈中度相關。

遊客參與農產品加工體驗活動之參與動機與休閒效益之相關達顯著水準 ($r=.681, p<.001$)，顯示農產品加工體驗活動參與者的參與動機與休閒效益有顯著正相關存在。此外參與動機與休閒效益的各項因素中以「社會動機」和「心理效益」($r=.379, p<.001$)及「生理動機」和「教育效益」($r=.393, p<.001$)為低度相關，其他各因素相關係數介於.400至.637間，呈中度相關。

遊客參與農村景觀體驗活動之參與動機與休閒效益之相關達顯著水準 ($r=.665, p<.001$)，顯示農村景觀體驗活動參與者的參與動機與休閒

效益有顯著正相關存在。此外參與動機與休閒效益的各項因素中以「社會動機」和「生理效益」($r=.387, p<.001$)、「教育效益」($r=.385, p<.001$)為低度相關，其他各因素相關係數介於.410至.616間，呈中度相關。

另外在整體農業體驗活動參與動機與休閒效益之相關分析方面，整體參與動機與整體休閒效益之相關達顯著水準 ($r=.738, p<.001$)，顯示農業體驗活動參與者的參與動機與休閒效益有顯著正相關存在。此外整體參與動機與整體休閒效益的各項因素中，其相關係數介於.471至.689間，呈中度相關如（表4-4-1）。

本研究結果與呂惠富（2008）之研究結果認為參與休閒運動之動機與休閒效益具有顯著正向關係是相似的。



表 4-4-1 農業體驗活動參與動機與休閒效益之相關分析表

(N=448)

農耕採摘體驗活動	心理動機	生理動機	知性動機	社會動機	整體參與動機	心理效益	生理效益	教育效益	社交效益	整體休閒效益
心理動機	1									
生理動機	.607(**)	1								
知性動機	.606(**)	.562(**)	1							
社會動機	.445(**)	.431(**)	.533(**)	1						
整體參與動機	.822(**)	.755(**)	.843(**)	.787(**)	1					
心理效益	.529(**)	.484(**)	.591(**)	.402(**)	.620(**)	1				
生理效益	.449(**)	.571(**)	.504(**)	.380(**)	.575(**)	.623(**)	1			
教育效益	.475(**)	.478(**)	.605(**)	.390(**)	.600(**)	.711(**)	.603(**)	1		
社交效益	.453(**)	.437(**)	.513(**)	.599(**)	.633(**)	.622(**)	.572(**)	.648(**)	1	
整體休閒效益	.564(**)	.557(**)	.639(**)	.509(**)	.703(**)	.876(**)	.720(**)	.875(**)	.844(**)	1
農村文化體驗活動	心理動機	生理動機	知性動機	社會動機	整體參與動機	心理效益	生理效益	教育效益	社交效益	整體休閒效益
心理動機	1									
生理動機	.607(**)	1								
知性動機	.606(**)	.562(**)	1							
社會動機	.445(**)	.431(**)	.533(**)	1						
整體參與動機	.822(**)	.755(**)	.843(**)	.787(**)	1					
心理效益	.465(**)	.483(**)	.538(**)	.392(**)	.577(**)	1				
生理效益	.449(**)	.571(**)	.504(**)	.380(**)	.575(**)	.693(**)	1			
教育效益	.432(**)	.466(**)	.521(**)	.387(**)	.555(**)	.635(**)	.661(**)	1		
社交效益	.402(**)	.432(**)	.483(**)	.596(**)	.605(**)	.553(**)	.603(**)	.620(**)	1	
整體休閒效益	.515(**)	.575(**)	.602(**)	.521(**)	.682(**)	.847(**)	.870(**)	.854(**)	.825(**)	1
農村生態體驗活動	心理動機	生理動機	知性動機	社會動機	整體參與動機	心理效益	生理效益	教育效益	社交效益	整體休閒效益
心理動機	1									
生理動機	.607(**)	1								
知性動機	.606(**)	.562(**)	1							
社會動機	.445(**)	.431(**)	.533(**)	1						
整體參與動機	.822(**)	.755(**)	.843(**)	.787(**)	1					
心理效益	.512(**)	.420(**)	.544(**)	.379(**)	.576(**)	1				
生理效益	.440(**)	.487(**)	.503(**)	.388(**)	.557(**)	.743(**)	1			
教育效益	.460(**)	.468(**)	.566(**)	.382(**)	.577(**)	.734(**)	.680(**)	1		
社交效益	.425(**)	.404(**)	.538(**)	.588(**)	.621(**)	.641(**)	.671(**)	.657(**)	1	
整體休閒效益	.524(**)	.508(**)	.614(**)	.500(**)	.667(**)	.888(**)	.886(**)	.871(**)	.855(**)	1

農產品加工體驗活動	心理動機	生理動機	知性動機	社會動機	整體參與動機	心理效益	生理效益	教育效益	社交效益	整體休閒效益
心理動機	1									
生理動機	.607(**)	1								
知性動機	.606(**)	.562(**)	1							
社會動機	.445(**)	.431(**)	.533(**)	1						
整體參與動機	.822(**)	.755(**)	.843(**)	.787(**)	1					
心理效益	.420(**)	.422(**)	.544(**)	.379(**)	.547(**)	1				
生理效益	.494(**)	.499(**)	.528(**)	.475(**)	.618(**)	.655(**)	1			
教育效益	.400(**)	.393(**)	.551(**)	.450(**)	.563(**)	.754(**)	.685(**)	1		
社交效益	.417(**)	.426(**)	.531(**)	.631(**)	.637(**)	.627(**)	.660(**)	.681(**)	1	
整體休閒效益	.497(**)	.500(**)	.619(**)	.559(**)	.681(**)	.868(**)	.862(**)	.893(**)	.858(**)	1
農村景觀體驗活動	心理動機	生理動機	知性動機	社會動機	整體參與動機	心理效益	生理效益	教育效益	社交效益	整體休閒效益
心理動機	1									
生理動機	.607(**)	1								
知性動機	.606(**)	.562(**)	1							
社會動機	.445(**)	.431(**)	.533(**)	1						
整體參與動機	.822(**)	.755(**)	.843(**)	.787(**)	1					
心理效益	.492(**)	.469(**)	.531(**)	.410(**)	.588(**)	1				
生理效益	.465(**)	.487(**)	.456(**)	.387(**)	.549(**)	.705(**)	1			
教育效益	.467(**)	.454(**)	.548(**)	.385(**)	.572(**)	.765(**)	.698(**)	1		
社交效益	.431(**)	.445(**)	.489(**)	.589(**)	.616(**)	.632(**)	.674(**)	.655(**)	1	
整體休閒效益	.530(**)	.529(**)	.579(**)	.508(**)	.665(**)	.886(**)	.874(**)	.892(**)	.850(**)	1
整體農業體驗活動	心理動機	生理動機	知性動機	社會動機	整體參與動機	心理效益	生理效益	教育效益	社交效益	整體休閒效益
心理動機	1									
生理動機	.607(**)	1								
知性動機	.606(**)	.562(**)	1							
社會動機	.445(**)	.431(**)	.533(**)	1						
整體參與動機	.822(**)	.755(**)	.843(**)	.787(**)	1					
心理效益	.564(**)	.531(**)	.640(**)	.457(**)	.677(**)	1				
生理效益	.549(**)	.604(**)	.585(**)	.467(**)	.674(**)	.842(**)	1			
教育效益	.524(**)	.529(**)	.654(**)	.467(**)	.672(**)	.873(**)	.826(**)	1		
社交效益	.471(**)	.475(**)	.566(**)	.665(**)	.689(**)	.728(**)	.752(**)	.764(**)	1	
整體休閒效益	.571(**)	.579(**)	.663(**)	.564(**)	.738(**)	.932(**)	.926(**)	.937(**)	.888(**)	1

** 在顯著水準為0.01時 (雙尾)，相關顯著。

二、農業體驗活動參與動機與休閒效益之迴歸分析

本研究結果如（表 4-4-2）顯示遊客參與農業體驗活動參與動機對休閒效益之多元迴歸分析中，其所得之多元迴歸方程式為：

$$Y \text{「休閒效益」} = 1.089 + 0.111 \text{「心理動機」} + 0.172 \text{「生理動機」} + 0.281 \text{「知性動機」} + 0.166 \text{「社會動機」}$$

顯示心理動機、生理動機、知性動機、社會動機對休閒效益均達到顯著性的正相關，亦即心理動機、生理動機、知性動機、社會動機愈高，感受到的休閒效益亦愈高，其中以知性動機之 Beta 係數達 0.281 為最高，表示對休閒效益的影響最大。結果發現心理動機、生理動機、知性動機、社會動機對於休閒效益之影響，具有高度的解釋力，整體的 R^2 高達.550，表示心理動機、生理動機、知性動機、社會動機可以解釋休閒效益 55.0% 的變異量。

遊客在參加農耕採摘體驗活動時其參與動機對休閒效益之多元迴歸分析中，其所得之多元迴歸方程式為：

$$Y \text{（休閒效益）} = 0.969 + 0.145 \text{ 心理動機} + 0.175 \text{ 生理動機} + 0.302 \text{ 知性動機} + 0.132 \text{ 社會動機}$$

顯示心理動機、生理動機、知性動機、社會動機對休閒效益均達到顯著性的正相關，亦即心理動機、生理動機、知性動機、社會動機愈高，感受到的休閒效益亦愈高，其中以知性動機之 Beta 係數達 0.302 為最高表示對休閒效益的影響最大。結果發現心理動機、生理動機、知性動機、社會動機對於休閒效益之影響，具有高度的解釋力，整體的 R^2 高達.500，表示心理動機、生理動機、知性動機、社會動機可以解釋休閒效益 50.0% 的變異量。

遊客在參加農村文化體驗活動時其參與動機對休閒效益之多元迴歸分析中，其所得之多元迴歸方程式為：

$$Y(\text{休閒效益}) = 1.082 + 0.069 \text{ 心理動機} + 0.244 \text{ 生理動機} + 0.250 \text{ 知性動機} + 0.162 \text{ 社會動機}$$

顯示除心理動機外，生理動機、知性動機、社會動機對休閒效益均達到顯著性的正相關，亦即生理動機、知性動機、社會動機愈高，感受到的休閒效益亦愈高，其中以知性動機之 Beta 係數達 0.250 為最高表示對休閒效益的影響最大。其中，t 考驗結果指出心理效益是不具備統計意義的。結果發現生理動機、知性動機、社會動機對於休閒效益之影響，具有高度的解釋力，整體的 R^2 高達.477，表示生理動機、知性動機、社會動機可以解釋休閒效益 47.7% 的變異量。

遊客在參加農村生態體驗活動時其參與動機對休閒效益之多元迴歸分析中，其所得之多元迴歸方程式為：

$$Y(\text{休閒效益}) = 1.025 + 0.128 \text{ 心理動機} + 0.138 \text{ 生理動機} + 0.317 \text{ 知性動機} + 0.151 \text{ 社會動機}$$

顯示心理動機、生理動機、知性動機、社會動機對休閒效益均達到顯著性的正相關，亦即心理動機、生理動機、知性動機、社會動機愈高，感受到的休閒效益亦愈高，其中以知性動機之 Beta 係數達 0.317 為最高表示對休閒效益的影響最大。結果發現心理動機、生理動機、知性動機、社會動機對於休閒效益之影響，具有高度的解釋力，整體的 R^2 高達.450，表示心理動機、生理動機、知性動機、社會動機可以解釋休閒效益 45.0% 的變異量。

遊客在參加農產品加工體驗活動時其參與動機對休閒效益之多元迴歸分析中，其所得之多元迴歸方程式為：

$$Y(\text{休閒效益}) = 1.193 + 0.071 \text{ 心理動機} + 0.126 \text{ 生理動機} + 0.305 \text{ 知性動機} + 0.216 \text{ 社會動機}$$

顯示除心理動機外，生理動機、知性動機、社會動機對休閒效益均達

到顯著性的正相關，亦即生理動機、知性動機、社會動機愈高，感受到的休閒效益亦愈高，其中以知性動機之 Beta 係數達 0.305 為最高表示對休閒效益的影響最大。其中，t 考驗結果指出心理效益是不具備統計意義的。結果發現生理動機、知性動機、社會動機對於休閒效益之影響，具有高度的解釋力，整體的 R^2 高達.474，表示生理動機、知性動機、社會動機可以解釋休閒效益 47.4% 的變異量。

遊客在參加農村景觀體驗活動時其參與動機對休閒效益之多元迴歸分析中，其所得之多元迴歸方程式為：

$$Y(\text{休閒效益}) = 1.179 + 0.140 \text{ 心理動機} + 0.179 \text{ 生理動機} + 0.232 \text{ 知性動機} + 0.167 \text{ 社會動機}$$

顯示心理動機、生理動機、知性動機、社會動機對休閒效益均達到顯著性的正相關，亦即心理動機、生理動機、知性動機、社會動機愈高，感受到的休閒效益亦愈高，其中以知性動機之 Beta 係數達 0.232 為最高表示對休閒效益的影響最大。結果發現心理動機、生理動機、知性動機、社會動機對於休閒效益之影響，具有高度的解釋力，整體的 R^2 高達.442，表示心理動機、生理動機、知性動機、社會動機可以解釋休閒效益 44.2% 的變異量。

綜合以上分析結果，遊客參與各項不同的農業體驗活動其參與動機與所獲得的休閒效益均有顯著的正相關，表示參與動機越高對休閒效益的感受亦越高，其中又以知性動機對休閒效益的影響為最大。

表 4-4-2 參與動機對休閒效益之迴歸分析表

農業體驗 活動類型	自變數	未標準化係數		標準化係數		t 值
		B 之估計值	標準誤	Beta	分配	
整體農業 體驗活動	心理動機	.111	.036	.137		3.113**
	生理動機	.172	.036	.204		4.830***
	知性動機	.281	.037	.341		7.694***
	社會動機	.166	.027	.234		6.074***
	截距	1.089				
	R Sq.(Adj)	.550				
	n	448				
農耕採摘 體驗活動	心理動機	.145	.040	.166		3.581***
	生理動機	.175	.041	.192		4.306***
	知性動機	.302	.042	.339		7.256***
	社會動機	.132	.031	.172		4.256***
	截距	.969				
	R Sq.(Adj)	.500				
	n	448				
農村文化 體驗活動	心理動機	.069	.041	.080		1.700
	生理動機	.244	.041	.273		5.986***
	知性動機	.250	.042	.285		5.974***
	社會動機	.162	.031	.215		5.190***
	截距	1.082				
	R Sq.(Adj)	.477				
	n	448				
農村生態 體驗活動	心理動機	.128	.044	.142		2.915**
	生理動機	.138	.044	.146		3.130**
	知性動機	.317	.045	.344		7.026***
	社會動機	.151	.034	.191		4.491***
	截距	1.025				
	R Sq.(Adj)	.450				
	n	448				

農業體驗 活動類型	自變數	未標準化係數		標準化係數		t 值
		B 之估計值	標準誤	Beta	分配	
農產品加工體驗活動	心理動機	.071	.042	.081		1.710
	生理動機	.126	.042	.138		3.008**
	知性動機	.305	.043	.342		7.141***
	社會動機	.216	.032	.282		6.773***
	截距	1.193				
	R Sq.(Adj)	.474				
	n	448				
農村景觀體驗活動	心理動機	.140	.043	.159		3.249**
	生理動機	.179	.043	.195		4.132***
	知性動機	.232	.044	.258		5.231***
	社會動機	.167	.033	.216		5.043***
	截距	1.179				
	R Sq.(Adj)	.442				
	n	448				

*P<.05, **P<.01, *** P<.001

第五章 結論與建議

本章將根據第四章研究結果作歸納並針對研究結果作成結論，希望能對輔導單位及休閒農業業者，在未來規劃農業體驗活動的應用上有所助益，並對後續研究的方向提出建議以供參考。

第一節 結論

本節將研究結果依遊客背景及參與行為、遊客參與農業體驗活動之參與動機、遊客參與農業體驗活動之休閒效益及遊客參與農業體驗活動之參與動機對休閒效益之影響四部分整理說明如下：

一、遊客背景及參與行為

參與農業體驗活動之遊客以女性略多於男性；年齡則以 31~40 歲及 41~50 歲已婚有偶的中壯年為主；教育程度以專科程度居多，顯示參與農業體驗活動者大多受到較高教育程度；職業則以學生及軍、公、教人員佔多數；遊客主要居住地點，主要以北部包括基隆、台北、桃園、新竹等地的遊客最多，唯中部地區受地理位置及交通不便的影響參與東部農業體驗活動之遊客人數比例略低於其他地區。

遊客參與行為方面，研究結果顯示參與農業體驗活動者中大多與親朋好友一同前來，以自行開車者占大多數，通常停留時間都在一天以內。參加農業體驗活動遊客其資訊來源多以親友介紹為主，另研究結果顯示網路的行銷效果正逐漸超越其他傳統媒體行銷模式，是值得注意及觀察的。在不同的農業體驗活動類型中以農村景觀體驗活動為最多人參與，顯示遊客仍以單純的農村景觀體驗活動為主要訴求，而較為深度的農業體驗活動如農產品加工體驗、農耕採摘體驗及農村生態體驗等仍有進步的空間。而比

較本次參與的農業體驗活動項目及遊客最想參與的農業體驗活動項目時發現遊客最想參與的農業體驗活動項目明顯增加，顯示遊客對於農業體驗活動抱持期待的態度，農業體驗活動確有其市場需求。

二、遊客參與農業體驗活動之參與動機

本研究結果顯示性別不同在「參與動機」並無顯著差異，顯示「參與動機」不會因為性別的不同而有差異性，也就是說男性或女性遊客對農業體驗活動參與動機是一致的。在年齡方面，在「知性動機」及整體「參與動機」存在顯著差異，發現以「51~60 歲」受訪者的參與動機顯著高於「31~40 歲」、「21~30 歲」。在教育程度方面，在「社會動機」有顯著差異，以「高中(職)」教育程度遊客之參與動機顯著高於「研究所(含以上)」。在職業類別及婚姻狀況方面，在「參與動機」並無顯著差異。遊客居住地方面，在「心理動機」有顯著差異，發現居住在「南部」、「北部」之遊客其參與動機顯著高於「東部」。

三、遊客參與農業體驗活動之休閒效益

本研究結果發現不同背景變項之遊客參與不同的農業體驗活動所獲得的休閒效益亦不相同：

在性別方面參與農耕採摘體驗活動、農村文化體驗活動之遊客，在「生理效益」達顯著差異，顯示女性獲得的「生理效益」顯著高於男性。農村生態體驗活動、農產品加工體驗活動、農村景觀體驗活動及整體農業體驗活動方面，在「社交效益」達顯著差異，顯示女性獲得的「社交效益」顯著高於男性。

在教育程度方面，參與各種類型的農業體驗活動除了農村文化體驗活動及農產品加工體驗活動外，其他類型農業體驗活動方面在「整體休閒效

益」均有顯著差異。而在各類型休閒效益中，參與各類型農業體驗活動之遊客在「社交效益」均有顯著差異。此外參與農村生態體驗活動之遊客，在「生理效益」亦有顯著差異；參與農村景觀體驗活動及整體農業體驗活動之遊客，在「心理效益」亦有顯著差異，均顯示高中(職)教育程度的受訪者顯著高於研究所(含以上)。

在年齡、職業類別、婚姻狀況及居住地方面，在休閒效益的整體平均數並無顯著差異。

四、遊客參與農業體驗活動之參與動機對休閒效益之影響

本研究結果顯示遊客參與各項不同的農業體驗活動其參與動機與所獲得的休閒效益均有顯著的正相關，表示參與動機越高對休閒效益的感受亦越高，其中又以知性動機對休閒效益的影響為最大。除了參與農村文化體驗活動及農產品加工體驗活動「心理動機」之 Beta 係數不具備統計意義外，其他各項參與動機因素對休閒效益均有高度的解釋力。

第二節 建議

本研究針對台東縣關山鎮親水休閒農業區之經營者及輔導單位提出相關建議，分述如下：

一、在行銷策略方面：

- (一)研究結果發現到台東縣關山鎮親水休閒農業區參與農業體驗活動之遊客以女性 31~40 歲及 41~50 歲已婚有偶的中壯年為主，且大多受到較高教育程度；職業則以學生及軍、公、教人員佔多數，遊客主要來自北部包括基隆、台北、桃園、新竹等地最多。研究

結果顯示目前客源以北部居多而南部次之，未來在行銷策略上建議加強針對青壯年族群及北部、南部地區的客源為主要行銷對象。

(二)從遊客參與農業體驗活動之資訊來源中可知其多以親友介紹為主，另研究結果顯示網路的行銷效果正逐漸超越其他傳統媒體行銷模式，建議將網路行銷列入未來重要的行銷通路。

二、在設施規劃方面：遊客參與不同類型的農業體驗活動類型中，以農村景觀體驗活動為最多人參與，顯示都會區遊客普遍嚮往農村景觀，建議相關單位未來對於農村的建設更應著重於農村景觀的保留，而非一味的建構現代化的設施。

三、在輔導經營方面：研究結果發現遊客最想參與的農業體驗活動項目明顯比本次參與的農業體驗項目增加，顯示農業體驗活動確有其市場需求，建議農場經營者及休閒農業區之輔導者有必要繼續開發更多的農業體驗活動類型，以滿足市場需求。

四、在活動設計規劃方面：

(一)參與動機的研究結果發現年長者對於農業體驗活動的參與動機顯著高於年青人，而都會區遊客參與動機亦顯著高於非都會區遊客，建議休閒農場相關業者對於未來農業體驗活動的設計，除加強設計適合年長者的農業體驗活動，以滿足年長者的需求外，亦可考慮設計適合年青人參與的體驗活動，以促進年青族群的參與動機；另外針對都會區遊客建議休閒農場業者結合食、宿、行、樂、購等周邊資源相互串聯，設計 2~3 天以上農業體驗活動行程以增加活動豐富性，以免遊客只作短暫停留。

- (二)研究結果發現遊客參與農業體驗活動其參與動機顯著影響其休閒效益，顯示遊客的參與動機越高所獲得的休閒效益越高。尤其在知性動機及生理動機方面對獲得休閒效益的影響最大。建議農場經營者及休閒農業區之輔導者，未來在農業體驗活動的設計及規劃上可以考慮以知性動機及生理動機之需求為主要訴求。

五、後續研究建議

- (一)本研究僅以台東縣關山鎮親水休閒農業區為主要研究範圍，後續研究者可擴大研究範圍，研究結果將更具代表性與參考性。
- (二)本研究僅以台東縣關山鎮親水休閒農業區之農業體驗活動類型作為研究標的，然而農業可作為休閒農業體驗活動之題材不勝枚舉，後續研究者可加入更多的農業體驗活動類型，則研究結果將更豐富且具代表性。
- (三)農業體驗活動資源之應用可因季節氣候等因素而有所不同，本研究受限於時間及人力因素，無法作長時間及大範圍的調查，建議後續研究者可延長調查時間，加入季節及氣候等環境因素，相信研究結果將更接近實際現況，更具參考性。

第三節 研究限制

本研究受到下列一些因素之影響，因此產生了本研究之研究限制。

- 一、本研究以台東縣關山鎮親水休閒農業區為個案進行研究，範圍僅針對到關山鎮親水休閒農業區參加農業體驗活動的遊客為主要的研究對象，另研究範圍因侷限於關山鎮親水休閒農業區內之各項

農業體驗活動，故本研究無法推論至全國其他的休閒農業區。

二、本研究因調查對象為非隨機取樣，並以問卷調查方式取得資料，對於其他遊客的調查，因人力及時間有限無法做全面大量的問卷施測。

三、本研究問卷施測期間，所調查結果僅能顯示這段期間遊客至關山鎮親水休閒農業區參加農業體驗活動之參與動機與休閒效益的狀況，並不能據此全面推論為遊客至關山鎮親水休閒農業區參加農業體驗活動整年度參與動機與休閒效益的分析結果。



參考文獻

- 王小璘、張舒雅（1993）。休閒農業資源分類系統之研究，戶外遊憩研究，6，1-30。
- 王育英，梁曉鶯 譯（2000）（Bernd H. Schmit）。體驗行銷。台北市：經典傳訊文化。
- 王柔蘋（2006）。有機農業教育體驗之研究。屏東科技大學農企業管理研究所碩士論文。
- 王偉哲（1996）。遊客對休閒農業之認知與體驗之研究。逢甲大學建築及都市計畫研究所碩士論文。
- 王敏華（2004）。自然公園使用者休閒效益與休閒滿意度之研究--以台北市富陽公園為例。國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。
- 王儷儒（2004）。台南縣國小教師休閒活動參與動機與阻礙因素之研究。國立台東大學教育研究所碩士論文。
- 朱家慶（2005）。探討不同類型休閒農場體驗滿意度之研究。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
- 江千如（2008）。遊客節慶活動體驗的世群效果－以宜蘭國際童玩藝術節為例。逢甲大學土地管理所碩士論文。
- 江榮吉（1997）。個別休閒農場未來經營方向。休閒農業未來走向研討會，41-44。
- 何雍慶、蘇子炘、張永富（2004）。消費者體驗與訊息處理路徑對品牌延伸購買態度之影響。行銷評論，1，1，1-20
- 吳明峰（2003）。休閒農漁園區類型與體驗行銷策略之研究－體驗活動觀點。屏東科技大學農企業管理系碩士論文。
- 吳松齡（2003）。休閒產業經營管理。台北縣：揚智文化事業股份有限公司。
- 吳松齡（2006）。休閒活動設計規劃。台北縣：揚智文化事業股份有限公司。

- 吳雅筠(2006)。休閒緩衝壓力模式與休閒壓抑壓力模式比較分析之研究。
國立高雄餐旅學院旅遊管理研究所碩士論文。
- 呂佳容(2004)。音樂心世界-大學生音樂休閒體驗與自我統合歷程之研究。
國立臺灣師範大學公民教育與活動領導學系碩士論文。
- 呂惠富(2008)。休閒運動之參與動機與休閒效益關係之研究。休閒產業管理學刊。1, 1, 41~53。
- 李 晶(2002)。休閒活動參與對於休閒效益體驗之影響—以軍艦岩登山健行步道為例。第一屆北投學術研討會—社區、文化、生態論文集。
- 李伯黍 譯(2002) Arthur S. Reber 作。The Penguin Dictionary of Psychology, 2nd ed. (心理學辭典)。台北市：五南圖書出版。
- 李明儒(2000)。農業旅遊之資源調查與遊程規劃。台灣農業旅遊學術研討會論文集，17-28。
- 李建通(2005)。生態資源與體驗設計之研究—以花東縱谷國家風景區卑南段為例。屏東科技大學熱帶農業暨國際合作研究所碩士論文。
- 李美華，吳凱琳 譯(2006) (Abraham H. Maslow, Deborah C. Stephens, Gary Heil)。馬斯洛人性管理經典。台北市：商周出版 城邦文化事業股份有限公司。
- 李煌仁(2004)。屏東縣屬公教人員休閒農業需求與體驗活動類型之研究。
國立屏東科技大學農企業管理系碩士論文。
- 沈易儒(2008)。荖濃溪激流泛舟遊客刺激尋求、休閒效益與幸福感之研究。
南台科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 沈聖傑(2008)。高雄縣市國小學生網路使用參與動機及休閒效益之研究。
國立屏東教育大學體育學系碩士論文。
- 周安盈(2009)。綠色運動參與者之遊憩環境偏好、遊憩體驗與休閒效益關係之研究。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。

- 官素珍（2008）。露營者遊憩動機、持續涉入與休閒效益關係之研究。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 林育嫻（2008）。中高齡者數位遊戲參與動機探討。南台科技大學多媒體與電腦娛樂科學系碩士論文。
- 林欣慧（2002）。解說成效對休閒效益體驗之影響研究---以登山健行為例。國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文。
- 林威呈（2001）。台灣地區休閒農場假日遊客旅遊行為之研究。國立山大學企業管理學系碩士論文。
- 林梓聯（2001）。體驗經濟時代農企業的發展機會。農業經營管理會訊，28，3~9。
- 邱垂杰（2006）。苗栗大湖草莓園區遊客參與動機與休閒體驗之相關研究。國立臺灣師範大學體育學系碩士論文。
- 邱紀寧（2004）。遊客對農業旅遊認知與滿意度研究－以台北市農會舉辦之農業旅遊為例。國立政治大學地政研究所碩士論文。
- 邱皓政（2008）。量化研究與統計分析。台北市：五南圖書出版股份有限公司。
- 侯錦雄、郭彰仁（2003）。關渡、高美、七股濕地生態遊憩動機與旅遊特性之比較。觀光研究學報，9，1，P1~18。
- 段兆麟（2000）。體驗式經濟在農業的實踐。新世紀體驗農業經營研討會，25-35。
- 段兆麟（2002）。體驗經濟與教育農園。農業推廣文彙，47，209~223。
- 段兆麟（2003）。休閒農漁園區建立企業化經營制度之研究。屏東縣：行政院農業委員會計畫。
- 段兆麟（2008）。休閒農業－體驗的觀點。台北市：華都文化事業有限公司。
- 段兆麟、郭明仁、劉吉川、邱宗治、李崇尙、林雅文(1999)。屏東縣全縣

- 性休閒農業整體調查與規劃報告。屏東縣：屏東縣政府計畫。
- 洪仁松（2007）。參與讀書會之動機與其休閒效益之研究。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
- 洪國立（2009）。日月潭環湖馬拉松賽運動參與行為與休閒效益之研究。大葉大學運動事業管理學系碩士論文。
- 洪煌佳（2002）。突破休閒活動之休閒效益研究。國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文。
- 夏業良，魯煒 譯（2003）（B. Joseph Pine II, James H. Gilmore）。台北市：體驗經濟。經濟新潮社。
- 徐國全（2008）。新社地區遊客參與農業旅遊動機、休閒效益對重遊意願關係之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 涂慧琪（2008）。國小教師休閒活動類型與參與動機之研究—以屏東縣為例。亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士論文。
- 張文宜（2005）。休閒農場體驗與行銷策略規劃之研究。屏東科技大學熱帶農業暨國際合作研究所碩士論文。
- 張治文（2007）。冒險性休閒活動參與動機及休閒效益之研究-以六龜鄉荖濃溪泛舟為例。國立台灣師範大學體育學系碩士論文。
- 張春興（1985）。心理學下冊。台北市：東華書局。
- 張春興（1989）。張氏心理學辭典。台北市：東華書局。
- 張春興（2006）。張氏心理學辭典（重訂本）。台北市：東華書局。
- 張宮熊、林鈺琴（2002）。休閒事業管理。台北市：揚智文化。
- 張清富（2008）。農業旅遊動機、休閒效益對重遊意願影響之研究—以苗栗縣大湖鄉薑麻園為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 張智鈞（2008）。電影院消費者消費行為與休閒效益之研究—以台北威秀電影院為例。國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。

- 曹正、李瑞琮（1989）。觀光地區遊憩活動設施規劃設計準則研究報告。交通部觀光局。東海大學環境規劃暨景觀研究中心，13-14，19-22。
- 莊仲仁（2006）。跨時代的心理學家。馬斯洛人性管理經典。台北市：商周出版 城邦文化事業股份有限公司。
- 許弘華（2006）。休閒農場遊客特性之研究-以銀行山禾家牧場為例。大葉大學管理學院休閒事業管理學系碩士論文。
- 許麗蕙（2008）。優秀帕運運動員運動參與動機之質性研究。國立臺灣體育大學教練研究所碩士論文。
- 陳一之（2008）。大坑登山步道遊憩吸引力、服務品質、遊客滿意度與忠誠度之研究。國立臺中教育大學體育學系碩士論文。
- 陳小琪（2008）。遊客參與生態旅遊之休閒效益研究。銘傳大學觀光研究所碩士論文。
- 陳中雲（2001）。國小教師休閒參與、休閒效益與工作滿意之關係研究。國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文。
- 陳水源（1988）。遊客遊憩需求與遊憩體驗之研討。戶外遊憩研究，1，3，25-51。
- 陳怡指（2006）。居民對南瀛總爺藝文中心之遊憩意象與休閒效益認知之研究。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
- 陳金萬（2005）。休閒牧場體驗設計與體驗行銷之研究-以初鹿牧場為例。國立屏東科技大學熱帶農業暨國際合作研究所碩士論文。
- 陳建安（2008）。臺北市綜合公園晨間運動者深度休閒與休閒效益之研究。臺北市立教育大學體育學系體育教學碩士論文。
- 陳昭明（1981）。臺灣森林遊樂需求資源經營之調查與分析。國立臺灣大學森林學系研究報告，85-110。
- 陳昭郎（2007）。休閒農業概論。台北縣：全華圖書股份有限公司。

- 陳昭郎（2008）。休閒農業園區發展策略。農業推廣文彙，53，251~258。
- 陳昭郎、段兆麟、李謀監、方威尊（1996）。休閒農業工作手冊。國立台灣大學農業推廣學系。
- 陳美芬（2002）。休閒農業遊憩發展的地方資源要素之研究。國立台灣大學農業推廣學研究所博士論文。
- 陳美芬（2004）。走訪鄉村。農業資源的戶外體驗式教學規劃，23~29。
- 陳美芬（2008）。休閒農業區的體驗活動。九十七年度休閒農業區輔導研習會，1~16。
- 陳美芬、張裕祥（2008）。國小教師校外農業體驗教學之研究。休閒農業研究，1，1，47~77。
- 陳淑珠（2004）。大學圖書館員休閒認知、休閒阻礙與休閒效益之相關研究。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
- 陳墀吉、李奇樺（2005）。苗栗縣南庄地區遊客遊憩體驗活動偏好之研究。第二屆台灣地方鄉鎮產業的發展前瞻學術研討會。
- 陳墀吉、陳德星（2005）。休閒農業概論。台北市：威仕曼文化事業股份有限公司。
- 陳麗玉（1992）。台灣居民對休閒農場偏好之研究。國立中興大學農業經濟學系碩士論文。
- 陳獻盈（2009）。瑜珈參與者休閒動機、持續涉入與休閒效益之研究。立德大學休閒管理研究所碩士論文。
- 游秋嵐（2009）。從休閒需求探討生態休閒農場遊客之滿意度－以東螺溪生態休閒農場為例。大葉大學/休閒事業管理學系碩士論文。
- 湯佳陵（2008）。農事體驗活動參與者之特質、參與動機與所獲得利益－以穀東俱樂部為例。中國文化大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文。
- 黃怡萍（2008）。休閒農業遊客旅遊動機與活動類型偏好相關性之研究。國

- 立高雄餐旅學院旅遊管理研究所碩士論文。
- 黃明耀（2006）。我國休閒農業推動成果及辦理情形。農情與農政，172，35~39。
- 黃金柱（2007）。休閒管理。台北市：師大書苑有限公司。
- 黃威涵（2007）。新竹市十八尖山登山者休閒效益。臺北市立教育大學體育學系碩士論文。
- 黃昭瑾（2002）。休閒農業園區之理念與營造。農業推廣文彙，47，163~171。
- 黃語瑄（2007）。遊客對美濃地區之目的地意象與休閒效益知覺研究。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
- 葉美秀（1998）。農業資源在休閒活動規劃上之研究。國立台灣大學農業推廣學研究所博士論文。
- 葉美秀（2007）。休閒活動設計—由農業資源開始。台北縣：全華圖書股份有限公司。
- 葉純菊（2004）。遊客參與台灣咖啡節的休閒動機、休閒效益與滿意度之相關研究。雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 農委會（2007）。發展休閒農業，營造魅力農村。統計與出版品。
- 廖國翔（2007）。臺北地區網球運動參與者休閒效益與休閒阻礙因素之研究。臺北市立教育大學體育學系碩士論文。
- 蔡威漢（2006）。休閒農場之體驗活動、遊客滿意度與重遊意願之關係—以宜蘭縣休閒農場為例。輔仁大學餐旅管理學系碩士論文。
- 鄭健雄（1998）。台灣休閒農場企業化經營策略之研究。國立台灣大學農業推廣研究所博士論文。
- 鄭健雄、李旻蕙、石名君（2008）。台灣農業旅遊產品定位之研究-以大湖觀光草莓園為例。休閒農業研究，1，1，27~46。
- 鄭詩華、黃靖茹（2005）。以有機農業體驗方式促進城鄉交流之理念與作法。

- 農業推廣文彙，50，147~160。
- 鄧崇淡（2007）。台北地區獨立學院學生運動性社團參與動機與阻礙因素之研究。台北市立體育學院運動科學研究所碩士論文。
- 盧俊宏（1994）。運動心理學。台北市：師大書苑。
- 戴 依（2003）。從體驗行銷的觀點來探討烏來觀光發展之吸引力。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 謝明忠（2009）。桃園市陽明運動公園使用者參與動機與休閒效益之研究。國立臺北教育大學體育學系碩士論文。
- 蘇寄萍（2005）。休閒農場農業體驗活動與行銷策略之調查。農業推廣文彙，50，225~232。
- B. Joseph Pine II and James Gilmore (1998). Welcome to the Experience Economy .Harvard Business Review Article. 97~105.
- Csikszentmihalyi, M. (1975). Beyond Boredom and Anxiety. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Driver, B.L., & Brown, P.J. (1975). A Social-psychological Definition of Recreation Demand, with Implications for Recreation Resource Planning. Assessing Demand for Outdoor Recreation, 12(8), 62-88.
- Ghani, J. A. and S. P. Deshpande (1994). Task characteristics and the experience of optimal flow in human-computer interaction. The Journal of Psychology 128(4):381-391.
- Holbrook, M. B. and E. C. Hirschman(1982). The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. Journal of Consumer Research 9(2):132-140.
- Inskip, E. (1991). Tourism planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. New York: Van Nostrand Reinhold

- Kelly, J. R. (1987). *Freedom to be—A New Sociology of Leisure*. New York: Macmillan Publishing Company.
- LaSalle, D. and T. A. Briton(2003). *Priceless: Turning Ordinary Products into Extraordinary Experiences*. HBS Press. Boston, MA.
- Mannell, R. C., & Stynes, D. J. (1991). A retrospective: The benefits of leisure. In B. L. Driver, P. J. Brown, & G. L. Peterson(Eds), *Benefits of leisure* (pp. 461-473). State Collage, PA:Venture.
- Mannell, R. C. & Kleiber, D. A. (1997). *A social psychology of leisure*. State College, PA : Venture Publishing.
- Mannell, R.C. and Stynes, D.J. (1991). A Retropective the Benefits of Leisure. In B.L.
- Mathwick, C., N. Malhotra, and E. Rigdon(2001). Experiential value: conceptualization, measurement and application in the catalog and internet shopping environment. *Journal of Retailing* 77(1):39-56.
- Otto, J. E. and J. R. B. Ritchie(1996). The service experience in tourism. *Tourism Management* 17(3):165-174.
- Pine, B. J. and J. H. Gilmore(1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Privette, G. (1983) . Peak experience, peak performance, and flow: A comparative analysis of positivehuman experiences. *Journal of Personality and Social Psychology* 45(6):1361-1368.
- Schmitt, B. H.(1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to SENSE, FEEL, THINK, ACT and RELATE to Press*. New York.



附錄一(問卷初稿)

「休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究」－問卷調查表

日期：____年____月____日

編號：_____

敬愛的遊客您好：

首先感謝您協助配合填寫本問卷，這是一份瞭解「休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究」的調查表，主要是要了解您在台東縣關山鎮親水休閒農業區從事農業體驗活動的參與動機及參與後的休閒效益。您所提供寶貴意見僅供學術用，本問卷採不記名方式填答，填答資料亦將保密。請您依實際情形填寫，並將問卷填寫完成後交由訪問人員攜回，衷心感謝您的協助。

祝您

事事如意

國立台東大學健康促進與休閒管理研究所休閒事業管理組

指導教授：陳美芬 博士

研 究 生：彭衍芳 敬上

一、基本資料：(各項單選，請在適當的□內打“✓”)

1. 請問您的性別：☐ (1)男 ☐ (2)女
2. 請問您的年齡：☐ (1) 20 歲以下 ☐ (2) 21~30 歲 ☐ (3) 31~40 歲
☐ (4) 41~50 歲 ☐ (5) 51~60 歲 ☐ (6) 61 歲以上
3. 請問您的教育程度：☐ (1)國中（含以下） ☐ (2)高中（職） ☐ (3)專科 ☐ (4)大學 ☐ (5)研究所（含以上）
4. 請問您的職業類別：☐ (1)學生 ☐ (2)公務人員（含軍警）
☐ (3)商業 ☐ (4)工業 ☐ (5)服務 ☐ (6)農（漁）業
☐ (7)其它(請說明)_____
5. 請問您的婚姻狀況：☐ (1)已婚 ☐ (2)未婚 ☐ (3)分居
☐ (4)喪偶、離婚 ☐ (5)其他(請說明)_____
6. 問您目前主要居住地為那一縣市：（請填寫）_____

二、遊客特性：（請就您個人真實情況，在適當的方格□內打“√”）

1. 請問您此次旅遊和誰同行：☐ (1)親朋好友 ☐ (2)同事 ☐ (3)獨自前來 ☐ (4)其他_____
2. 請問您主要是搭乘何種交通工具：☐ (1)自行開車 ☐ (2)搭乘客運、火車 ☐ (3)搭乘遊覽車 ☐ (4)騎機車或自行車 ☐ (5)其他
3. 您參加農業體驗活動停留的時間為：☐ (1)半天以內 ☐ (2)一天以內
☐ (3)二天 ☐ (4)三天以上
4. 請問您主要獲得農業體驗活動相關資訊的來源為何（可複選）：☐
☐ (1)導覽手冊 ☐ (2)電視廣播 ☐ (3)電腦網路 ☐ (4)旅行社
☐ (5)親友介紹 ☐ (6)報章旅遊書籍 ☐ (7)剛好路過 ☐ (8)其他
5. 請問你較喜歡的農業體驗活動為何種類型（可複選）
☐ (1)農作物之採摘體驗：如蕃茄、百香果、草莓、蔬菜之採摘體驗。
☐ (2)農村景觀體驗：如油菜花田、彩繪稻田、花海及農田景觀、水利設施等體驗。
☐ (3)農村生活懷舊體驗：如農村民宿住宿體驗、古農機具展示、農村老火車站及古早警察局文物參觀、自行車騎乘體驗等。
☐ (4)農耕活動之體驗：如插秧、種菜、收割等體驗活動。
☐ (5)農產品加工體驗：如碾米、米食糕點製作體驗及竹藝產品加工等體驗。
☐ (6)農村生物之體驗：如養蜂及甲蟲等生態解說體驗。
☐ (7)農村文化體驗：如客家文化及原住民文化體驗。

三、參與動機：

請就下列各項題目依自己的看法，在適當的 ☐ 內打”✓”

非常
同意

同
意

普
通

不
同
意

非常
不同意

5 4 3 2 1

我參與休閒農業體驗是因為

- | | | | | | |
|-----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 接近大自然，遠離都市生活 | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 2. 爲了體驗賞花、採果之樂..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 3. 爲了消除緊張、紓解壓力..... | ☒ | ☒ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 4. 爲了休息、放慢生活步調..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 5. 爲了維持身心健康..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 6. 爲了充實農業生產知識..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 7. 爲了了解農村生態環境..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 8. 爲了體驗農村生活..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 9. 爲了結交朋友、拓展社交圈..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 10. 爲了增進家人或朋友感情..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

四、休閒效益：

請就下列各項題目依自己的看法，在適當的 ☐ 內打“√”

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1. 肯定自我、獲得成就感.....	☐	☐	☐	☐	☐
2. 獲得特殊體驗.....	☐	☐	☐	☐	☐
3. 消除緊張、紓解壓力.....	☐	☐	☐	☐	☐
4. 獲得休息、消除疲憊.....	☐	☐	☐	☐	☐
5. 維持體能、獲得健康.....	☐	☐	☐	☐	☐
6. 拓展知識領域.....	☐	☐	☐	☐	☐
7. 啓發創意.....	☐	☐	☐	☐	☐
8. 培養多元興趣.....	☐	☐	☐	☐	☐
9. 增進家人、朋友感情.....	☐	☐	☐	☐	☐
10. 結交朋友、拓展社交圈.....	☐	☐	☐	☐	☐

本問卷到此結束，煩請檢查有無漏答之處，再次衷心感謝您作答，敬祝您旅途愉快！

附錄二（預試問卷）

「休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究」問卷調查表

日期：____年____月____日

編號：_____

敬愛的遊客您好：

首先感謝您協助配合填寫本問卷，這是一份瞭解「休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究」的調查表，主要是要了解您在台東縣關山鎮親水休閒農業區從事農業體驗活動的參與動機及參與後的休閒效益。您所提供寶貴意見僅供學術用，本問卷採不記名方式填答，填答資料亦將保密。請您依實際情形填寫，並將問卷填寫完成後交由訪問人員攜回，衷心感謝您的協助。

祝您

事事如意

國立台東大學健康促進與休閒管理研究所休閒事業管理組

指導教授：陳美芬 博士

研 究 生：彭衍芳 敬上

一、基本資料：(各項單選，請在適當的□內打“✓”)

1. 請問您的性別：☐ (1)男 ☐ (2)女
2. 請問您的年齡：☐ (1) 20 歲以下 ☐ (2) 21~30 歲 ☐ (3) 31~40 歲
☐ (4) 41~50 歲 ☐ (5) 51~60 歲 ☐ (6) 61 歲以上
3. 請問您的教育程度：☐ (1)國中（含以下） ☐ (2)高中（職）
☐ (3)專科 ☐ (4)大學 ☐ (5)研究所（含以上）
4. 請問您的職業類別：☐ (1)學生 ☐ (2)公務人員（含軍警）
☐ (3)商業 ☐ (4)工業 ☐ (5)服務 ☐ (6) 農（漁）業
☐ (7)其它(請說明)_____
5. 請問您的婚姻狀況：☐ (1)已婚 ☐ (2)未婚 ☐ (3) 分居
☐ (4)喪偶、離婚 ☐ (5)其他(請說明)_____
6. 請問您目前主要居住地為那一縣市：（請填寫）_____

二、遊客特性：（請就您個人真實情況，在適當的方格□內打“√”）

1. 請問您此次旅遊和誰同行：☐ (1)親朋好友 ☐ (2)同事 ☐ (3)獨自前來 ☐ (4)其他_____

2. 請問您主要是搭乘何種交通工具：☐ (1)自行開車 ☐ (2)搭乘客運、火車 ☐ (3)搭乘遊覽車 ☐ (4)騎機車或自行車 ☐ (5)其他_____

3. 您參加農業體驗活動停留的時間為：☐ (1)半天以內 ☐ (2)一天以內
☐ (3)二天 ☐ (4)三天以上

4. 請問您主要獲得農業體驗活動相關資訊的來源為何（可複選）：

☐ (1)導覽手冊 ☐ (2)電視廣播 ☐ (3)電腦網路 ☐ (4)旅行社
☐ (5)親友介紹 ☐ (6)報章旅遊書籍 ☐ (7)剛好路過 ☐ (8)其他

5. 請問你較喜歡的農業體驗活動為何種類型（可複選）

☐ (1) 農耕採摘體驗：例如插秧、種菜、收割等體驗活動及蕃茄、百香果、草莓、蔬菜等採摘體驗。

☐ (2) 農村文化體驗：例如農村民宿住宿體驗、古農機具展示、農村老火車站及古早警察局文物參觀、自行車騎乘體驗、客家文化及原住民文化體驗等。

☐ (3) 農村生態之體驗：例如養蜂及甲蟲等生態解說。

☐ (4) 農產品加工體驗：例如碾米、米食糕點製作體驗及竹藝產品加工等體驗。

☐ (5) 農村景觀體驗：例如油菜花田、彩繪稻田、花海及農田景觀、水利設施等體驗。

6. 以上農業體驗活動你最想參與的農業體驗活動類型是（可複選）

☐ (1)農耕採摘體驗 ☐ (2) 農村文化體驗 ☐ (3)農村生態體驗
☐ (4)農產品加工體驗 ☐ (5)農村景觀體驗

三、參與動機：下列各題請依您的看法，在適當的□內打”✓”

我參與休閒農業體驗是因為	非常同意 5	同意 4	普通 3	不同意 2	非常不同意 1
1. 爲了避開都市吵雜環境	☐	☐	☐	☐	☐
2. 爲了遠離人群、接近大自然	☐	☐	☐	☐	☐
3. 爲了充實自我、肯定自我	☐	☐	☐	☐	☐
4. 爲了維持身心健康	☐	☐	☐	☐	☐
5. 爲了緩和或抒解壓力	☐	☐	☐	☐	☐
6. 爲了學習知識或技能	☐	☐	☐	☐	☐
7. 爲了增加閱歷	☐	☐	☐	☐	☐
8. 爲了好奇、慕名而來	☐	☐	☐	☐	☐
9. 了解各地不同文化	☐	☐	☐	☐	☐
10. 爲了聯絡家人、朋友的感情	☐	☐	☐	☐	☐
11. 爲了結交新朋友、建立新友誼	☐	☐	☐	☐	☐
12. 爲了探訪親友	☐	☐	☐	☐	☐

四、休閒效益：下列各題請依您的看法，在適當的□內打“✓”

農業體驗活動類型	參加以下農業體驗活動，您認為可以獲得哪些益處	非常同意 5	同意 4	普通 3	不同意 2	非常不同意 1
(一) 農耕採摘體驗：例如插秧、種菜、收割等體驗活動及蕃茄、百香果、草莓、蔬菜之採摘體驗。	1. 從此類活動中使我「肯定自我、獲得成就感」	☐	☐	☐	☐	☐
	2. 從此類活動中使我「獲得特殊體驗」	☐	☐	☐	☐	☐
	3. 從此類活動中使我「消除緊張、紓解壓力」	☐	☐	☐	☐	☐
	4. 從此類活動中使我「獲得休息、消除疲憊」	☐	☐	☐	☐	☐
	5. 從此類活動中使我「維持體能、獲得健康」	☐	☐	☐	☐	☐
	6. 從此類活動中使我「拓展知識領域」	☐	☐	☐	☐	☐
	7. 從此類活動中使我「啟發創意」	☐	☐	☐	☐	☐
	8. 從此類活動中使我「培養多元興趣」	☐	☐	☐	☐	☐
	9. 從此類活動中使我「增進家人、朋友感情」	☐	☐	☐	☐	☐
	10. 從此類活動中使我「結交朋友、拓展社交圈」	☐	☐	☐	☐	☐

農業體驗 活動類型	參加以下農業體驗活動，您認為 可以獲得哪些益處	非 常 同 意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非 常 不 同 意 1
(二) 農村文化體驗：例如 農村民宿住宿體驗、古農 機具展示、農村老火車站 及古早警察局文物參觀、自行車騎 乘體驗、客家文化及原住民文化體驗 等。	1. 從此類活動中使我「肯定自我、獲得成就感」	☐	☐	☐	☐	☐
	2. 從此類活動中使我「獲得特殊體驗」	☐	☐	☐	☐	☐
	3. 從此類活動中使我「消除緊張、紓解壓力」	☐	☐	☐	☐	☐
	4. 從此類活動中使我「獲得休息、消除疲憊」	☐	☐	☐	☐	☐
	5. 從此類活動中使我「維持體能、獲得健康」	☐	☐	☐	☐	☐
	6. 從此類活動中使我「拓展知識領域」	☐	☐	☐	☐	☐
	7. 從此類活動中使我「啟發創意」	☐	☐	☐	☐	☐
	8. 從此類活動中使我「培養多元興趣」	☐	☐	☐	☐	☐
	9. 從此類活動中使我「增進家人、朋友感情」	☐	☐	☐	☐	☐
	10. 從此類活動中使我「結交朋友、拓展社交圈」	☐	☐	☐	☐	☐

農業體驗 活動類型	參加以下農業體驗活動，您認為 可以獲得哪些益處	非 常 同 意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非 常 不 同 意 1
(三) 農村生態之體驗：例如蜜蜂及甲蟲等生態解說。	1. 從此類活動中使我「肯定自我、獲得成就感」	☐	☐	☐	☐	☐
	2. 從此類活動中使我「獲得特殊體驗」	☐	☐	☐	☐	☐
	3. 從此類活動中使我「消除緊張、紓解壓力」	☐	☐	☐	☐	☐
	4. 從此類活動中使我「獲得休息、消除疲憊」	☐	☐	☐	☐	☐
	5. 從此類活動中使我「維持體能、獲得健康」	☐	☐	☐	☐	☐
	6. 從此類活動中使我「拓展知識領域」	☐	☐	☐	☐	☐
	7. 從此類活動中使我「啟發創意」	☐	☐	☐	☐	☐
	8. 從此類活動中使我「培養多元興趣」	☐	☐	☐	☐	☐
	9. 從此類活動中使我「增進家人、朋友感情」	☐	☐	☐	☐	☐
	10. 從此類活動中使我「結交朋友、拓展社交圈」	☐	☐	☐	☐	☐

農業體驗 活動類型	參加以下農業體驗活動，您認為 可以獲得哪些益處	非 常 同 意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非 常 不 同 意 1
(四) 農產品 加工體驗： 如 碾米、米食糕 點製作體驗 及竹藝產品 加工等體驗。	1. 從此類活動中使我「肯定自我、獲得成就感」	☐	☐	☐	☐	☐
	2. 從此類活動中使我「獲得特殊體驗」	☐	☐	☐	☐	☐
	3. 從此類活動中使我「消除緊張、紓解壓力」	☐	☐	☐	☐	☐
	4. 從此類活動中使我「獲得休息、消除疲憊」	☐	☐	☐	☐	☐
	5. 從此類活動中使我「維持體能、獲得健康」	☐	☐	☐	☐	☐
	6. 從此類活動中使我「拓展知識領域」	☐	☐	☐	☐	☐
	7. 從此類活動中使我「啟發創意」	☐	☐	☐	☐	☐
	8. 從此類活動中使我「培養多元興趣」	☐	☐	☐	☐	☐
	9. 從此類活動中使我「增進家人、朋友感情」	☐	☐	☐	☐	☐
	10. 從此類活動中使我「結交朋友、拓展社交圈」	☐	☐	☐	☐	☐

農業體驗 活動類型	參加以下農業體驗活動，您認為 可以獲得哪些益處	非 常 同 意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非 常 不 同 意 1
(五) 農村景觀體驗：例如油菜花田、彩繪稻田、花海及農田景觀、水利設施等體驗。	1. 從此類活動中使我「肯定自我、獲得成就感」	☐	☐	☐	☐	☐
	2. 從此類活動中使我「獲得特殊體驗」	☐	☐	☐	☐	☐
	3. 從此類活動中使我「消除緊張、紓解壓力」	☐	☐	☐	☐	☐
	4. 從此類活動中使我「獲得休息、消除疲憊」	☐	☐	☐	☐	☐
	5. 從此類活動中使我「維持體能、獲得健康」	☐	☐	☐	☐	☐
	6. 從此類活動中使我「拓展知識領域」	☐	☐	☐	☐	☐
	7. 從此類活動中使我「啓發創意」	☐	☐	☐	☐	☐
	8. 從此類活動中使我「培養多元興趣」	☐	☐	☐	☐	☐
	9. 從此類活動中使我「增進家人、朋友感情」	☐	☐	☐	☐	☐
	10. 從此類活動中使我「結交朋友、拓展社交圈」	☐	☐	☐	☐	☐

本問卷到此結束，煩請檢查有無漏答之處，再次衷心感謝您作答，敬祝您旅途愉快！

附錄三（正式問卷）

「休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究」問卷調查表

日期：____年____月____日

編號：_____

敬愛的遊客您好：

首先感謝您協助配合填寫本問卷，這是一份瞭解「休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究」的調查表，主要是要了解您在台東縣關山鎮親水休閒農業區從事農業體驗活動的參與動機及參與後的休閒效益。您所提供寶貴意見僅供學術用，本問卷採不記名方式填答，填答資料亦將保密。請您依實際情形填寫，並將問卷填寫完成後交由訪問人員攜回，衷心感謝您的協助。

祝您

事事如意

國立台東大學健康促進與休閒管理研究所休閒事業管理組

指導教授：陳美芬 博士

研 究 生：彭衍芳 敬上

一、基本資料：(各項單選，請在適當的□內打” V ”)

1. 請問您的性別：☐ (1)男 ☐ (2)女
2. 請問您的年齡：☐ (1) 20 歲以下 ☐ (2) 21~30 歲 ☐ (3) 31~40 歲
☐ (4) 41~50 歲 ☐ (5) 51~60 歲 ☐ (6) 61 歲以上
3. 請問您的教育程度：☐ (1)國中（含以下） ☐ (2)高中（職）
☐ (3)專科 ☐ (4)大學 ☐ (5)研究所（含以上）
4. 請問您的職業類別：☐ (1)學生 ☐ (2)公務人員（含軍警）
☐ (3)商業 ☐ (4)工業 ☐ (5)服務 ☐ (6) 農（漁）業
☐ (7)其它(請說明)_____
5. 請問您的婚姻狀況：☐ (1)已婚 ☐ (2)未婚 ☐ (3) 分居
☐ (4)喪偶、離婚 ☐ (5)其他(請說明)_____
6. 請問您目前主要居住地為那一縣市：（請填寫）_____

二、遊客特性：（請就您個人真實情況，在適當的方格□內打“√”）

1. 請問您此次旅遊和誰同行：☐ (1)親朋好友 ☐ (2)同事 ☐ (3)獨自前來 ☐ (4)其他
2. 請問您主要是搭乘何種交通工具：☐ (1)自行開車 ☐ (2)搭乘客運、火車 ☐ (3)搭乘遊覽車 ☐ (4)騎機車或自行車 ☐ (5)其他
3. 您參加農業體驗活動停留的時間為：☐ (1)半天以內 ☐ (2)一天以內
☐ (3)二天 ☐ (4)三天以上
4. 請問您主要獲得農業體驗活動相關資訊的來源為何（可複選）：
☐ (1)導覽手冊 ☐ (2)電視廣播 ☐ (3)電腦網路 ☐ (4)旅行社
☐ (5)親友介紹 ☐ (6)報章旅遊書籍 ☐ (7)剛好路過 ☐ (8)其他
5. 請問你較喜歡的農業體驗活動為何種類型（可複選）
☐ (1) 農耕採摘體驗：例如插秧、種菜、收割等體驗活動及蕃茄、百香果、草莓、蔬菜等採摘體驗。
☐ (2) 農村文化體驗：例如農村民宿住宿體驗、古農機具展示、農村老火車站及古早警察局文物參觀、自行車騎乘體驗、客家文化及原住民文化體驗等。
☐ (3) 農村生態之體驗：例如養蜂及甲蟲等生態解說。
☐ (4) 農產品加工體驗：例如碾米、米食糕點製作體驗及竹藝產品加工等體驗。
☐ (5) 農村景觀體驗：例如油菜花田、彩繪稻田、花海及農田景觀、水利設施等體驗。
6. 以上農業體驗活動你最想參與的農業體驗活動類型是（可複選）
☐ (1)農耕採摘體驗 ☐ (2) 農村文化體驗 ☐ (3)農村生態體驗
☐ (4)農產品加工體驗 ☐ (5)農村景觀體驗

三、參與動機：下列各題請依您的看法，在適當的□內打”✓”

我參與休閒農業體驗是因為	非常同意 5	同意 4	普通 3	不同意 2	非常不同意 1
1. 爲了避開都市吵雜環境	☐	☐	☐	☐	☐
2. 爲了遠離人群、接近大自然	☐	☐	☐	☐	☐
3. 爲了充實自我、肯定自我	☐	☐	☐	☐	☐
4. 爲了維持身心健康	☐	☐	☐	☐	☐
5. 爲了緩和或抒解壓力	☐	☐	☐	☐	☐
6. 爲了學習知識或技能	☐	☐	☐	☐	☐
7. 爲了增加閱歷	☐	☐	☐	☐	☐
8. 爲了了解各地不同文化	☐	☐	☐	☐	☐
9. 爲了聯絡家人、朋友的感情	☐	☐	☐	☐	☐
10. 爲了結交新朋友、建立新友誼	☐	☐	☐	☐	☐
11. 爲了探訪親友	☐	☐	☐	☐	☐

四、休閒效益：下列各題請依您的看法，在適當的□內打“✓”

農業體驗 活動類型	參加以下農業體驗活動，您認為 可以獲得哪些益處	非常 同意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非常 不同意 1
(一)農耕採摘體驗： 例如插秧、種菜、收割及蕃茄、百香果、草莓、蔬菜之採摘體驗。	1. 從此類活動中使我「肯定自我、獲得成就感」	☐	☐	☐	☐	☐
	2. 從此類活動中使我「獲得特殊體驗」	☐	☐	☐	☐	☐
	3. 從此類活動中使我「獲得休息、紓解壓力」	☐	☐	☐	☐	☐
	4. 從此類活動中使我「維持體能、獲得健康」	☐	☐	☐	☐	☐
	5. 從此類活動中使我「拓展知識領域」	☐	☐	☐	☐	☐
	6. 從此類活動中使我「啟發創意、培養多元興趣」	☐	☐	☐	☐	☐
	7. 從此類活動中使我「增進家人、朋友感情」	☐	☐	☐	☐	☐
	8. 從此類活動中使我「結交朋友、拓展社交圈」	☐	☐	☐	☐	☐
(二)農村文化體驗： 例如農村民宿住宿體驗、古農機具展示、農村老火車站及古早警察局文物參觀、自行車騎乘體驗、客家文化及原住民文化體驗等。	1. 從此類活動中使我「肯定自我、獲得成就感」	☐	☐	☐	☐	☐
	2. 從此類活動中使我「獲得特殊體驗」	☐	☐	☐	☐	☐
	3. 從此類活動中使我「獲得休息、紓解壓力」	☐	☐	☐	☐	☐
	4. 從此類活動中使我「維持體能、獲得健康」	☐	☐	☐	☐	☐
	5. 從此類活動中使我「拓展知識領域」	☐	☐	☐	☐	☐
	6. 從此類活動中使我「啟發創意、培養多元興趣」	☐	☐	☐	☐	☐
	7. 從此類活動中使我「增進家人、朋友感情」	☐	☐	☐	☐	☐
	8. 從此類活動中使我「結交朋友、拓展社交圈」	☐	☐	☐	☐	☐

農業體驗 活動類型	參加以下農業體驗活動，您認為 可以獲得哪些益處	非常 同意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非常 不同意 1
(三)村生態之體驗：例如蜜蜂及甲蟲等生態解說。	1. 從此類活動中使我「肯定自我、獲得成就感」	☐	☐	☐	☐	☐
	2. 從此類活動中使我「獲得特殊體驗」	☐	☐	☐	☐	☐
	3. 從此類活動中使我「獲得休息、紓解壓力」	☐	☐	☐	☐	☐
	4. 從此類活動中使我「維持體能、獲得健康」	☐	☐	☐	☐	☐
	5. 從此類活動中使我「拓展知識領域」	☐	☐	☐	☐	☐
	6. 從此類活動中使我「啟發創意、培養多元興趣」	☐	☐	☐	☐	☐
	7. 從此類活動中使我「增進家人、朋友感情」	☐	☐	☐	☐	☐
	8. 從此類活動中使我「結交朋友、拓展社交圈」	☐	☐	☐	☐	☐
(四)農產品加工體驗：如碾米、米食糕點製作體驗及竹藝產品加工等體驗。	1. 從此類活動中使我「肯定自我、獲得成就感」	☐	☐	☐	☐	☐
	2. 從此類活動中使我「獲得特殊體驗」	☐	☐	☐	☐	☐
	3. 從此類活動中使我「獲得休息、紓解壓力」	☐	☐	☐	☐	☐
	4. 從此類活動中使我「維持體能、獲得健康」	☐	☐	☐	☐	☐
	5. 從此類活動中使我「拓展知識領域」	☐	☐	☐	☐	☐
	6. 從此類活動中使我「啟發創意、培養多元興趣」	☐	☐	☐	☐	☐
	7. 從此類活動中使我「增進家人、朋友感情」	☐	☐	☐	☐	☐
	8. 從此類活動中使我「結交朋友、拓展社交圈」	☐	☐	☐	☐	☐

農業體驗 活動類型	參加以下農業體驗活動，您認為 可以獲得哪些益處	非常 同意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非常 不同意 1
(五)村景觀體驗：例如油菜花田、彩繪稻田、花海及農田景觀、水利設施等體驗。	1. 從此類活動中使我「肯定自我、獲得成就感」	☐	☐	☐	☐	☐
	2. 從此類活動中使我「獲得特殊體驗」	☐	☐	☐	☐	☐
	3. 從此類活動中使我「獲得休息、紓解壓力」	☐	☐	☐	☐	☐
	4. 從此類活動中使我「維持體能、獲得健康」	☐	☐	☐	☐	☐
	5. 從此類活動中使我「拓展知識領域」	☐	☐	☐	☐	☐
	6. 從此類活動中使我「啟發創意、培養多元興趣」	☐	☐	☐	☐	☐
	7. 從此類活動中使我「增進家人、朋友感情」	☐	☐	☐	☐	☐
	8. 從此類活動中使我「結交朋友、拓展社交圈」	☐	☐	☐	☐	☐

本問卷到此結束，煩請檢查有無漏答之處，再次衷心感謝您作答，敬祝您旅途愉快！