



國立中山大學公共事務管理研究所

碩士論文

Institute of Public Affairs Management

National Sun Yat-sen University

Master Thesis

探討一日農夫活動的遊客體驗效益對於願付價格的影

響

The Influences of Tourist Experience Benefits on Willingness to

Pay for One Day Farmer Programs

研究生：蘇盈如

Ying-Ju Su

指導教授：郭瑞坤 博士

Dr. Jui-Kun Kuo

中華民國 106 年 2 月

February 2017

國立中山大學研究生學位論文審定書

本校公共事務管理研究所碩士班

研究生蘇盈如（學號：M034040014）所提論文

探討一日農夫活動的遊客體驗效益對於願付價格的影響

The Influences of Tourist Experience Benefits on Willingness to Pay for One Day
Farmer Programs

於中華民國 106 年 1 月 25 日經本委員會審查並舉行口試，符合碩士
學位論文標準。

學位考試委員簽章：

召集人 郭彰仁 郭彰仁

委員 郭瑞坤 郭瑞坤

委員 余健源 余健源

委員 _____

委員 _____

委員 _____

指導教授(郭瑞坤) 郭瑞坤 (簽名)

誌謝

研究所的時光過的好快，在這期間學習到了許多新事物，也接觸了許多不同的經驗，所上老師們總是鼓勵我們親身走入社區，了解與體驗生活的經驗，也從其中學習到很多非課本上的知識。

論文能夠完成真的很感謝我的指導老師郭瑞坤老師，總是不厭其煩的指導以及細心的檢視論文的撰寫，給予許多建議與方向，真的在這裡面學習到很多。還有，也要感謝郭彰仁老師與余健源老師擔任我的口試委員，給予我許多見解與建言，使我的論文能夠更加完善。

除此之外，也要感謝許多人協助，首先要感謝謝政勳老師，在論文撰寫與統計分析上給我許多建議；也感謝所上其他的老師教導，還有感謝所辦的助理姐姐們給予我許多幫忙；以及感謝我的研究所同學們，陪伴著我度過許多忙的翻天覆地的日子，也因為有他們的陪伴使我的研究所生活變得多采多姿。

最後，要感謝我的家人，在研究所的期間給我支持與鼓勵，才能使我無憂無慮的完成論文，有你們真好。

蘇盈如 謹誌於

國立中山大學公共事務管理研究所

106年2月

摘要

高雄市農業局於 2013 年開始推出了「一日農夫」，活動是結合在地食材、在地的景色以及在地文化，在加上社區居民的親切與熱情，創造出有特色的一個遊憩體驗。本研究目的探討參與一日農夫活動的遊客其所獲得的體驗效益與願付價格，以條件評估法的支付卡出價法作為了解遊客的願付價格之方法，以及採用問卷調查法，以參與 2015 年一日農夫活動的遊客為目標對象，總共回收的問卷為 312 份，有效問卷的為 303 份。

分析結果發現：

- 一、遊客的不同背景屬性僅有教育程度、婚姻狀況、參與次數、參與方式與體驗效益有部份影響。
- 二、遊客的不同背景屬性僅有個人月收入對付費意願有影響。
- 三、遊客的體驗效益對於付費意願與願意增加價格皆有顯著正向影響。
- 四、遊客的願意增加價格皆落於 100 元以內。

本研究針對未來一日農夫活動的辦理提出些建議：結合不同遊憩資源，增加遊客再訪次數；增加遊客們之間互動的機會，使其獲得不一樣的體驗感受；藉由不同的主題內容來增加遊客對於價格的接受度；增加遊程內容的獨特性，賦予其更多的價值。

關鍵字：一日農夫、體驗效益、遊憩活動、條件評估法、願付價格

Abstract

Since 2013, the "One Day Farmer" activity has been launched by the Agriculture Bureau of Kaohsiung City Government. "One Day Farmer" is an experience activity that included local material, local scenery, local culture, and enthusiasm of community residents. It is also a distinctive recreation experience. The purposes of this study were to explore tourists' experience benefits and willingness to pay. And, it used "Payment Card" format was used as a method to determine tourists' willingness to pay. Moreover, this study adopted questionnaire survey. The objects of study were tourists who participated in One Day Farmer in 2015. A total of 312 questionnaires were distributed and retrieved with 303 valid questionnaires.

The results of this study are as followed.

1. Among demographic variables, educational level, visiting frequency, marital status, and participation influence parts of experience benefit;
2. Among demographic variables, monthly incomes influence willingness of pay;
3. There are significantly positive effects between experience benefit and willingness to pay;
4. Additional tourists' willingness to pay is less than 100 dollars.

This study provides the following suggestions for the "One Day Farmer" activity. First, the activity can integrate different recreational resources to encourage tourists revisiting. Secondly, the activity can strengthen interaction between tourists that can make different experience. Thirdly, it can increase the price of acceptance by different theme activities. Finally, it can create unique journey to increase the value of activities.

Keywords:

One Day Farmer, Experience Benefit, Recreation Activity, Contingent Valuation Method, Willingness to Pay

目錄

誌謝.....	i
摘要.....	ii
Abstract	iii
目錄.....	iv
圖次.....	vi
表次.....	vii
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 研究流程.....	4
第四節 研究範圍與限制.....	5
第五節 一日農夫概況說明.....	6
第二章 文獻回顧.....	9
第一節 遊憩體驗之內涵與特性.....	9
第二節 體驗效益之內涵與分類.....	12
第三節 條件評估法之探討.....	17
第四節 效益與條件評估法之相關研究.....	23
第三章 研究方法.....	27
第一節 研究架構與假設.....	27
第二節 研究變項與操作型定義.....	29
第三節 研究工具與研究設計.....	31
第四節 預試分析結果.....	33
第五節 預試問卷修改與正式問卷.....	40
第六節 資料分析方法.....	44
第四章 資料分析與結果.....	45
第一節 基本資料之分析.....	45
第二節 信度分析與效度分析.....	50
第三節 體驗效益量表統計分析.....	52
第四節 基本變項對體驗效益/願付價格之差異性分析.....	56
第五節 體驗效益與願付價格之相關分析.....	61

第六節	願付價格之分析.....	63
第五章	結論與建議.....	71
第一節	研究結果.....	71
第二節	研究建議與討論.....	76
第三節	研究限制與未來研究建議.....	78
參考文獻	80
附錄一	前測問卷.....	84
附錄二	正式問卷.....	88

圖次

圖 1-1 本研究流程圖	4
圖 2-1 遊憩的重要歷程	9
圖 3-1 研究架構圖	27

表次

表 1-1 一日農夫活動內容整理	7
表 2-1 詢價方式之優缺點	20
表 2-2 遊憩效益與願付價格相關研究內容整理.....	24
表 3-1 研究變項與操作型定義	30
表 3-2 體驗效益題項之信度分析	35
表 3-3 體驗效益題項之項目分析	36
表 3-4 生理效益構面之因素分析	37
表 3-5 心理效益構面之因素分析	38
表 3-6 社交效益構面之因素分析	39
表 3-7 教育效益構面之因素分析	39
表 3-8 美學效益構面之因素分析	40
表 3-9 正式問卷之問項	41
表 4-1 各社區問卷回收情況	46
表 4-2 受訪者基本資料之分配表	48
表 4-3 遊客之參與動機之分析	50
表 4-4 因素分析結果	51
表 4-5 信度分析結果	52
表 4-6 體驗效益題項次數分配表	54
表 4-7 各社區體驗效益之次數分配表	55
表 4-8 遊程內容決定者與體驗效益之差異分析.....	56
表 4-9 基本變項與體驗效益之差異性分析	58
表 4-10 基本變項與願付價格之卡方分析	60
表 4-11 相關係數程度表	61
表 4-12 體驗效益與付費意願之相關分析	62
表 4-13 體驗效益與願意付費程度之關係	63
表 4-14 付費意願之次數分配表	64
表 4-15 各地區願意增加價格之程度與人數	69
表 5-1 假設驗證結果	71
表 5-2 基本屬性對於體驗效益之影響	73
表 5-3 基本屬性對於願付價格之影響	75
表 5-4 各社區之願付價格	76

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

在馬斯洛(Maslow)的需求金字塔裡，生理需求位於最基本的底層，當維持生活的所需都已經被滿足的時候，人們的需求也會向上提升到更高層次，因此，隨著時代的變遷，人民經濟能力的提升，國人對於生活品質越來越重視，物質的享受已經無法滿足，逐漸形成追求休閒活動的生活型態。然而，國內於2001年時全面實施周休二日，改變了生活型態，國人的閒暇時間增加，更有機會從事工作以外的休閒活動，也藉由從事這些活動，來紓解壓力並調養身心，Iwasaki and Mannell(2000)指出藉由休閒活動可以使身體機能健全，並且能夠滿足內心的需求以及欲望，達到身心的健全（陳泓廷譯，2014）。

旅行也是國人重要的休閒活動，根據交通部觀光局2014年的統計，國人於國內旅遊的次數已經高達一億五千萬次，平均每人旅遊的次數有7.47次，旅遊總費用高達新台幣3,000億元，這些數據都有逐年增加的趨勢，代表休閒娛樂已經變成生活中不可或缺的一部分，而世界觀光旅遊協會(World Travel and Tourism Council)的統計，觀光財占全球GDP的約10%，而在其「2014年觀光旅遊經濟研究」報告中也指出2013年台灣的觀光旅遊業收入占台灣GDP的5.3%，因此，休閒活動不僅對於個人是有幫助的，對於社會文化、經濟方面和環境方面也都有增加其效益(歐聖榮，2007)，活動不只使國人的身心得到調適，也帶動了台灣觀光產業經濟的成長。

因應大環境的變動，進入了「體驗經濟」的時代，此一概念由Pine II and Gilmore於1998年在其著作提及，指出產業的發展，從一開始初級產品的農業經濟、商品到服務經濟，再由服務衍生出體驗經濟，與以往所注重的不同，不再只提供商品或服務，體驗變成目前人們追求的新價值，給予的是難忘的回憶。近年來，國人旅遊型態也有所轉變，比較之前走馬看花似的觀光，現今已經提升到體

驗，像是生態旅遊導覽、原住民生活體驗、一日農夫體驗等等，這些活動都有著教育者的作用，帶領著國人認識特殊的文化及地方特色，也藉由導覽解說，傳遞相關的護育環境的知識，使國人對於環境保育有著更強烈的認知(周蓉渝,2010)。在生活步調快速的都市裡，國人每天汲汲營營的生活，在休閒的假日，也嚮往著鄉村慢步調的生活。一日農夫體驗跳脫以往的傳統一級產業，融入了第二級加工技術以及第三級服務性質，因此有了新的概念產生，日本學者今村奈良臣提出了「六級產業化」，農業生產由一級 X 二級 X 三級的六級產業化，以生產、加工及服務一體化來賦予農業新的生命，而目前的農業隨著產業結構的轉變之下，衍生出許多的問題，青年人力外流以及人口老化嚴重是顯而易見的，且地區發展出現了城鄉差距，城鄉之間發展步調不一，農村面臨地方特色沒落以及地方產業衰退的問題，而六級產業化，使農業提升其附加價值的新發展模式，以增加農產品價值，帶動其當地產業、活化農業，進而促進農村再生與活化。

為了推升農業六級產業化，高雄市農業局於 2013 年開始推出了「一日農夫」的遊程，給遊客來體驗農夫的日常生活。研究者於實習的課程當中，接觸了有在辦理一日農夫活動的社區，因此才開始對於活動有了些認識，並且在實習的過程當中，有機會實際參與。此活動給予遊客認識在地的社區與特殊的景點，在體驗部份使遊客能夠享受農作物採摘樂趣，像是採果、幫忙催花…等，以及創意的 DIY 農產品體驗，像是植物染、吊飾…等，還有品嚐特色風味餐，像是客家料理、農民便當等等，一日農夫活動是藉由結合在地食材、在地的景色以及在地文化，在加上社區居民的親切與熱情，創造出有特色的體驗，就如 Pine II and Gilmore(1998)所提到的體驗經濟一樣，而一日農夫活動就是以服務為舞台，以農產品為道具，來創造出體驗。除了實習課程的接觸，也有實際當遊客去報名參加，在參與時曾遇到其他社區的居民，為了了解遊程的內容與定價的相關問題而也實際當遊客去體驗，除此之外，社區以創意自行加工其當地作物，賦予更多的附加價值形成農產加工品，但生產完後的行銷以及訂價的問題也是令他們自己非

常困惑，且以目前所辦理的體驗活動來看，實際的成本所訂價格在市場接受度也是較不清楚的。而相同的事物在不同人的接觸之下，會產生不一樣的意義，商品對於消費者來說，其價值也是大不相同的，在體驗鄉村生活的活動，也因為遊客想從事的出發點不同，而會產生相異的價值觀，體驗在遊客消費或參與的過程裡，從環境中獲得訊息與刺激，經過自我認知處理後，對於每個人也會產生不同的影響(Otto and Ritchie, 1996；陳美芬與邱瑞源，2009)，不同方式的體驗所產生的效益也會帶給遊客不一樣的感受。

然而，一日農夫體驗活動現在是搭配著政府的政策在運行中，政府為了推廣活動，也投入一些經費來協助辦理，且目前活動的價格是加入政府補助的經費在內所訂定出來的，但若是一日農夫體驗活動要永續的辦理，價格的制定以及活動所展現的價值性是否是相等的，這些問題都值得來探討。想藉由此研究來了解參與一日農夫此休閒活動對於體驗的效益以及與願付價格之關係，並藉由此研究給予社區相關發展建議。

第二節 研究目的

一日農夫活動的開始是為了舒緩農作物供過於求的困境，而漸漸發展成遊憩體驗活動，以體驗在地景色、在地作物與在地人的熱情。社區主要配合著農業局的輔導與協助來辦理，至今活動已經辦理3年左右，但是，目前的活動所訂定出的價格卻是包含政府補助的車資費用，因此若辦理的社區想藉由此模式自行繼續經營，其增加之價格與活動內容的接受度都是需要來探討的。因此本研究旨在了解遊客對於一日農夫活動內容的效益感受如何？並估算遊客獲得遊憩效益後，對於活動的願付價格是多少？

因此擬定之研究目的，包含以下：

- 一、 評估一日農夫活動遊客的遊憩體驗效益
- 二、 探討一日農夫活動的體驗效益對於遊客願付價格的影響

三、 評估遊客對於一日農夫活動的願付價格

第三節 研究流程

本研究透過研究背景與動機來確定問題，並提出以下研究流程做為執行依據，以達成所要研究的目的。本研究流程如圖1-1：

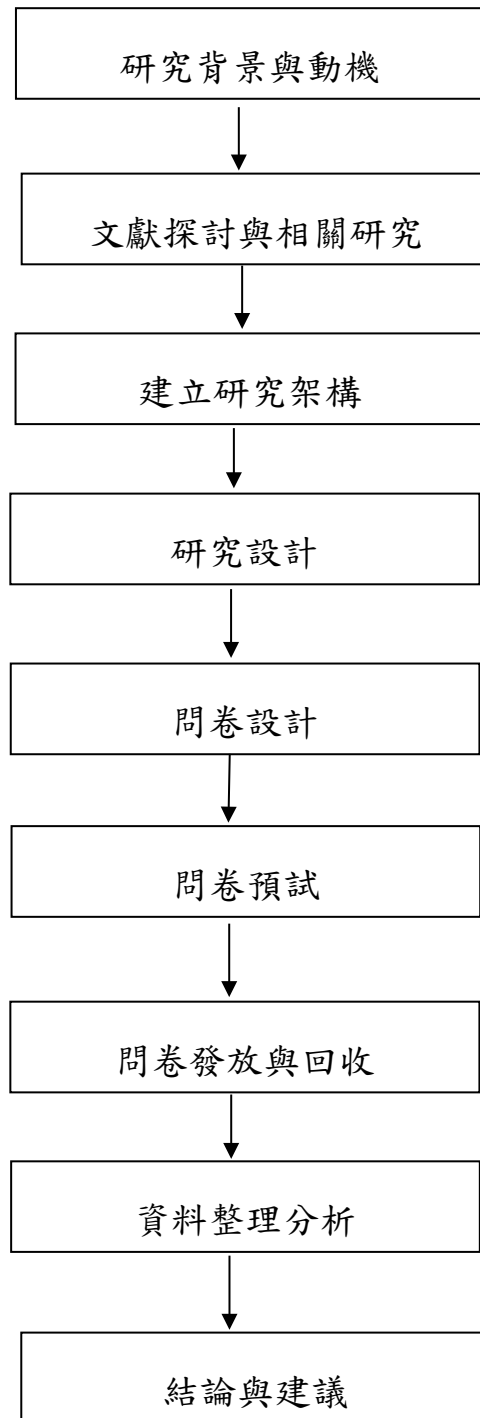


圖 1-1 本研究流程圖

第四節 研究範圍與限制

本研究主要為探討一日農夫活動，但限於時間、人力、交通與研究資源等因素，因此提出以下研究限制。

一、研究的範圍

目前與一日農夫活動類型相似的遊憩活動很多，在全台各個縣市皆有辦理相似的活動，本研究主要以高雄市所辦理的一日農夫活動為主要研究範圍，活動目前在於高雄市的八個地區舉辦，包含：大樹區、美濃區、甲仙區、旗山區、內門區、杉林區、六龜區、田寮區。

二、抽樣的對象之限制

本研究所要探討的一日農夫目前主要在高雄市的八個地區皆有活動，但由於每個地區的特色農作物不同，其作物產期也不同，因此影響到活動的辦理，基於此原因，本研究無法收集到八個地區的遊客之體驗感受，只能在研究期間，收集到當時有辦理的社區樣本，此為本研究限制之一。

三、研究方法之限制

本研究利用問卷調查法來探討遊客對於活動的感受與想法，遊客在填寫問卷時，是否依照實際感受來回答，或者受當時環境或者人員影響，而使研究結果有偏差，為本研究限制之一。

第五節 一日農夫概況說明

高雄一日農夫活動始自2013年，當時由於燕巢地區的農作物棗子盛產，使得產量供過於求，而農業局為了舒緩此情況，想到給予居住於都市的遊客自己採水果的體驗，而此活動還未宣傳，僅僅發出新聞稿就馬上報名額滿，非常受歡迎，而一日農夫活動也因此產生了。而為了辦理活動，政府也與各地區的社區合作，然而，舉辦一日農夫活動的社區，需先經過兩個月訓練，研發菜色、景點文化、解說流程，並且需要參與二到三次的培訓及觀摩，演練活動以找出改進之處(廖苡安，2014)。

目前舉辦的社區都分布於原高雄縣的範圍，包含大樹區、美濃區、甲仙區、旗山區、內門區、杉林區…等等，這些社區還有一個共通點就是都參與了農村再生計畫。然而，每個一日農夫的遊程大都由農事體驗+社區風味餐+手工DIY製作+參訪當地特殊景色此種模式所組合，並以週末接散客、平日接受團體報名的方式運行，接受團體報名的部分目前僅有大樹龍目社區、統嶺社區及六龜的六龜社區、內門內豐社區等四個社區(陳文嬋，2015)，這幾個社區辦理活動時間較久，而在近年慢慢開始試著自行接待團體客群。目前高雄市辦理一日農夫的社區已超過10個，其主要協辦農業局辦理活動的有7個，包含內門內豐社區、甲仙關山社區、杉林集來社區、六龜社區、田寮西德社區、美濃獅山社區、大樹龍目社區，且農業局除了輔助社區辦理之外，也有提供補助車資的經費來協助社區辦理活動。表1-2的表格為參考「高雄一日農夫體驗趣」的官方網站於2015年所提供的遊程，彙整各個地區辦理的一日農夫的內容以及價格的範圍來做研究的參考依據。

表 1-1 一日農夫活動內容整理

辦理地區	體驗內容				價格
	農事體驗	風味餐	手作DIY	參觀景點	
大樹	1. 鳳梨 2. 紅龍果	鳳梨特色風味餐、破布子風味午餐、農民便當	1. 鳳梨肉圓 2. 鳳梨年糕 3. 鳳梨果醬 4. 生葉槌染 5. 植物染 6. 黃金南瓜粿	1. 華一休閒牧場 2. 馬櫻丹木棧道 3. 龍安宮 4. 生態漫步遊 5. 佛陀紀念館	700~990
旗山	1. 荔枝疏花 2. 香蕉 3. 芭樂 4. 玉女番茄	特色風味餐	1. 荔枝木製作精美飾 2. 鳳梨與荔枝乾點心 3. 香蕉包	1. 旗山碾米廠 2. 旗山溪天空步 3. 旗山糖廠	800~900
田寮	採麻	惡地風味餐	麻繩	1. 瀚石工坊石雕藝術家工作室 2. 大崗山秘境—壯麗「一線天	850
美濃	1. 橙蜜香小番茄 2. 搗糍粑仔(搗麻糬) 3. 插秧 4. 白玉蘿蔔 5. 紮稻草人	客家風味餐	1. 豬籠板 2. 小板凳 3. 稻草人 4. 瓶仔(紅豆、芝麻) 5. 白玉蘿蔔簡易醃漬	1. 美濃民俗村 2. 朝天五穀宮 3. 敬字亭 4. 白馬名家(宋屋學堂) 5. 德勝爺(德勝公壇) 6. 下庄水橋 7. 林家夥房 8. 廣進勝紙傘	750~850
六龜	1. 蓮霧 2. 青梅 3. 金煌芒果 4. 木瓜	芋仔番薯菜色饗宴、飯供抗餓餐	1. 盆栽 2. 梅子果 3. 梅醋 4. 芒果醬 5. 芒果冰沙 6. 手沖咖啡 7. 寶來陶珠吊飾	1. 寶來浦 2. 溪頭社戰道 3. 荖濃溪 4. 十八羅漢山景	750~850

辦理地區	體驗內容				價格
	農事體驗	風味餐	手作DIY	參觀景點	
內門	1. 火龍果 2. 芭樂 3. 荔枝	總舖師的 農家菜	1. 黑糖粿 2. 番茄糖葫蘆 3. 蕃茄巧克力 4. 搓湯圓 5. 龍眼木拼貼彩繪 6. 鳳梨蘋果派	1. 欣賞宋江功夫 2. 順賢宮 3. 南海紫竹寺 4. 宋江兵器展示館 5. 木柵吊橋 6. 全臺第三古老基督教堂 7. 西拉雅文化 8. 木柵天空步道	800~900
杉林	1. 芭樂 2. 南瓜 3. 蘿蔔 4. 玉米	瓜瓜餐桌 菜	1. 窯烤披薩 2. 檸檬酵素 3. 刻南瓜	1. 白水泉瀑布 2. 永齡農場 3. 黃家古厝 4. 敬字亭	950~ 1250
甲仙	芋頭	特色風味 午餐	1. 冰鎮香草茶 2. 草仔粿 3. 橄欖酵素 4. 香草包	1. 香草園導覽 2. 電影「拔一條河」拍攝 場景	850~950

資料來源：參考自高雄市農業局「一日農夫」體驗趣網站(2015)

第二章 文獻回顧

本章一開始先以遊憩體驗的相關概念開始了解，再來透過體驗效益的理論與相關概念，最後了解假設試場之條件評估法的相關研究來了解願付價格，以建立研究架構與研究設計的基礎。

第一節 遊憩體驗之內涵與特性

「休閒」與「遊憩」詞意上是相似的，其差別在於休閒指的是強調心境上的體會，而遊憩較著重於活動的參與。而遊憩英文為「Recreation」，有再創造的意思，指的是參與活動後能夠使身心的回復（歐聖榮，2011）。當人們於空暇時間自主的從事一些的活動，而其可使人們身心放鬆就稱為「遊憩」。體驗源自於拉丁文「Experia」意思是探查、試驗，體驗包含了許多的記憶，綜合情緒、觸覺、味覺等的感官經驗（鄭雅文，2008），對於每個人來說相同的體驗卻不會有相同的感受。因此，當個人於參與遊憩活動的過程，藉由外在的感官來接收環境及人事物的感覺與知覺，以其影響內在心理層面的感受就是「遊憩體驗」（宋威穎、雷文谷、熊婉君，2009）。

陳水源(1989)於其研究「遊客遊憩需求與遊憩體驗之研討」中，認為遊憩體驗指的是參與者在遊憩過程中，自主的選擇較喜愛的活動，滿足生理與心理的體驗。且提出了遊憩的重要歷程，以下圖 2-1 表示：

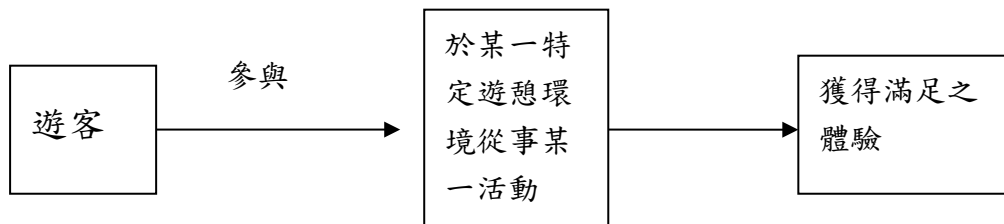


圖 2-1 遊憩的重要歷程

資料來源：參考自陳水源(1989)

歐聖榮(2011)於其著作中提到「遊憩體驗」指的是個人於自由可運用的閒暇時間，選擇較偏好的活動，在參與過程中，其個人內心之感受與感覺。

Williams(1995)在其著作中提到影響遊憩體驗的主要三個方面包含遊憩活動、社會狀態與環境狀態(張馨文譯，1999)。

- 一、 遊憩活動：包含旅行觀光、休閒活動等。
- 二、 社會狀態：指人與人之間的關係，像是與朋友之間的互動、與親人之間的相處等。
- 三、 環境狀態：指活動發生的場所之環境品質、空間安排等。

Clawson and Knetsch(1966)認為大部分的著作所認知的遊憩體驗指的是在旅遊地點所從事的活動，但其實整個遊憩體驗至少包含了五個階段，其詳細內容如下：

- 一、 期待階段(Anticipation)：屬於計畫旅程的階段，遊客在從事活動之前，基於現實因素所做的規劃。
- 二、 旅途階段(Travel to)：此階段為前往旅程目的地，遊客花費相當的時間與金錢成本到達活動現場。
- 三、 旅遊地點(On site)：此階段為於目的地從事活動，遊客到達活動現場從事體驗以及遊憩活動的過程，為整個遊憩體驗的主要階段，。
- 四、 回程階段(Travel back)：屬於旅途回程的階段，遊客在此階段大致上與前往時的時間成本相似，較不一樣的可能是心理狀態，相較去程的期待感，回程可能因為疲憊感而有所改變。
- 五、 回憶階段(Recollection)：回想各方面的旅程記憶階段，遊客在遊憩結束後，回憶整個遊憩活動的體驗感受。

陳凱俐(1998)於其研究中指出遊憩體驗的類別包含以下五種，其詳細內容如下：

- 一、生理上的體驗：促進身體健康，使身心放鬆、保持健康的身心。
- 二、安全上的體驗：使心神安寧穩定情緒，解除生活上的壓力。
- 三、社會上的體驗：與朋友家人的相聚，分享歡樂以及學習與人相處與交往。
- 四、知識上的體驗：對於新事物的了解，滿足求知慾、增加學習新知識的機會。
- 五、自我滿足的體驗：滿足成就感與享受美感。

Pine II and Gilmore(1998)於共同的著作「體驗經濟時代」一書中，將體驗分成四個面向，包含：娛樂的體驗、教育的體驗、逃避現實的體驗以及審美的體驗，其內容如下：(夏業良、魯煒譯，2003)

- 一、娛樂的體驗：在體驗的過程中，透過感覺吸收體驗，使體驗者能夠感覺愉快且達到娛樂的效果。
- 二、教育的體驗：對於體驗者來說是在吸收一件不是很清楚的事件，藉由體驗擴展視野、增加知識。
- 三、逃避現實的體驗：給予體驗者不同於日常生活中的環境，跳脫於現實的體驗，使人有新的感受。
- 四、審美的體驗：參與者在體驗時會沉浸於某一事物或者環境中，像是親近於特殊的環境景象。

根據不同性質就有不同面向的體驗，若是參與富有教育的體驗是想學習，參與富有逃避現實體驗的是想去做，參與富有娛樂體驗的是想感覺，參與富有審美體驗的是想親臨現場，藉由結合四種面向的體驗內容，就會提高體驗的真實性以及豐富性。綜合以上學者所認知的遊憩體驗，本研究認為遊憩體驗就是參與遊憩體驗活動時，以各種感官來體驗人事物所得到的一種滿足之感受。

第二節 體驗效益之內涵與分類

效益(Benefit)於字面上意義指的是效用與益處，Driver, Brown and Peterson(1991)提到效益有兩種意涵，包含貨幣價值與非貨幣價值，貨幣價值屬於經濟方面，藉由貨幣得到商品及服務；然而非貨幣價值指的是對於個人或團體社會有益的，而 Mannell and Stynes (1991)也提到在從事休閒過程中，參與者在過程中受到環境、活動本身、時間與心境等因素的刺激產生了心理、生理、環境與社會的影響，而透過個人的自我評估後而形成了所謂的效益(來自張見文，2012)，所以遊憩效益屬於非貨幣價值的一種，能夠使從事活動者在活動中獲得好的影響。因此，當個人或者團體於非工作時間從事休閒的活動時，滿足其心理或生理的需求以及改善目前情況所產生的有益的影響，就可以稱做為「遊憩效益」(Driver, Tinsley and Manfreda, 1991；引自歐聖榮譯，2011)。

Philipp(2009)於其研究當中，整理相關文獻中學者所認知的效益，包含了七種：心理的調適、娛樂、社會互動、教育、強健身體、自尊、和自我表達或創造力。

陳水源(1989)歸納參與遊憩活動所產生的效益包含了社會的、心理的、健康的、教育的、宗教的、經濟的、文化的與法令政策這幾個面向。

陳中雲(2001)綜合學者在相關文獻中的觀點，認為效益包含了四個層面：心理效益、生理效益、社交效益、教育效益。

Verduin and McEwen (1984)提出，可從休閒參與經驗中，獲得六項體驗效益，包括生理的效益、社交的效益、放鬆的效益、心理的效益、教育的效益、美學的效益。(涂淑芳譯，1996)

- 一、生理效益：藉由從事休閒活動來運動身體及增強體能，以維持身體健康。

- 二、 社交效益：在活動之中結交志同道合的夥伴，並共同分享相同嗜好及互相交流。
- 三、 放鬆效益：參與休閒活動來遠離充滿壓力的環境，使其恢復活力以及放鬆身心。
- 四、 教育效益：藉由活動接觸各種領域的人事物，並攝取新的知識以滿足個人的求知慾。
- 五、 心理效益：參與休閒活動時，可以獲得自我滿足感及成就感，並且也可調適參與者的心理狀態。
- 六、 美學效益：在活動之中，接觸自然與人造的美景，或者欣賞富有美感的人事物。

高俊雄(1995)整理相關文獻來整合出從事休閒活動時可以促進個人利益的三個構面，包含均衡生活體驗、健全生活內涵以及提昇生命品質。

一、 均衡生活體驗

(一) 舒解生活壓力：使在繁忙的工作以及擁擠的環境中，感覺到放鬆身心、遠離壓力。

(二) 豐富生活體驗：在充滿壓力的生活中，透過參與活動來提升生活的樂趣，使生活豐富以及充實。

二、 健全生活內涵

(一) 維持健康的體能：藉由從事活動使其生體機能維持好的運作並且延緩身體老化。

(二) 啟發心思智慧：在從事活動中，給予學習不同事物以及增廣見聞的機會。

(三) 增進家庭親子關係：從事活動的過程，能夠促進家人的互動以增進感情。

(四) 增進社會交友關係：在不同的活動之中像是社區的康樂性活動皆能

夠增進組織內人員的關係。

(五)關懷生存環境品質：藉由從事戶外的活動時，使人感受到大自然的美好，也可以培養對於生存環境的保存意識與行為。

三、提昇生命品質

(一)真善美的欣賞與創造：藉由活動體驗到真善美，像是自然環境中的景色以及人與人之間互相幫助的關係。

(二)自我能力的肯定：在活動過程之中，藉由接觸不同領域的事物，發掘自己不同的能力以使自信心強化。

(三)自我理想的實踐：參與者可藉由從事休閒活動來達成自我的理想或者滿足心裡想作的事情。

Driver 於 1999 年提出研究中，整理並綜合出效益的種類可大致分為：個人效益、社會文化效益、經濟效益以及環境效益四種，其詳細內容如下：(歐聖榮譯，2011)

一、個人效益：分為心理以及生理層面來看，心理層面包含了增進及維持精神健康、自我肯定及滿意、個人發展與成長；生理層面則包含了預防及減少疾病發生、減低高血壓、控制體重、加強體能與體力以及減緩老化等。

二、社會文化效益：包含了對於國家、社區與文化歷史的認同感，還有人際關係的互動，與他人分享、交流，以及文化方面的認知與傳承。

三、經濟效益：增加產業的經濟價值、促進經濟的增長、生產力的提升、以及減低社會醫療成本。

四、環境效益：使人們增強對於環境的認知與敏感度、保育生活環境的重要性、以及提升環境倫理。

張宗昌與余智生(2008)在研究中探討休閒效益將期歸納為生理效益、心理

效益、情感效益、教育效益、美學效益和性靈提升效益等六個構面。

- 一、生理效益：在從事活動時對於身體有益，像是使體脂肪降低、使體重減輕等等。
- 二、心理效益：在從事活動時，使到放鬆並有助心理的調適，且接觸新的事物也可使心情愉悅。
- 三、情感效益：在活動過程中，認識不同文化、不同風情，來感受到鄉土民情。
- 四、教育效益：藉由活動親近土地與環境，給予參與者了解環境倫理，珍惜環境的美好。
- 五、美學效益：在活動過程中，能夠接近大自然，享受環境的美好。
- 六、性靈提升效益：藉由從事活動給予自己機會放慢步調去享受生活。

吳崇旗與王偉琴(2014)於其著作「戶外遊憩管理」中，整理相關研究結果，得出遊憩效益包含個人效益、社會文化效益、環境與教育效益、經濟效益。

- 一、個人效益：包含維持生理與心理的健康、促進個人於課業或者工作上的表現、獲得自我肯定等。
- 二、社會文化效益：可以了解當地社區與國家歷史文化、增加人與人之間的互動、促進社會凝聚力等。
- 三、環境與教育效益：可以了解自然與環境的相關知識、培養保育與尊重自然生態的態度。
- 四、經濟效益：促進當地與國家的經濟發展、藉由活動增加經濟效益。

林連聰、歐聖榮與陳思倫(2011)於其著作當中提到參與遊憩活動可以獲得個人方面、社會方面以及經濟方面的正面的影響。

- 一、個人方面：包含對於個人的身心健康有益、獲得新的知識、助於培育人格的教育與使生活更豐富等。

二、 社會方面：可以使歷史文化傳承、學習與他人相處、加深與家人的情感、促進社會教育等。

三、 經濟方面：藉由參與活動來舒解壓力，提高人們工作精神與效率，進而使經濟成長，且活動也促進了整體經濟的繁榮。

綜合以上對於體驗效益的觀點，對於體驗效益所包含的內涵更加的了解，在這些相關的文獻中，本研究認為 Verduin and McEwen(1984)所提出的體驗效益是比較有包含能夠檢測出參與一日農夫活動的效益，除了生理、心理與社交效益是較多學者皆有提到的效益，在教育與美學效益方面，由於活動中常藉由導覽與教學介紹農作物與農產品的知識，也會帶著遊客們參觀與遊覽當地特色的風景，所以認為是較符合本研究。因此，參考其研究中對於體驗效益的定義，並將覺得意思較相近的心理效益與輕鬆效益合併在一起，則變成五個效益，了解其內涵將所研究之目的做結合成以下所述的內容，並將此五個變項以及相關的內容作為編定問卷之參考。

一、 生理效益：藉由參與活動與到戶外接近大自然來維持身體健康，增加運動的機會並且鍛鍊體能。

二、 心理效益：參與休閒活動時，藉由與人相處或者體驗不同事物來調適自己的心理狀態，放鬆身心並且獲得自我滿足感及成就感。

三、 社交效益：在參與活動時認識興趣和嗜好相同的夥伴，結交新的朋友並與其分享不同的生活經驗。

四、 教育效益：在活動之中，學習到各個領域的新知識，藉由接觸與實際了解獲得自己未接觸過的新資訊。

五、 美學效益：在活動中所欣賞環境的景色以及獲得美好的產品與服務。

第三節 條件評估法之探討

Driver, Brown and Peterson (1991) 提到效益可以分成貨幣價值與非貨幣價值兩種，一般的財或勞務的價值是可以透過市場來估算出來，就屬於貨幣價值，然而有些像是環境資源、感受是依賴人的主觀感受其價值，無市場的價值可以來評估，此種屬於非貨幣價值(張怡萱，2008)。參與遊憩活動所衍生出來的效益非藉由市場價值能夠估計出來的，因此許多專家學者便針對這些問題發展出「非市場財貨評估法」(陸雲，1990)，而這些方法是將一些非市場財貨的價值或效用轉為價格或加以價格化而得到的客觀的評估數值，包含了三種方法：「旅遊成本法」、「特徵價格法」、「條件評估法」。以下為相關內容來詳細說明此三種方法：(胡玉龍，2003；王麗婷，2005)

一、 旅遊成本法：

主要使用旅行的費用來衡量遊客對於景點及設施的價值，像是交通費、門票費…等，用來估計其遊憩的價值，是一種「間接」的評估方法，評斷人們於旅遊活動所花費的成本。

二、 特徵價格法

指的是隱含於市場的隱含價格。像是在住屋附近的環境品質、空氣污染或者是噪音太大等的環境因素，這些因素都可能影響到房價，而此種環境特徵也是價格的一種，屬於「間接」的評估方法。

三、 條件評估法

在不受範圍及對象的影響之下，藉由假設一個市場，以詢價的方式來了解受訪者對於此種財貨的評價，也就是對於此財貨的願意支付價格，屬於一種「直接」的詢問方法。

在上述三個方法之中，條件評估法為目前廣泛地被使用於非市場評估法，陸

雲(1990)於其研究中提出「條件評估法」有些特點與其他兩種評估方法不同的，包含：條件評估法不受現有資料限制、有不同的詢價方法可以視研究所需來選擇、可同時估算使用價值與非使用價值、使用的範圍很廣闊可同時進行現場調查與非現場調查。針對以上三種「非市場財貨評估法」來看，本研究欲探討遊客對於遊憩活動的體驗效益的價值判斷，將以條件評估法為研究的測量方式，可以藉由問卷所設計的詢價方式來了解受訪者的想法，以此直接的評估方式去了解遊客對於遊憩活動所願意支付的價格。

條件評估法用於非市場財貨價值的評估方法的一種，當此財貨無法透過市場價格進行評估，即可應用此方式來評價，此概念最早為 Ciriacy Wantrup 於 1947 年所提出，然而，在那時僅僅建議以「直接詢問法」來衡量自然資源的價值，卻未實際實施。首先應用此概念的為 Davis 於 1963 年用來評估森林遊憩區之戶外遊憩效益(吳忠宏、柳婉郁、方怡蓁，2012)。而條件評估法就是以一個虛擬的市場來評價，研究者常使用問卷方式詢問受訪者於遊憩資源或環境改變時，願意支付多少金額來使用或保存，指的就是願意支付價格(Willingness To Pay)，然而，若是遊憩資源改變，受訪者願意接受多少金額來放棄使用，指的是願意接受價格(Willingness To Accept)，以此兩種方式得出受訪者心目中非市場財貨的價值(林連聰等人，2011)。張怡萱(2008)於其研究指出為了避免消費者出價不實且能夠正確的估計出非市場財貨價值，採用願付價格的方式來衡量是比較恰當的。

通常條件評估法應用的詢價方式有四種：「開放式出價法」、「支付卡出價法」、「逐步出價法」、「二元選擇法」，以下將各別說明各個詢價方法的內涵。(李朝賢、林妍儀，1998；林麗琴，2004；林連聰等人，2011)

一、 開放式出價法(Open-ended)

在詢問之前未提供任何相關資訊或暗示，直接詢問受訪者願意支付的價格，

研究者在事先不用訂定任何價格，只要使受訪者回答出心中最高的金額。

二、 支付卡出價法(Payment card format)

研究者先依照相關資訊訂定出一個價格，在進行時提供受訪者一張價值卡，也就是研究者於問卷當中，設計出由小到大的金額，做為出價的一個參考標準，給予受訪者選擇最接近願付的數字。

三、 逐步出價法(Sequential bias)

研究者已經由一些相關資訊自定一個具體價格，以此價格逐漸增加或減少，並徵詢受訪者的意見，直到受訪者不願改變為止。

四、 封閉出價法或二元選擇法(Closed-ended)

研究者詢問價格時，是直接給予受訪者一個價格，受訪者只能回答「是」或「不是」來表達是否願意支付此價格，此方法又分為單界二元選擇法與雙界二元選擇法：

(一)單界二元選擇法：

研究者給予受訪者一個價格，詢問受訪者對於預評估之目標是否願意支付此價格，且只詢問「一次」受訪者意願。

(二)雙界二元選擇法：

研究者給予受訪者一個價格，詢問受訪者對於預評估之目標是否願意支付此價格，而受訪者於第一次回答時表示接受或拒絕後，研究者再次給予調高或降低的價格，也就是有給予受訪者「兩次」表達其支付的意願。

以上四種方法使用不同的方式來評估所要研究的對象，針對不同的受訪者或者目標，可以選擇適合的方式，而因為方法不同也有其優缺點，表 2-1 各別說明

各種詢價方式以及其優缺點。

表 2-1 詢價方式之優缺點

名稱	優點	缺點
開放式出價法 (Open-ended)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 受訪者依自己的基本認知來回答 2. 訪問過程簡捷 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 再進行評價值容易發生偏誤 2. 受訪者可能缺乏評價標準而拒絕進行評價
支付卡出價法 (Payment card format)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 避免受訪者在評價時所發生的偏誤 2. 受訪者在評價時有標準可以參考，減少拒答情況的產生 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 受訪者容易受限於價值卡上的金額，較難實際反映出真實的意見
逐步出價法 (Sequential bias)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 協助受訪者尋找支付額度 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 容易在開始定價格時就產生錯誤 2. 實施方式無法使用郵寄，時間成本耗費高
二元選擇法、 封閉出價法 (Closed-ended)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 此詢價方式受訪者較容易應答且又省時 2. 較接近受訪者日常交易的思考模式 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 需要用複雜的模型來分析 2. 只能反映出願付價格的真實下限

資料來源：參考自李朝賢、林妍儀(1998)

然而，條件評估法應用於「假設市場」，無法以真實的市場行為做判斷，在透過詢價方式來表達所願意支付的價格時，容易產生些偏誤，以下參考相關文獻整理可能產生的偏誤，包含以下五種：(李朝賢、林妍儀，1998；張怡萱，2008)

一、策略性偏誤：

受訪者在回答問題時，可能為了自身利益而採取不表示所偏好的程度以隱瞞事實，企圖影響研究結果。

解決方法：

在編制問卷時，將問題真實性與政策關連性分開來，避免受訪者於回答時叫

無法隱瞞而產生此偏誤。

二、 資訊偏誤：

在問卷進行中，由於研究者對於假設市場、欲評價財貨等資訊提供不足或者資料有誤，容易使受訪者的回答有所影響。

解決方法：

研究者在發放問卷前盡可能的作好相關資訊的準備，在受訪者需要時適時的提供資訊以減少發生資訊偏誤。

三、 起始點偏誤：

訪問過程中，研究者所採取的起價的高低，可能會影響最終估算的願付的價格，此偏誤容易發生於研究者使用逐步出價法當作詢價方式的時候。

解決方法：

研究者可以試著使用支付卡式價法或二元選擇法作為收集資料的方式，來了解起價的水準為何。

四、 假設性偏誤：

因為條件評估法應用於假設的市場，但研究者在擬訂假想環境時，可能會與實際的市場環境有差別，不一定會與真實的情況相符合。

解決方法：

研究者於設計問卷時，使受訪者增加對假設市場的了解，而降低與真實情況的差距。

五、訪問員偏誤：

在訪問過程中，其訪問的問答方式、訪問技巧以及方式之認知程度與工作態度等，皆可能對於受訪者有影響，容易因此產生偏誤。

解決方法：

在開始發放問卷的時候，調查員應該訓練並且加強練習如何問答，以及對於問卷內容需要有相當的了解。

雖然使用條件評估法來了解非市場價值，容易產生以上幾種的偏誤，但了解解決方式，在設計問卷與發放問卷時，要注意會發生偏誤的情況，也是可以避免的，陸雲(1990)於其研究中也指出，這些偏誤問題其實對於條件評估法的效度沒有太大的影響，由於條件評估法為一個彈性的方法，研究者注意問卷的設計意及統計方法的使用，也是可以降低偏誤的影響，且發生偏誤並不是整份問卷皆產生，可能只有一部分而已，所以不太會影響整個效度。

而條件評估法有四種詢價的方法，每個方法皆有較適用的目的以及優缺點，根據吳忠宏等人(2012)於研究中的發現，在目前的一些文獻當中，最普遍使用的詢價方法為「封閉式詢價法」與「支付卡出價法」此兩種，雖然皆用於分析遊憩效益方面，但卻有不一樣的地方，其中的差別為封閉式詢價法用於自然資源等的方面，其詢價金額較大高且金額差距較大；而支付卡出價法較用於解說服務部分，且其詢問金額差距較不大。本研究藉由各個相關文獻了解條件評估法的特性與內涵，針對本研究的目的是探討活動效益對於願付價格的影響，所要發放的對象為參與活動的遊客，為了避免發放問卷時，受訪者對於價格的疑惑並且也能降低對於問題的拒答，認為支付卡出價法是較適合的，其給予遊客在評價時有可以依據的選項可選擇，因此降低偏誤產生，所以選擇使用支付卡出價法來做為本研究的詢價方式。

第四節 效益與條件評估法之相關研究

條件評估法在國外首先被應用於森林區的遊憩上，之後也使用在其他非市場的財貨上，像是活動經濟效益、自然資源等等，而本研究探討的遊憩效益也是適用於此方法來進行評估的，而對於這些非市場財貨評估方面的研究，國內已有許多學者使用條件評估法針對這些財貨來評價。

鄭蕙燕、闕雅文(1997)以條件評估法建立生態遊憩公園的假設市場，以了解鰲鼓海岸濕地的遊憩價值，研究中以個人的社會經濟性質建立出價函數並且以Probit為研究模型，推估出其平均遊憩價為每年每戶955.2元。

汪大雄、王培蓉與林振榮(1999)使用條件評估法的二分選擇法對於扇平自然教育區的訪客調查其遊憩效益，研究結果顯示，每位訪客平均的願付價格為212元，而所產出的遊憩效益以年計算約為4,073,368元。

劉癸君(2003)於研究中分別使用旅遊成本法與開放式出價法來評估阿里山森林遊樂園的遊憩效益，結果顯示其使用價值為2694元、存在價值為2101元、遺贈價值為1264元、旅遊成本法為1053元，一整年的總遊憩效益為872,829,594元。

李伯儒(2007)以條件估計法來評估杉林溪森林遊樂區，研究顯示社交效益越高的遊客付費意願也比較高，且遊客為已婚者、家中成人較多者、每年有固定參加森林活動者與贊成舉辦森林活動者皆願意支付較高的價格，而其若未有支付門票的平均一年的願付價格為1431元，整個的經濟價值為711,081,072元。

詹滿色、林妍伶與莊慶達(2007)使用條件評估法的雙界二分選擇模型來衡量外岸磯釣的遊憩效益，研究顯示，區域變數、磯釣次數、教育程度、經驗、磯釣支出、停留時間、對環境滿意程度皆對於願付價格有顯著影響，其願付價格所評估出來的結果為每次每人311.19元。

江治軒(2010)以條件評估法的準逐步競價法(雙界二分選擇法與開放式出價法合併)來研究藤枝森林遊樂區的遊憩效益，結果得出遊憩使用價值為每人132.2元，其影響因素為停留時間、總動機需求程度與每月個人可支配；而資源保育價

值在區內為每年一人168.2元、區外為每年一人172.7元，而影響因素在區內的為付費觀念、是否對於環保組織捐款，區外為是否再前往遊玩、曾否對環保組織捐款與每月個人可支配。

董志明、郭孟軒、陳佳欣、黃戊田(2012)於研究中使用支付卡出價法為詢價工具，來了解台南市一級古蹟的遊憩效益，發現遊客的性別、年齡層、職業與收入等與願付價格皆有顯著差異，而研究結果顯示，在遊憩效益的評估上，台南市一級古蹟旅遊所帶來的年總遊憩效益約為10億4千萬元。

呂適仲(2013)於研究中將松柏嶺遊憩區的遊客作為研究對象，其研究結果指出遊客的年齡、教育程度與收入皆與願付價格有顯著相關性，並透過條件評估法得出其前在遊憩效益的價值為每年3,525,741元。

趙玉娟(2013)利用條件評估法之雙界二分選擇法來研究中都溼地公園的遊憩效益，研究結果顯示其付費意願與性別、職業、年齡、教育程度與婚姻狀態有顯著的差異，並且在休閒效益各構面也皆與願付價格意願有顯著差異，而其平均願付價格金額為72.9元。而附加使用項目後(定期辦理生態推廣活動)平均願付價格增加為125.51元；又增加輕艇或獨木舟之遊園活動，其平均願付價格為167.34元。

由上述的各個學者的研究可以得知性別、年齡、教育程度、職業、收入、婚姻狀態、旅遊次數與旅遊動機等等皆對於願付價格有顯著影響，藉由整理文獻整理與願付價格有關的影響因素以作為問卷設計之參考，以下整理遊憩效益與願付價格相關的文獻(見表2-2)，其結果與詢價方式如下：

表 2-2 遊憩效益與願付價格相關研究內容整理

作者年代	研究主題	詢價方法	研究結果
鄭蕙燕、闕雅文/1997	遊憩效益 (鰲鼓海岸濕地)	單界二分選擇法	平均遊憩價為每年每戶955.2元
汪大雄、王培蓉與林振榮/1999	遊憩效益 (扇平自然教育區)	二分選擇法	1. 每位訪客平均的願付價格為212元 2. 遊憩效益為每年4,073,368元。

作者年代	研究主題	詢價方法	研究結果
劉癸君 /2003	遊憩效益 (阿里山森林 遊樂園)	開放式出價法	1. 使用價值： 2694 元 2. 存在價值： 2101 元 3. 遺贈價值： 1264 元 4. 旅遊成本法：1053 元 5. 一整年的總遊憩效益為 872, 829, 594 元。
李伯儒 /2007	遊憩效益 (杉林溪森林 遊樂區)	單界二分法	1. 平均一年的願付價格為 1431 元 2. 整個的經濟價值為 711, 081, 072 元
詹滿色、林 妍伶與莊慶 達 /2007	遊憩效益 (外岸磯釣)	雙界二分法	願付價格為每次每人 311.19 元
江治軒 /2010	遊憩效益 (藤枝森林遊 樂區)	準逐步競價法	1. 遊憩使用價值為每人 132.2 元 2. 資源保育價值在區內為 每年一人 168.2 元、區外 為每年一人 172.7 元
董志明、郭 孟軒、陳佳 欣、黃戊田/ 2012	遊憩效益 (台南古蹟)	附加價值卡出價 法	1. 選擇價值：132.1(元/ 年/人) 2. 存在價值：138.7(元/ 年/人) 3. 遺贈價值：146.6(元/ 年/人) 4. 總遊憩效益： 10 億 4 千萬元
呂適仲 /2013	休閒效益 (松柏嶺遊憩 區)		遊憩效益的價值為每年 3, 525, 741 元
趙玉娟 /2013	休閒效益 (中都溼地公 園)	雙界二分法	1. 平均願付價格金額為 72.9 元 2. 附加使用項目後(定期辦 理生態推廣活動)平均願 付價格為 125.51 元 3. 增加輕艇或獨木舟之遊 園活動，平均願付價格為 167.34 元。

資料來源：研究者參考相關文獻整理

第三章 研究方法

本章節一開始先確立研究架構，在開始說明如何以問卷調查法來研究遊憩效益與願付價格之間的關係，問卷以體驗效益量表與支付卡出價法的來了解受訪者的想法，最後說明資料的分析方式，以 SPSS21.0 統計軟體進行資料的分析，探討研究變項之間的關係。

第一節 研究架構與假設

依照研究目的、文獻探討相關的研究，本研究的研究變項包含三個：「遊客的屬性」、「體驗效益」、「遊客的願付價格」，欲探討三者對於參與一日農夫遊客的影響，其架構如下圖 3-1 所示：

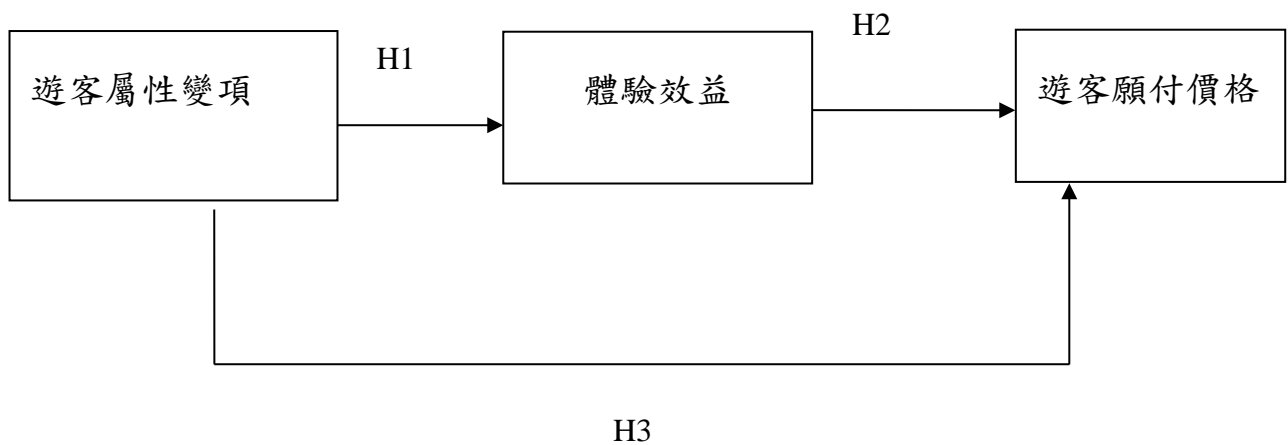


圖 3-1 研究架構圖

一、 評估一日農夫活動遊客的遊憩體驗效益

本研究之目的為：「評估一日農夫活動遊客的遊憩體驗效益」，主要分析遊客在參與活動過程中的效益感受，並了解遊客社經背景的不同與其所獲得的效益感受之間的差異。在相關研究中，陳靜玲、施秀蓉及吳亮慶(2012)研究指出不同屬性對於體驗效益有影響，在其研究中顯示，性別層面來看，社交效益上女性平均數比男性高；教育程度層面上，在生理效益層面以研究所以上感受度最高，以國中舍以下最低。陳春安(2011)亦有相同發現，其研究結果顯示，屬性層面包含性別、年齡、婚姻、教育程度在效益上皆有差異。因此引導出假設一如下：

H1：遊客的屬性不同其體驗效益有顯著差異

二、 探討一日農夫活動的體驗效益對於遊客願付價格的影響

本研究於目的二：「探討一日農夫活動的體驗效益對於遊客願付價格的影響」，主要以分析遊客在活動中獲得的效益高低與其價格的付費意願，在相關研究中，李柏儒(2007)指出當遊客所到感受的效益越高時，所願意支付的意願也會越高；而趙玉娟(2013)的研究結果也顯示，效益在各個構面皆與付費意願有顯著的關係，根據這些研究來歸納，體驗效益與願付價格之間的關係密切，因此引導出假設二如下：

H2：遊客的體驗效益與願付價格有顯著相關

三、 評估遊客對於一日農夫活動的願付價格

本研究於目的三：「評估遊客對於一日農夫活動的願付價格」，主要評估遊客

對於活動的付費意願與價格，以條件評估法的支付卡出價法來了解受訪者對於一日農夫活動的願付價格，藉由詢問受訪者的付費意願與願意增加程度來分析其對於活動的願付價格。在探討遊憩效益與願付價格間關係的研究中，李柏儒(2007)研究指出當遊客所到感受的社交效益越高時，所願意支付的價格也會越高。除此之外，也分析不同社經背景的因素與其之間的影響。在董志明等人(2012)研究顯示，遊客的屬性會影響願付價格，在性別層面，男性的願付價格高於女性；在月收入層面上，月收入較高者的願付價格高於月收入較低者。其他研究的也有相似的結果，呂適仲(2013)於研究松柏嶺遊憩區的遊客，其研究結果指出遊客的年齡、教育程度與收入皆與願付價格有顯著相關性，也可在朱純孝、涂維穗與蔣昭弘(2012)研究發現相似的結果，年齡、教育程度與第一次到訪者皆對付費意願有顯著影響，因此引導出假設三如下：

H3：遊客的屬性不同其願付價格有顯著差異

第二節 研究變項與操作型定義

根據前面文獻的整理，對於體驗效益以及願付價格的定義與面向進行探討，作為後續研究以及問卷的依據，以下表 3-1 為所整理出的構面與定義。

表 3-1 研究變項與操作型定義

研究變項及定義	探討構面與定義	相關研究文獻	
<p>體驗效益</p> <p>在從事休閒體驗活動中，藉由感官對於周遭環境產生的感受。</p>	生理效益	<p>遊客藉由參與活動使生理層面得到改變，像是提升心肺功能、維持體能、保持活力、使身體健康以及降低生病的機率。</p>	<p>Verduin and McEwen (1984)；歐聖榮 (2011)；洪煌佳 (2002)；陳中雲 (2001)；張宗昌、余智生(2008)</p>
	心理效益	<p>遊客在活動當中獲得的心理層面的改變，像是使心情愉悅、紓解精神壓力、自信心的增加、消除生活中的疲倦以及自我滿足。</p>	<p>Verduin and McEwen (1984)；歐聖榮 (2011)；陳水源 (1989)；洪煌佳 (2002)；陳中雲 (2001)</p>
	教育效益	<p>遊客於活動中，獲得學習的機會，像是獲得新知識、滿足求知慾、學習新技能以及接觸新奇的事物。</p>	<p>Verduin and McEwen (1984)；陳水源 (1989)；張宗昌、余智生(2008)</p>
	社交效益	<p>遊客藉由活動來增進人際間的互動，像是結交新朋友、增加志同道合的朋友、促進與家人與朋友的情感、得到同伴的依賴與信任。</p>	<p>Verduin and McEwen (1984)；洪煌佳 (2002)；陳中雲 (2001)；陳春安 (2011)；劉虹伶 (2005)</p>
	美學效益	<p>遊客在參與活動中所欣賞環境的景色以及獲得好的產品及令人愉悅的服務。</p>	<p>Verduin and McEwen (1984)；張宗昌、余智生(2008)</p>
<p>願付價格</p> <p>指遊客針對遊憩資源的增加與減少，所願意支付或者願意接受的價格。</p>	<p>支付卡出價法</p>	<p>給予遊客資源供給產生改變的環境，詢問其付費意願與願意增加價格，並在詢問價格時，提供一組由小到大的金額給予選擇，來了解較接近遊客願付的價格。</p>	<p>Collins and Kim(2009)；李朝賢、李妍儀(1998)；林連聰等人(2011)</p>

第三節 研究工具與研究設計

一、研究工具

本研究以問卷為研究工具，分成三個部分，第一部分為遊憩體驗效益(生理效益、心理效益、社交效益、教育效益、美學效益)所形成的問項，第二部分為願付價格(支付卡出價法)，第三部分為遊客基本屬性資料。

(一) 遊憩體驗效益

參考相關文獻整理出遊憩效益的為五個面向，包含：1. 生理效益：指的是參與活動，對於身體健康方面有助益；2. 心理效益：指的是於活動過程中，能夠調適心理精神方面；3. 社交效益：參與活動達到擴展人際關係與家人朋友相聚的好處；4. 教育效益：藉由參與活動去面對各種人事物來吸收新知識、增廣見聞；5. 美學效益：在活動之中感受環境的景色以及獲得美好的產品及服務。

評分方式以李克特五點量表，從「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」分別給予一到五的分數，數字越高表示對於遊憩體驗越滿意，以此來衡量遊客對於效益的滿意程度。

(二) 遊客的願付價格

本研究選擇的詢價方式為「支付卡出價法」，因為一日農夫活動的價格是不固定的，所以一開始的價格為受訪者參與時的費用，受訪者藉由體驗活動之後，對於活動所產生的效益滿足程度來顯現願意支付的價格。以下為施測方式，由原先活動費用為基礎，假設情境為環境改變後，給予受訪者一組參考數值，數目從 5%、10%、15%、20%、25%、30%，其數字是代表原先參與的費用可再增加的金額數目，給予這幾個選項使受訪者勾選。

詢問方式如：今日所參與的一日農夫體驗活動，活動的過程中您體驗了農事採果樂、品嚐了當地的風味餐，參訪了當地的特色景點以及親自體驗農產品加工，在活動結束之後，回想一下今天所體驗的內容，在您心中，這些體驗價值若以價錢來衡量是多少呢？是否有高於或的於您所付的費用呢？

(三) 遊客基本屬性資料

由先前所整理的效益與願付價格的相關文獻中，得出國內學者對於研究的基本屬性的問項為參考依據。遊客的基本資料包含性別、年齡、教育程度、平均月收入、職業及家庭狀況。而為了對於遊客參與活動的情況有所了解，而增加了參與次數、參與活動方式以及參與活動的動機，以這些問項來了解參與者的資訊。

二、 研究設計

本研究以 20 歲以上的遊客為目標對象，將以一日活動辦理的主要地區為發放範圍，其包含內門區、旗山區、甲仙區、杉林區、六龜區、田寮區、美濃區以及大樹區此八個地區，從一日農夫活動網站觀察，其八個地區為農業局活動主要辦理的社區所在地，因此選取為發放問卷的區域。而樣本的選取採用便利抽樣方式，以參與活動的遊客為目標對象，以發放問卷來對於參與完活動的遊客做測量。

樣本數的大小關係到此研究的抽樣是否具有代表性，而一般社會科學研究者可容許的風險幅度介於 5% 至 1%，可靠度則界於 99% 到 95% 之間(王麗婷, 2005)，本研究參考王麗婷(2005)於研究中樣本數的計算方式，在母群體未知的情況下，計算出所需要的樣本數目，其方式如下：

$$n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{e^2} = \frac{1.96^2 \times (0.25)}{(0.05)^2} = 384.16$$

n =樣本數

e =容許估計誤差(5%)

Z =標準化常態變值(1.96)

p =隨機樣本比例(0.5)

經由上述的公式計算過後，得出有效樣本數 $n=384.16$ ，所以推論樣本數至少要有 385。本研究所欲發放的社區為八個，採非隨機的群集抽樣，將八個社區分成一個個群集，共有八個群集，避免無效問卷的產生，於每個社區將發放 50 份問卷，總共發放 400 份問卷。

第四節 預試分析結果

一、預試問卷發放對象

預試的目的是為了瞭解問卷的題項與語意表達的是否清楚明瞭，以及檢測問卷题目的信效度。本研究以參與旗山南勝社區所辦理的一日農夫活動的遊客做為預試發放的對象，研究者親自參與活動並於活動結束時發放問卷，共發放了38份問卷，收回的有效問卷為35份。在受訪者填答問卷時，觀察填答狀況，了解語意不清楚的部份以及填答所遇到的問題，以作為後續修改問卷時的建議。

二、 預試問卷分析

預試問卷須進行信效度的檢驗，藉由信度分析、項目分析以及因素分析來檢測。信度分析是用來檢測問卷的一致性；項目分析是根據題目高低分值的極端比較來了解其適用程度；因素分析則是用來分析問卷的效度，以下將說明預試問卷的分析結果：

(一) 信度分析

本研究使用Cronbach's Alpha 值來檢驗問卷的內部一致性，在常見的信度係數介於0到1，當信度係數較接近1時，表示問卷的內部一致性較高，通常若信度係數較0.7高時，就屬於有較佳的信度。(吳明隆、涂金堂，2012)。

分析結果在體驗效益部分的Cronbach's Alpha 值為.932，而結果顯示若是將第10題與第17題與以刪除後會增加此部分的信度，經由與指導老師討論後，決定刪除第10題，而第17題保留但修改語意，則修改之後的Cronbach's Alpha 值為0.934。信度分析結果如表3-2：

表 3-2 體驗效益題項之信度分析

題目(簡述)	修正的 項目總 相關	項目刪除的 Cronbach's Alpha 值	備 註
生理效益			
1. 靠近大自然使我覺得身體舒暢	.516	.930	
2. 使我能夠強健身體	.649	.928	
3. 走出戶外，使我能夠增加運動的機會	.754	.927	
4. 使我有機會鍛鍊體能，提升心肺功能	.629	.928	
5. 使我變得更有活力也更有精神	.692	.927	
心理效益			
6. 使我覺得舒緩生活與工作的壓力	.655	.928	
7. 使我感到心情非常愉悅	.688	.928	
8. 調適心情狀態並消除在日常生活中的疲倦感	.524	.930	
9. 藉由學習及接觸不同人事物，使我獲得成就感	.527	.930	
10. 在從事活動中，感覺到被人認同及肯定	.289	.934	×
社交效益			
11. 使我結交更多朋友	.575	.929	
12. 使我增加與朋友家人相聚的時間	.615	.929	
13. 使我學習與他人相處的方式，加強與人交際的能力	.760	.927	
14. 使我與朋友家人有共同的話題可以交流	.406	.932	
15. 活動中能夠與他人交流不同的生活經驗	.553	.930	
教育效益			
16. 我覺得對於農產品有更加了解	.525	.930	
17. 我覺得學習到更多農業加工的新技能	.375	.935	△
18. 參與活動使我更了解當地的文化以及特色	.637	.929	
19. 使我學習更多不同領域的新知識	.586	.929	
20. 使我認識更多台灣富有特色的景觀	.614	.929	
美學效益			
21. 使我品嚐到新鮮且當季的農作物	.562	.931	
22. 使我能夠欣賞到大自然的美麗	.743	.927	
23. 使我感受到新鮮的空氣	.764	.926	
24. 使我接觸到當地獨特的景色	.662	.928	
25. 使我能夠認識富有當地特色的農產品	.452	.931	
Cronbach's Alpha 值： 0.934			

註：× 刪除題項 △ 保留題項，但修改語意

(二) 項目分析

體驗效益題目共 25 題，以獨立樣本 T 檢定比較高低分兩組的答題情況，取其前端 27%(高分組)與後端 27%(低分組)進行分析，檢視各個題項是否符合達到顯著差異($p < .05$)，作為題項鑑別取捨之標準 (邱皓政, 2010)。分析結果顯示，第十題未達到顯著差異(顯著性: 0.161)，予以刪除。項目分析結果呈現如下表 3-3：

表 3-3 體驗效益題項之項目分析

題目(簡述)	T 值	顯著性	
生理效益			
1. 靠近大自然使我覺得身體舒暢	3.544	.003	○
2. 使我能夠強健身體	5.435	.000	○
3. 走出戶外，使我能夠增加運動的機會	9.909	.000	○
4. 使我有機會鍛鍊體能，提升心肺功能	4.569	.000	○
5. 使我變得更有活力也更有精神	4.403	.000	○
心理效益			
6. 使我覺得舒緩生活與工作的壓力	9.000	.000	○
7. 使我感到心情非常愉悅	6.000	.000	○
8. 調適心情狀態並消除在日常生活中的疲倦感	2.870	.009	○
9. 藉由學習及接觸不同人事物，使我獲得成就感	2.509	.021	○
10. 在從事活動中，感覺到被人認同及肯定	1.457	.161	✕
社交效益			
11. 使我結交更多朋友	3.394	.003	○
12. 使我增加與朋友家人相聚的時間	3.800	.001	○
13. 使我學習與他人相處的方式，加強與人交際的能力	6.085	.000	○
14. 使我與朋友家人有共同的話題可以交流	2.224	.041	○
15. 活動中能夠與他人交流不同的生活經驗	2.771	.012	○
教育效益			
16. 我覺得對於農產品有更加了解	5.606	.000	○
17. 我覺得學習到更多農業加工的新技能	2.552	.019	○
18. 參與活動使我更了解當地的文化以及特色			○
19. 使我學習更多不同領域的新知識	7.416	.000	○
20. 使我認識更多台灣富有特色的景觀	7.878	.000	○
美學效益			
21. 使我品嚐到新鮮且當季的農作物	5.237	.001	○
22. 使我能夠欣賞到大自然的美麗	9.000	.000	○
23. 使我感受到新鮮的空氣	6.992	.000	○
24. 使我接觸到當地獨特的景色	7.385	.000	○
25. 使我能夠認識富有當地特色的農產品	3.640	.002	○

註：✕ 刪除題項

(三) 因素分析

因素分析的目的是用來分析問卷的效度，首先使用KMO值(Kaiser-Meyer-Olkin)與Bartlett球形檢定來判定是否適合作因素分析，一般來說當KMO值大於0.7以及球形檢定達顯著，就表示此問卷適合進行因素分析，再來為了檢測其效度，採用主成分因素分析法，以最大變異法進行轉軸，萃取出特徵值大於1的因素，其因素負荷量大於0.55時，表示此題項效度適當，當因素負荷量越高時，表示該題項於問卷中的解釋力越強(邱皓政，2010)。

本問卷體驗效益題目共有25題，包含五個構面，分別為「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」、「教育效益」與「美學效益」，分析將依照各個構面分別進行。

構面一為「生理效益」，此部分共有五題，檢定結果之KMO值為0.86，其Bartlett的球形檢定值為125.586，顯著性 <0.001 ，有達到顯著水準，顯示此構面適合進行因素分析。再來檢定各題項的因素萃取量，結果顯示皆超過0.55，其可解釋變異量為76.23%，由數據顯示生理效益的題項之解釋能力是較好的，分析結果如表3-4：

表 3-4 生理效益構面之因素分析

生理效益	
題目	因素萃取量
4. 參與活動使我有機會鍛鍊體能，提升心肺功能	.924
3. 藉由活動來走出戶外，使我能夠增加運動的機會	.914
2. 藉由參與活動使我能夠強健身體	.886
5. 參與活動使我變得更有活力也更有精神	.833
1. 藉由活動靠近大自然使我覺得身體舒暢	.801

KMO值：0.860
Bartlett 的球形檢定：125.586
特徵值：3.812
可解釋變異量：76.230%
顯著性：0.000***

* $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

構面二為「心理效益」，此部分共有五題，檢定結果之KMO值為0.785，其Bartlett 的球形檢定值為64.734，顯著性 <0.001 ，有達到顯著水準，顯示此構面適合進行因素分析。在各題項的檢定時，因素負荷量須大於0.55，才表示題項效度適當，但結果顯示第十題未達0.55，因此將第十題刪除後，再進行第二次的因素分析，檢定結果之KMO值為0.794，其Bartlett 的球形檢定值為60.659，分析結果顯示如表3-5：

表 3-5 心理效益構面之因素分析

心理效益	
題目	因素萃取量
7. 參與活動使我感到心情非常愉悅	.886
6. 參與活動使我覺得舒緩生活與工作的壓力	.851
8. 參與活動使我調適心情狀態並消除在日常生 活中所感受到的疲倦感	.805
9. 藉由學習及接觸不同人事物，使我獲得成就感	.792
KMO值：0.794	
Bartlett 的球形檢定：70.668	
特徵值：2.918	
可解釋變異量：58.352%	
顯著性：0.000***	

* $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

構面三為「社交效益」，此部分共有五題，檢定結果之KMO值為0.754，其Bartlett 的球形檢定值為71.066，顯著性 <0.001 ，有達到顯著水準，顯示此構面適合進行因素分析。再來檢定各題項的因素萃取量，結果顯示皆超過0.55，其可解釋變異量61.743%，分析結果如表3-6：

表 3-6 社交效益構面之因素分析

社交效益	
題目	因子萃取量
15. 活動中能夠與他人交流不同的生活經驗	.836
13. 參與活動使我學習與他人相處的方式，加強與人交際的能力	.828
14. 藉由一起參與活動，使我與朋友家人有共同的話題可以交流	.775
11. 參與活動可以使我結交更多朋友	.771
12. 參與活動使我增加與朋友家人相聚的時間	.712
KMO 值：0.754	
Bartlett 的球形檢定：71.066	
特徵值：3.087	
可解釋變異量：61.743%	
顯著性：0.000***	

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

構面四為「教育效益」，此部分共有五題，檢定結果之KMO值為0.802，其Bartlett 的球形檢定值為104.470，顯著性 < 0.001 ，有達到顯著水準，顯示此構面適合進行因素分析。再來檢定各題項的因素萃取量，結果顯示皆超過0.55，其可解釋變異量70.390%，分析結果如表3-7：

表 3-7 教育效益構面之因素分析

教育效益	
題目	因子萃取量
16. 我覺得對於農產品有更加了解	.903
18. 參與活動使我更了解當地的文化以及特色	.899
20. 使我認識更多台灣富有特色的景觀	.837
19. 使我學習更多不同領域的新知識	.833
17. 我覺得學習到更多農業加工的新技能	.709
KMO 值：0.802	
Bartlett 的球形檢定：104.470	
特徵值：3.519	
可解釋變異量：70.390%	
顯著性：0.000***	

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

構面五為「美學效益」，此部分共有五題，檢定結果之KMO值為0.778，其Bartlett 的球形檢定值為99.691，顯著性<0.001，有達到顯著水準，顯示此構面適合進行因素分析。再來檢定各題項的因素萃取量，結果顯示皆超過0.55，其可解釋變異量68.304%，分析結果如表3-8：

表 3-8 美學效益構面之因素分析

美學效益	
題目	因子萃取量
22. 使我能夠欣賞到大自然的美麗	.906
23. 使我感受到新鮮的空氣	.862
21. 使我品嚐到新鮮且當季的農作物	.833
25. 使我能夠認識富有當地特色的農產品	.770
24. 使我接觸到當地獨特的景色	.751
KMO 值：0.778	
Bartlett 的球形檢定：99.691	
特徵值：3.415	
可解釋變異量：68.304%	
顯著性：0.000***	

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

第五節 預試問卷修改與正式問卷

本小節根據上一小節預試分析的結果，以及實際發放時所得到的建議，將修改預試問卷的結果說明如以下：

一、各研究變項說明

在體驗效益方面，共分為五個構面包生理效益、心理效益、社交效益、教育效益與美學效益，共有 25 題，藉由項目分析發現第 10 題未達到顯著，且在問卷發放過程中，也曾有受訪者對於此提的意思感到疑惑，因此與指導老師討論之後，將第 10 題刪除。還有，藉由信度分析發現若刪除第 17 題的信度會是增加的，故

與指導教授討論，決定更改 17 題的語意，改為「我覺得學習到農產品新的加工方式」。因此體驗效益的總題數刪除掉第 10 題後，改變為 24 題。

在個人基本資料方面，在預試發放問卷時，發現滿多是退休的遊客來參與此休閒活動，實際發放時，也有許多遊客建議增加「退休」選項，因此在「職業」此一問項，增加退休此一選項。

二、正式問卷

在藉由信度分析、項目分析以及因素分析檢定之後，將預測問卷較不易理解或是信效度較差的題項作調整，以檢定結果與實際的遊客建議來修改問卷，最後呈現正式問卷，如下表 3-9，正式問卷一樣分為三個部份，第一個部份為體驗效益量表，第二部份為願付價格，第三部份為遊客基本屬性。

表 3-9 正式問卷之問項

第一部份：體驗效益量表	
生理 效益	1. 藉由活動靠近大自然使我覺得身體舒暢
	2. 藉由參與活動使我能夠強健身體
	3. 藉由活動來走出戶外，使我能夠增加運動的機會
	4. 參與活動使我有機會鍛鍊體能，提升心肺功能
	5. 參與活動使我變得更有活力也更有精神
心理 效益	6. 參與活動使我覺得舒緩生活與工作的壓力
	7. 參與活動使我感到心情非常愉悅
	8. 參與活動使我調適心情狀態並消除在日常生活中所感受到的疲倦感
社交 效益	9. 藉由學習及接觸不同人事物，使我獲得成就感
	10. 參與活動可以使我結交更多朋友
	11. 參與活動使我增加與朋友家人相聚的時間
	12. 參與活動使我學習與他人相處的方式，加強與人交際的能力
教育 效益	13. 藉由一起參與活動，使我與朋友家人有共同的話題可以交流
	14. 活動中能夠與他人交流不同的生活經驗
	15. 我覺得對於農產品有更加了解
	16. 我覺得學習到農產品新的加工方式
	17. 參與活動使我更了解當地的文化以及特色

	18. 使我學習更多不同領域的新知識
	19. 使我認識更多台灣富有特色的景觀
美學 效益	20. 使我品嚐到新鮮且當季的農作物
	21. 使我能夠欣賞到大自然的美麗
	22. 使我感受到新鮮的空氣
	23. 使我接觸到當地獨特的景色
	24. 使我能夠認識富有當地特色的農產品
第二部分；願付價格	
<p>今日所參與的一日農夫體驗活動，活動的過程中您體驗了農事採果樂、品嚐了當地的風味餐，參訪了當地的特色景點以及親自體驗農產品加工，在活動結束之後，回想一下今天所體驗的內容，在您心中，這些體驗價值若以價錢來衡量是多少呢？</p>	
1.	請問這次參與活動的報名費用：_____元/每人(包含採果樂、風味餐及DIY加工)
2.	請問對於這次的農夫體驗所獲得的效益，您認為所支付的費用(第一題)與所得到的效益相等呢？ <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否(請跳至第6題填答)
3.	假設隨著物價的高漲或政府補助經費的縮減，配合舉辦活動的社區小農們無法以原本價格維持運作，若是要繼續辦理此項體驗活動，就可能得增加收取的費用，以您在此次活動所得到的效益感受來考量，請問您是否願意增加支付原訂價格(第一題)的費用？ <input type="checkbox"/> 願意 <input type="checkbox"/> 不願意(請跳至第5題填答)
4.	請問您可以接受的增加程度為多少？ <input type="checkbox"/> 5% <input type="checkbox"/> 10% <input type="checkbox"/> 15% <input type="checkbox"/> 20% <input type="checkbox"/> 25% <input type="checkbox"/> 30%
5.	呈第3題，您選擇不願意的原因為何？ <input type="checkbox"/> 原本所支付的價格已經為最適合的 <input type="checkbox"/> 應該由政府扮演協助角色，不應該調漲費用 <input type="checkbox"/> 若價格增加，會降低參加意願 <input type="checkbox"/> 其他_____

<p>6. 呈第 2 題，若是原本的價格不適當，應該降低至約_____元 您選擇否的原因為何？</p> <p><input type="checkbox"/> 所獲得的實質感受是低的</p> <p><input type="checkbox"/> 體驗定價的價格過高</p> <p><input type="checkbox"/> 所體驗的內容不夠豐富</p> <p><input type="checkbox"/> 在參與過程中，其採果樂階段所體驗的內容感到不滿足</p> <p><input type="checkbox"/> 在參與過程中，其風味餐階段所體驗的內容感到不滿足</p> <p><input type="checkbox"/> 在參與過程中，其 DIY 加工階段所體驗的內容感到不滿足</p> <p><input type="checkbox"/> 其他_____</p>
<p>第三部分：遊客基本資料</p>
<p>1. 性別：<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女</p>
<p>2. 年齡：</p> <p><input type="checkbox"/> 20 歲以下 <input type="checkbox"/> 21~30 歲 <input type="checkbox"/> 31~40 歲 <input type="checkbox"/> 41~50 歲 <input type="checkbox"/> 51~60 歲</p> <p><input type="checkbox"/> 61~70 歲 <input type="checkbox"/> 70 歲以上</p>
<p>3. 教育程度：</p> <p><input type="checkbox"/> 國小以下 <input type="checkbox"/> 國中 <input type="checkbox"/> 高中職 <input type="checkbox"/> 大專院校 <input type="checkbox"/> 研究所以上</p>
<p>4. 職業：</p> <p><input type="checkbox"/> 農林漁牧業 <input type="checkbox"/> 工業 <input type="checkbox"/> 商業 <input type="checkbox"/> 服務業 <input type="checkbox"/> 軍公教</p> <p><input type="checkbox"/> 自由業 <input type="checkbox"/> 家管 <input type="checkbox"/> 學生 <input type="checkbox"/> 待業中 <input type="checkbox"/> 退休</p> <p><input type="checkbox"/> 其他_____</p>
<p>5. 個人月收入：</p> <p><input type="checkbox"/> 1 萬元以下 <input type="checkbox"/> 1~3 萬元 <input type="checkbox"/> 3~5 萬元 <input type="checkbox"/> 5~7 萬元 <input type="checkbox"/> 7~9 萬元</p> <p><input type="checkbox"/> 9~11 萬元 <input type="checkbox"/> 11~13 萬元 <input type="checkbox"/> 13~15 萬元 <input type="checkbox"/> 其他_____</p>
<p>6. 家庭狀況：<input type="checkbox"/> 未婚 <input type="checkbox"/> 已婚</p>
<p>7. 至目前為止，參與一日農夫活動次數：(包含這一次)</p> <p><input type="checkbox"/> 1 次 <input type="checkbox"/> 2 次 <input type="checkbox"/> 3 次 <input type="checkbox"/> 4 次 <input type="checkbox"/> 5 次以上</p>
<p>8. 參與活動的方式：</p> <p><input type="checkbox"/> 單獨前往 <input type="checkbox"/> 家人旅遊 <input type="checkbox"/> 朋友、同事 <input type="checkbox"/> 公司團體旅遊</p> <p><input type="checkbox"/> 參與旅行社行程 <input type="checkbox"/> 其他_____</p>
<p>9. 參與活動的動機：(可複選)</p> <p><input type="checkbox"/> 想要親近大自然 <input type="checkbox"/> 想要了解不同的農作物</p> <p><input type="checkbox"/> 想要體驗傳統的農事活動 <input type="checkbox"/> 想要品嚐地方特色的風味餐</p> <p><input type="checkbox"/> 想要欣賞地方特殊的景色 <input type="checkbox"/> 想要體驗學習農產品的加工</p> <p><input type="checkbox"/> 想要遠離都市生活環境 <input type="checkbox"/> 其他_____</p>

第六節 資料分析方法

藉由研究目的、假設以及架構來設計問卷，針對問卷的分析將使用 SPSS21.0 統計軟體進行資料的分析，探討研究變項之間的關係，以其檢定假設。

一、敘述性統計

本研究使用敘述性統計的來分析基本屬性的資料，從方法中的平均數、標準差、次數分配以及百分比的數據來得知受訪者組成的結構。在體驗效益方面，使用分析方法來得知受訪者參與活動獲得的體驗效益為何，藉由平均數的越高，獲得的效益就越高。

二、獨立樣本 T 檢定

使用此方法來分析兩個獨立樣本的互相影響結果，以其數據結果若是達到顯著水準，則兩個獨立樣本之間是有差異的，而所用的自變項需為二分類別的變項，像是性別或者家庭狀態。

三、單因子變異數分析

使用於分析三個或三個以上的獨立樣本互相影響的結果，例如教育程度、職業…等變項，若其數據產生的結果達到顯著水準時，可以藉由事後比較(雪費法)的數據來檢視各變項之間的差異。

四、相關分析

分析兩個連續變項之間的相關性，以皮爾森積差相關係數來判斷是否變項之間有相關，本研究使用於來檢定體驗效益與願付價格之間的關係。當其所產生的相關係數的絕對值越高，其之間相關的程度也越高。

第四章 資料分析與結果

本章節針對回收的樣本進行分析與統計，共分為六小節，先從基本資料的分析來了解樣本分布的特性，再來檢驗正式問卷的信效度，最後進行統計來驗證假設。

第一節 基本資料之分析

根據回收的樣本進行敘述性統計，分析參與活動的遊客其分布範圍，分析結果將說明如以下：

一、問卷回收情況

本研究問卷皆由研究者於活動辦理現場親自發放，根據活動辦理的場次多寡來發放，以一日農夫活動於今年所配合的社區作為發放的主要地區，研究調查期間在 105 年 5 月 20 到 7 月 30 日，總共到六個社區去做問卷調查，包含大樹的龍目社區、六龜的中興社區、美濃的瀾濃社區、旗山的南新社區、內門的觀亭社區以及燕巢的金山社區，共參與了 10 個場次，總共回收的問卷為 312 份，有效問卷的為 303 份。

然而，由於今年氣候異常的緣故，導致了許多農作物的產量不佳，例如六龜的金煌芒果產量只剩往年的兩成，所以活動的場次也受到影響，因此，最後正式樣本數僅所回收的數目為 303 份，而辦理地區原本為八個地區，由於發放時間與作物產期的關係，因此僅發放到六個地區，但從研究的文獻了解一般社會科學研究者可容許的風險幅度介於 5%至 1% (王麗婷, 2005)，而所預定需要得到的數目為 385，其誤差值為 5%，而實際回收數目為 303 份，以其公式回推誤差值得出為 5.6%，其值為學者認為是可容許的範圍。在發放問卷的期間，因為社區的農作物產期不同以及一些因素的關係，在各社區所發放的問卷數是不一樣的，其中於大樹龍目社區因為其所參與辦理的經歷較久，且辦理次數也較多，所以發放的數目也比較其他社區多，而其中燕巢的金山社區所收回的樣本為 5 位，由於 5 位較難

進行分析，因次將其不列入研究，各社區回收問卷的情況如表 4-1。

本研究問卷共發放 10 個場次，其中有 3 場的價格較不相同，其中一場為六龜中興社區協同農業局與六龜區公所舉辦，其因為加上區公所補助，因此價格訂定為 650。然而，其它兩場為自行組成團體的遊客，其為大樹龍目社區的報名費用為 800 與 900 的場次，此兩場與其他較不同的地方則是由程內容為遊客與社區討論而訂定，而其他八場則為農業局與社區訂定出來的，因此價格也有所不同。

表 4-1 各社區問卷回收情況

社區	活動費用	發放份數	有效樣本數
	800	39	39
大樹龍目社區	850	38	36
	900	39	37
六龜中興社區	650	36	36
	850	17	15
美濃瀾濃社區	850	36	35
旗山南新社區	850	42	42
內門觀亭社區	850	60	58
燕巢金山社區	850	5	5
合計		385	303

二、受訪者基本資料分析

本研究以參與一日農夫活動的遊客做為研究對象，將基本背景資料包含性別、教育程度、職業、個人月收入、家庭狀況以及參與次數等七個層面，統計其人數以及百分比來分析，以了解分布範圍，以下從各個層面的基本資料來做說明，分析結果如表 4-2：

(一) 性別方面：

參與活動的遊客「女性」為 219 人，佔總樣本的 73.5%；「男性」

為 79 人，佔總樣本的 26.5%，女性人數較高，其與男性比例為 7:3，從實務上的觀察，參與活動的遊客多為女性結伴參加或者媽媽與小孩的家庭旅遊較多。

(二) 年齡方面：

遊客的年齡是以「61~70 歲」居多，為 66 人，佔總樣本的 22.1%；其次是「51~60 歲」為 65 人，佔總樣本數 21.8%；第三為「41~50 歲」為 59 人，佔總樣本數的 19.8%；之後為「31~40 歲」為 48 人，佔總樣本數的 16.1%；再來是「21~30 歲」為 35 人，佔總樣本數 11.7%；最後為「70 歲以上」為 25 人，佔總樣本數 8.4%。結果顯示，樣本在各年齡層的分布差距不大，可以得知一日農夫的活動是適合各個年齡層從事的休閒活動。

(三) 教育程度方面：

遊客大都是「大專院校」畢業居多，為 142 人，佔總樣本數的 47.7%；其次是「高中職」畢業，為 91 人，佔總樣本數的 30.5%。從內政部 2015 年統計發現目前國人為大專院校學歷者約占 42.7%、高中職者約 30.9%，因此推測因為目前教育的普及，國人普遍的教育程度也跟著提高。

(四) 職業方面：

參與的遊客是從事「家管」居多，為 68 人，佔總樣本數的 22.8%；其次為「退休」，為 44 人，佔總樣本數的 14.8%；而最低的是從事「農林漁牧」的，為 5 人，佔總樣本數的 1.7%。

(五) 個人月收入方面：

遊客的收入在「3~5 萬元」居多，為 82 人，佔總樣本數的 27.5%；其次是「1~3 萬元」為 75 人，佔總樣本數的 25.2%。

(六) 家庭狀況方面：

參與活動的遊客「已婚」狀態較多，為 204 人，佔總樣本數的 68.5%；而「未婚」狀態，為 94 人，佔總樣本數的 31.5%，從實務上的觀察，

參與活動的遊客大多是以家庭旅遊形式參與活動，所以多為已婚的狀態。

(七) 參與次數方面：

大多的遊客都是「第一次」參與，為 134 人，佔總樣本數的 45.0%；其次為「第二次」參與 58 人，佔總樣本數的 19.5%。

(八) 參與方式方面：

參與活動的遊客以「與家人親戚」參與最高，共有 166 人，佔總樣本數的 55.7%；其次為「與朋友同事」，為 83 人，佔總樣本數的 27.9%。與家人共同參與已經達到整體的一半以上，也與婚姻狀態已婚居多的結果相同，由此可知是適合作為全家共同從事的休閒活動。

表 4-2 受訪者基本資料之分配表

受訪者資料	選項	次數	百分比(%)
性別	男	79	26.5
	女	219	73.5
年齡	21~30歲	35	11.7
	31~40歲	48	16.1
	41~50歲	59	19.8
	51~60歲	65	21.8
	61~70歲	66	22.1
	70歲以上	25	8.4
教育程度	國小以下	15	5.0
	國中	18	6.0
	高中職	92	30.9
	大專院校	141	47.3
	研究所以上	32	10.7
職業	農林漁牧業	5	1.7
	工業	34	11.4
	商業	30	10.1
	服務業	41	13.8
	軍公教	26	8.7
	自由業	26	8.7
	家管	68	22.8
	學生	9	3.0

受訪者資料	選項	次數	百分比(%)
	待業中	7	2.3
	退休	44	14.8
	其他	8	2.7
個人月收入	1萬以下	61	20.5
	1~3萬元	75	25.2
	3~5萬元	82	27.5
	5~7萬元	33	11.1
	7~9萬元	6	2.0
	9~11萬元	7	2.3
	11~13萬元	2	0.7
	13~15萬元	1	0.3
	其他	31	10.4
家庭狀況	未婚	94	31.5
	已婚	204	68.5
參與次數	1次	134	45.0
	2次	58	19.5
	3次	34	11.4
	4次	16	5.4
	5次以上	56	18.8
參與方式	單獨前往	18	6.0
	與家人親戚	166	55.7
	與朋友同事	83	27.9
	公司團體旅遊	31	10.4

註：有效樣本為 298 份

三、遊客之旅遊動機

本研究想藉由參與活動之動機此題項來了解遊客對於一日農夫活動的需求，先由次數分配來分析，研究結果(表 4-3)顯示在動機題項中，以「想要親近大自然」此選項最高，有 284 個，占了整體的 18.8%；第二高的是「想要體驗傳統的農事活動」與「想要品嚐地方特色的風味餐」，有 202 個，占了整體的 15.6%；第三高為「想要欣賞地方特殊的景色」，有 192 個，占了整體的 14.9%；第四高

為「想要了解不同的農作物」，有 187 個，占了整體的 14.4%；第五高為「想要體驗學習農產品的加工」，有 154 個，占了整體的 11.9%；最後的是「想要遠離都市生活環境」，有 115 個，占了整體的 8.9%。

由分析出來的數據可以得知遊客選擇一日農夫活動主要的目的是「想要接近大自然」，再來就是「想要體驗傳統的農事活動」與「想要品嚐地方特色的風味餐」，可能是遊客目前生活的環境皆是被建築物環繞，較少有機會享受大自然的美，想藉由參與活動更接近自然環境；再來，也可以藉由此結果看出，遊客們重視在地特色，喜愛體驗有特色的美食與活動。

表 4-3 遊客之參與動機之分析

參與動機題項	次數	百分比
想要親近大自然	242	81.2%
想要了解不同的農作物	187	62.7%
想要體驗傳統的農事活動	202	67.7%
想要品嚐地方特色的風味餐	202	67.7%
想要欣賞地方特殊的景色	192	14.9%
想要體驗學習農產品的加工	154	64.4%
想要遠離都市生活環境	115	38.5%

第二節 信度分析與效度分析

本研究將體驗效益量表進行因素分析與信度分析，以確保問卷之問項的內部一致性以及內容適切，分析結果說明如以下。

一、體驗效益之因素分析

以體驗效益 24 題來進行因素分析檢驗問卷的效度，萃取方式以主成份分析法，選用最大變異數法進行轉軸，保留特徵值大於 1 的因素，結果顯示第九題的因素負荷量未達到.05，因此刪掉第九題，進行第二次的因素分析，分析結果的

KMO 值為 0.947，Bartlett 球型檢定為 5427.27，達到顯著性差異($p < .05$)，累積變異解釋量為 61.75%，表示此問卷適合進行因素分析。

表 4-4 因素分析結果

因素分析	因素一 活動效益	因素二 個人效益	因素三 社交效益
24. 使我能夠認識富有當地特色的農產品	0.762	0.367	0.162
23. 使我接觸到當地獨特的景色	0.721	0.250	0.325
17. 使我更了解當地的文化以及特色	0.720	0.364	0.262
19. 使我認識更多台灣富有特色的景觀	0.712	0.248	0.401
18. 使我學習更多不同領域的新知識	0.711	0.407	0.152
21. 使我能夠欣賞到大自然的美麗	0.709	0.316	0.153
15. 我覺得對於農產品有更加了解	0.702	0.225	0.413
20. 使我品嚐到新鮮且當季的農作物	0.683	0.182	0.406
22. 使我感受到新鮮的空氣	0.628	0.485	0.143
16. 我覺得學習到農產品新的加工方式	0.599	0.134	0.513
2. 使我能夠強健身體	0.227	0.737	0.305
4. 使我有機會鍛鍊體能，提升心肺功能	0.127	0.732	0.349
5. 使我變得更有活力也更有精神	0.291	0.731	0.262
3. 走出戶外，使我能夠增加運動的機會	0.307	0.699	0.260
1. 靠近大自然使我覺得身體舒暢	0.399	0.646	0.109
7. 使我感到心情非常愉悅	0.382	0.600	0.278
8. 調適心情狀態並消除在生活中的疲倦感	0.427	0.600	0.279
6. 使我覺得舒緩生活與工作的壓力	0.425	0.568	0.304
12. 藉由與他人相處，加強與人交際的能力	0.188	0.300	0.768
10. 參與活動可以使我結交更多朋友	0.282	0.197	0.764
14. 活動中能與他人交流不同的生活經驗	0.246	0.314	0.760
13. 使我與朋友家人有共同的話題可交流	0.320	0.391	0.595
11. 使我增加與朋友家人相聚的時間	0.404	0.382	0.582
特徵值	6.272	5.302	4.346
變異解釋量	26.13%	22.09%	18.10%
累積變異解釋量		66.33%	
KMO值		0.945	
Bartlett球型檢定		5427.27	

經由因素分析，其結果顯示體驗效益分析出三個因素(見表 4-4)，與原本的構面有點差異，可能原因是因為題目同質性較高，所以根據分析結果將題項重新命名，首先因素一包含第 15 題到第 24 題，共十題，也就是原本的教育構面與美學構面的合併，此十題皆為遊客在一日農夫類型的體驗活動可以獲得的知識與感受到的環境特色，因此從新命名為「活動效益」，其分析過後得出解釋變異量為 26.13%。第二個因素包含第 1 題到第 8 題，共八題，是原本的生理效益與心理效益的合併，此八題皆為遊客藉由活動所產生的生理與心理的感受，因此從新命名為「個人效益」，其分析過後得出解釋變異量為 22.09%。第三個因素保持為「社交效益」，與原本構面相同包含第 10 題到第 15 題，皆是遊客與人相處交際方面的行為，其分析過後得出解釋變異量為 18.10%。經修改後，整個體驗效益的 KMO 值為 0.945，其累積解釋變異量為 66.33%。

二、信度分析

經由因素分析過後，本研究以信度分析來了解新的三個構面的信度，分析結果顯示(表 4-5)，個人效益為 0.914，社交效益為 0.888、活動效益為 0.943，得出整個體驗效益量表的 Cronbach's Alpha 值為 0.962。而量表的整體與各個構面的 Cronbach's Alpha 值皆高於 0.8，表示此量表具有良好的信度。

表 4-5 信度分析結果

量表	因素名稱	Cronbach's Alpha 值	整體 Cronbach's Alpha 值
體驗效益	個人效益	0.914	0.962
	社交效益	0.888	
	活動效益	0.943	

第三節 體驗效益量表統計分析

藉由敘述性統計來分析體驗效益量表的各個問項，以了解受訪者對於各效益構面的感受，分析結果如以下：

一、 體驗效益題項分析

藉由次數分配表來了解遊客體驗效益的感受，本研究的體驗效益的題項共有 23 題，分為三個構面包含個人效益、社交效益與活動效益，從整份量表的平均數來看，其中前三項為第 19 題「品嚐到新鮮且當季的農作物」(4.58)、第 1 題「靠近大自然使我覺得身體舒暢」(4.55)、第 23 題「能夠認識富有當地特色的農產品」(4.52)；最低的前三項則是第 9 題「可以使我結交更多朋友」(4.09)、第 11 題「學習與他人相處的方式，加強與人交際的能力」(4.22)、第 13 題「與他人交流不同的生活經驗」(4.25)，較低的後三項皆是屬於社交效益方面的。從分析的結果顯示，活動效益>個人效益>社交效益，在活動過程中，社交效益的感受偏低，多數遊客認為在活動中與他人得互動較少，所以在社交效益部份感受是較低的，其研究結果如下表 4-6。

表 4-6 體驗效益題項次數分配表

	題項(簡述)	平均數	標準差	整體平均數
個人 效 益	1. 靠近大自然使我覺得身體舒暢	4.55	0.54	4.46
	2. 使我能夠強健身體	4.39	0.62	
	3. 走出戶外，使我能夠增加運動的機會	4.50	0.58	
	4. 有機會鍛鍊體能，提升心肺功能	4.36	0.70	
	5. 使我變得更有活力也更有精神	4.48	0.59	
	6. 使我覺得舒緩生活與工作的壓力	4.47	0.57	
	7. 使我感到心情非常愉悅	4.50	0.57	
	8. 調適心情狀態並消除生活中所感受到的疲倦感	4.40	0.58	
社 交 效 益	9. 參與活動可以使我結交更多朋友	4.09	0.73	4.24
	10. 使我增加與朋友家人相聚的時間	4.33	0.64	
	11. 學習與他人相處的方式，加強與人交際的能力	4.22	0.68	
	12. 使我與朋友家人有共同的話題可以交流	4.33	0.61	
	13. 與他人交流不同的生活經驗	4.25	0.66	
活 動 效 益	14. 我覺得對於農產品有更加了解	4.41	0.59	4.48
	15. 學習到農產品新的加工方式	4.33	0.61	
	16. 使我更了解當地的文化以及特色	4.50	0.55	
	17. 使我學習更多不同領域的新知識	4.44	0.57	
	18. 認識更多台灣富有特色的景觀	4.50	0.55	
	19. 品嚐到新鮮且當季的農作物	4.58	0.53	
	20. 能夠欣賞到大自然的美麗	4.52	0.55	
	21. 感受到新鮮的空氣	4.48	0.56	
	22. 接觸到當地獨特的景色	4.50	0.56	
	23. 能夠認識富有當地特色的農產品	4.54	0.54	

二、不同社區之體驗效益分析

以五個地區的社區包含大樹、旗山、內門、美濃與六龜為發放問卷的地點，藉由次數分配表來分析遊客對於參與不同社區的活動所獲得的感受差異。參與「大樹」地區的遊客，在活動效益的感受較高，在社交效益的感受較低；參與「旗山」地區的遊客，在活動效益與個人效益的感受較高，在社交效益的感受較低；

參與「內門」地區的遊客，在活動效益的感受較高，在社交效益的感受較低；參與「美濃」地區的遊客，在活動效益的感受較高，在社交效益的感受較低；參與「六龜」地區的遊客，在個人效益的感受較高，在社交效益的感受較低。就平均數來看，參與各社區的遊客對於社交效益的獲得都較低，可能的原因是遊客多為家庭旅遊或者與朋友結伴參加，因此對於社交效益感受較低。

表 4-7 各社區體驗效益之次數分配表

社區		個人效益	社交效益	活動效益	整體效益
大樹	平均數	4.47	4.31	4.48	4.44
	標準差	0.57	0.55	0.44	0.42
旗山	平均數	4.49	4.23	4.49	4.42
	標準差	0.45	0.54	0.47	0.44
內門	平均數	4.33	4.11	4.39	4.31
	標準差	0.53	0.63	0.49	0.50
美濃	平均數	4.38	4.12	4.5	4.37
	標準差	0.47	0.42	0.43	0.40
六龜	平均數	4.59	4.34	4.56	4.52
	標準差	0.42	0.53	0.46	0.42

三、遊程內容決定者與體驗效益之差異分析

本研究在探討一日農夫活動之體驗效益，針對農業局所辦理的社區為主要探討目標，活動除了以週末接散客，其平日也接受團體報名，散客部份的遊程內容是由農業局與社區所訂定的，而團體報名的遊憩內容則由遊客自行選擇想要的內容。本研究在發放問卷期間，共發放了 10 場的活動，其中有兩場是由團體自行報名，辦理的社區為大樹龍目社區。因此將這 10 場分作「社區制定」與「團體客製化行程」這兩種遊程內容來分析，結果顯示(表 4-8)，除了活動效益之外，在個人效益(t 值： -2.6 ， $p < .05$)、社交效益(t 值： -4.0 ， $p < .05$)與整體效益(t 值： -2.4 ， $p < .05$)皆達到顯著差異，其平均數結果顯示，皆是團體客製化行程的遊客其獲得的體驗效益高於社區制定遊程的遊客。

表 4-8 遊程內容決定者與體驗效益之差異分析

	個人效益		社交效益		活動效益		整體效益	
	平均數	<i>t</i> 值	平均數	<i>t</i> 值	平均數	<i>t</i> 值	平均數	<i>t</i> 值
社區制定	4.42		4.17		4.46		4.38	
團體客製化行程	4.57	-2.6*	4.46	-4.0*	4.53	-0.99	4.53	-2.4*

第四節 基本變項對體驗效益/願付價格之差異性分析

本小節在說明不同的基本變項對於體驗效益的影響，以下分別以性別、年齡、教育程度、職業、個人月收入、家庭狀況、參與次數與參與方式八個變項，對於體驗效益包含個人效益、社交效益、活動效益、整體效益四部分以及願付價格的願意增加之付費意願來進行分析。

一、不同基本變項與體驗效益之分析結果

透過獨立樣本 T 檢定與單因子變異數分析來檢定遊客的基本變項與體驗效益各構面之間的關係，其分析結果如以下說明(表 4-9)。

(一) 個人效益

由不同的基本變項與個人效益此構面的分析結果顯示，除了家庭狀況、參與次數與參與方式達到顯著差異之外，其他變項皆未達顯著差異。

首先，「家庭狀況」在個人效益構面達到顯著差異(*t* 值：-2.00， $p < .05$)，再從平均數來看，已婚的遊客高於未婚的遊客。再來，「參與次數」在個人效益也達到顯著差異(*t* 值：-2.03， $p < .05$)，從平均數來看，參與一次以上的遊客獲得的效益高於第一次參與的遊客。最後，「參與方式」在個人效益達到顯著差異(*t* 值：3.89， $p < .05$)，藉由 Scheffe 法的事後檢定，以公司團體旅遊方式的遊客所獲得到效益高於獨自前往、與家人親戚以及與朋友同事方式的遊客。

(二) 社交效益

不同的基本變項與社交效益此構面的分析結果顯示，除了教育程度、家庭狀況以及參與方式達到顯著差異之外，其他變項皆未達顯著差異。

首先，從「教育程度」來看，在社交效益有達到顯著差異(F 值：2.35, $p < .05$)，藉由 Scheffe 法的事後檢定，教育程度在高中職的遊客所獲得的效益高於大專院校的遊客。再來，從「家庭狀況」來看，在社交效益達到顯著差異(t 值：-2.01, $p < .05$)，由其平均數顯示出已婚狀態的遊客高於未婚狀態的遊客。最後，從「參與方式」來看，其在社交效益達到顯著差異(F 值：6.44, $p < .05$)，藉由 Scheffe 法的事後檢定，以公司團體旅遊方式的遊客所獲得到效益高於獨自前往、與家人親戚以及與朋友同事方式的遊客。

(三) 活動效益

由不同的基本變項與活動效益此構面的分析結果顯示，除了參與次數達到顯著差異之外，其他變項皆未達顯著差異。

分析結果顯示，「參與次數」在活動效益達到顯著差異(t 值：-2.44, $p < .05$)，從平均數來看，參與一次以上的遊客高於只參與一次的遊客。

(四) 整體效益

由不同的基本變項與活動效益此構面的分析結果顯示，除了參與次數、參與方式達到顯著差異之外，其他變項皆未達顯著差異。

首先，從「參與次數」來看，在整體效益達到顯著差異(t 值：-2.26, $p < .05$)，從平均數來看，參與一次以上的遊客高於只參與一次的遊客。再來，從「參與方式」來看，其在整體效益達到顯著差異(F 值：3.27, $p < .05$)，藉由 Scheffe 法的事後檢定，以公司團體旅遊方式的遊客所獲得到效益高於獨自前往、與家人親戚以及與朋友同事方式的遊客。

表 4-9 基本變項與體驗效益之差異性分析

	個人效益		社交效益		活動效益		整體效益	
	平均數	t/F 值	平均數	t /F 值	平均數	t /F 值	平均數	t /F 值
性別								
A. 男	4.44	-0.44	4.31	1.3	4.46	-0.45	4.43	-0.1
B. 女	4.46		4.22		4.49		4.42	
年齡								
A. 21~30 歲	4.27	1.85	4.03	1.98	4.39	0.33	4.27	1.16
B. 31~40 歲	4.45		4.24		4.51		4.43	
C. 41~50 歲	4.44		4.16		4.48		4.40	
D. 51~60 歲	4.50		4.32		4.50		4.46	
E. 61~70 歲	4.55		4.33		4.45		4.48	
F. 71 歲以上	4.42	4.31	4.45	4.41				
教育程度								
A. 國小以下	4.58	2.10	4.41	2.35*	4.48	0.95	4.50	1.81
B. 國中	4.51		4.37		4.56		4.50	
C. 高中職	4.55		4.35		4.53		4.49	
D. 大專院校	4.39		4.15		4.43		4.36	
E. 研究所以上	4.39		4.17		4.50		4.39	
事後比較			C>D					
職業								
A. 農林漁牧	4.62	0.92	4.12	0.73	4.44	0.56	4.43	0.72
B. 工業	4.44		4.17		4.40		4.43	
C. 商業	4.50		4.24		4.51		4.45	
D. 服務業	4.43		4.24		4.50		4.42	
E. 軍公教	4.30		4.02		4.36		4.26	
F. 自由業	4.54		4.32		4.55		4.49	
G. 家管	4.50		4.32		4.49		4.46	
H. 學生	4.37		4.01		4.42		4.33	
I. 待業中	4.19		4.25		4.30		4.25	
J. 退休	4.51		4.30		4.56		4.47	
K. 其他	4.46		4.35		4.52		4.45	
個人月收入								
A. 3 萬以下	4.44	0.25	4.21	1.15	4.46	2.25	4.40	1.26
B. 3~7 萬	4.48		4.29		4.54		4.46	
C. 7 萬以上	4.40		4.08		4.24		4.26	
D. 其他	4.48		4.32		4.50		4.45	
家庭狀況								
A. 未婚	4.38	-2.0*	4.15	-2.0*	4.46	-0.5	4.36	-1.53
B. 已婚	4.49		4.29		4.49		4.42	

	個人效益		社交效益		活動效益		整體效益	
	平均數	t/F 值	平均數	t /F 值	平均數	t /F 值	平均數	t /F 值
事後比較	B>A		B>A					
參與次數								
A. 1次	4.40	-2.03*	4.19	-1.49	4.41	-2.44*	4.36	-2.26*
B. 1次以上	4.51		4.29		4.54		4.47	
事後比較	B>A				B>A		B>A	
參與方式								
A. 單獨前往	4.41		3.92		4.35		4.27	
B. 與家人親戚	4.43		4.19		4.48		4.39	
C. 與朋友同事	4.43	3.89**	4.28	6.44**	4.48	1.81	4.41	3.27*
D. 公司團體旅遊	4.73		4.57		4.60		4.63	
事後比較	D>A, B, C		D>A, B, C				D>A, B, C	

註：1. 有效樣本為 298 份

2. * $p < .05$ 顯著相關 ** $p < .01$ 很顯著相關 *** $p < .001$ 非常顯著相關

二、不同基本變項與願付價格之分析結果

以卡方分析檢驗，不同的基本變項的願意增加價格之付費意願是否有顯著差異，分析結果顯示(表 4-10)，除了在個人月收入達到顯著差異之外，其他變項皆未達顯著差異。

個人月收入在付費意願達到顯著(卡方值：13.682， $p < .05$)，顯示在不同個人月收入的付費意願是有顯著差異的。再透過卡方檢定的百分比同質性之事後比較來看，結果顯示月收入於「3-7 萬」的遊客其付費意願在「願意」的部份人數比例明顯的高於月收入於「3 萬以下」的遊客；而在「不願意」的部分，月收入「3-7 萬」的遊客其人數比例也明顯低於月收入「3 萬以下」的遊客。

表 4-10 基本變項與願付價格之卡方分析

付費意願								
	願意		不願意		卡方值	p 值		
	個數	百分比	個數	百分比				
性別								
A. 男	63	79.7	16	20.3	3.606	0.05		
B. 女	150	68.5	69	31.5				
年齡								
A. 21~30 歲	21	60.0	14	40.0	9.869	0.07		
B. 31~40 歲	42	87.5	6	12.5				
C. 41~50 歲	43	72.9	16	27.1				
D. 51~60 歲	43	66.2	22	33.8				
E. 61~70 歲	45	68.2	21	31.8				
F. 71 歲以上	19	76.0	6	24.0				
教育程度								
A. 國小以下	11	73.3	4	26.7	4.750	0.31		
B. 國中	9	50.0	9	50.0				
C. 高中職	65	70.7	27	29.3				
D. 大專院校	105	74.5	36	25.5				
E. 研究所以上	23	71.9	9	28.1				
職業								
A. 農林漁牧	4	80.0	1	20.0	17.653	0.06		
B. 工業	28	82.4	6	17.6				
C. 商業	21	70.0	9	30.0				
D. 服務業	35	85.4	6	14.6				
E. 軍公教	16	64.0	9	36.0				
F. 自由業	21	77.8	6	22.2				
G. 家管	40	58.8	28	41.2				
H. 學生	5	55.6	4	44.4				
I. 待業中	4	57.1	3	42.9				
J. 退休	31	70.5	13	29.5				
K. 其他	8	100.0	0	0				
個人月收入								
A. 3 萬以下	85	62.0	52	38.0			13.682	0.00***
B. 3~7 萬	94	82.5	20	17.5				
C. 7 萬上	13	81.3	3	18.8				
D. 其他	21	67.7	10	32.3				
事後比較		B>A		B<A				
家庭狀況								
A. 未婚	70	73.7	25	26.3	0.333	0.56		
B. 已婚	143	70.4	60	29.6				

付費意願						
	願意		不願意		卡方值	p 值
	個數	百分比	個數	百分比		
參與次數						
A. 1次	90	67.2	44	32.8	2.221	0.13
B. 1次以上	123	75.0	41	25.0		
參與方式						
A. 單獨前往	11	61.1	7	38.9	6.920	0.07
B. 與家人親戚	128	77.1	38	22.9		
C. 與朋友同事	56	67.5	27	32.5		
D. 公司團體旅遊	18	58.1	13	41.9		

註：1. 有效樣本為 298 份

2. * $p < .05$ 顯著相關 ** $p < .01$ 很顯著相關 *** $p < .001$ 非常顯著相關

第五節 體驗效益與願付價格之相關分析

以 Pearson 相關分析來檢定體驗效益與付費意願之相關程度，由於相關係數為標準係數，其數值介於-1 至 1 之間，當相關係數越接近正負 1 時，表示其變項之間相關程度越明顯，當數值越接近 1，表示其變項間正相關程度越高；反之，越接近-1，表示其變項間負相關程度越高(邱皓政, 2010)，其關聯程度如下 4-11 表：

表 4-11 相關係數程度表

相關係數範圍(絕對值) R	關聯程度
1.00	非常相關
0.70~0.99	高度相關
0.40~0.69	中度相關
0.10~0.39	低度相關
0.10以下	微弱或者無相關

資料來源：邱皓政(2010)

首先，以皮爾森相關係數分析付費意願與體驗效益之間的相關性。在整體效益構面與付費意願之間p值為0.001，有達到顯著性水準($p < .05$)，相關係數r值為0.194，呈現低度正相關。顯示整體效益與付費意願之間有顯著的關係。

由各個構面來分析，在個人效益構面與付費意願之間 p 值為 0.008，有達到顯著水準($p < .05$)，相關係數 r 值為 0.151，呈現低度正相關，表示兩者之間有顯著的關係；在社交效益構面與付費意願之間 p 值為 0.006，有達到顯著水準($p < .05$)，其相關係數 r 值為 0.157，呈現低度正相關，表示兩者之間有顯著的關係；在活動效益構面與付費意願之間 p 值為 0.000，有達到顯著水準($p < .05$)，其相關係數 r 值為 0.210，呈現低度正相關，表示兩者之間有顯著的關係，其分析結果呈現如下表 4-12：

表 4-12 體驗效益與付費意願之相關分析

		付費意願			
	構面	平均數	標準差	Pearson相關	顯著性(p值)
體 驗 效 益	個人效益	4.46	0.47	0.151**	0.008
	社交效益	4.24	0.55	0.157**	0.006
	活動效益	4.44	0.45	0.210***	0.000
	整體效益	4.41	0.44	0.194**	0.001

* $p < .05$ 顯著相關 ** $p < .01$ 很顯著相關 *** $p < .001$ 非常顯著相關

再來，從願意付費程度與體驗效益相關係數來分析其之間之關係，在整體效益構面與付費意願之間 p 值為 0.031，有達到顯著性水準($p < .05$)，相關係數 r 值為 0.124，呈現低度正相關。顯示整體效益與付費意願之間有顯著的關係。

由各個構面來分析，在個人效益構面與付費意願之間 p 值為 0.047，有達到顯著水準($p < .05$)，其相關係數 r 值為 0.114；在社交效益構面與付費意願之間 p 值為 0.028，有達到顯著水準($p < .05$)，其相關係數 r 值為 0.126，呈現低度正相關，表示兩者之間有顯著的關係；在活動效益構面與付費意願之間 p 值為 0.038，有達到顯著水準($p < .05$)，其相關係數 r 值為 0.119，呈現低度正相關，表示兩者之間有顯著的關係，其分析結果呈現如下表 4-13：

表 4-13 體驗效益與願意付費程度之關係

		願意付費程度			
	構面	平均數	標準差	Pearson 相關	顯著性(p值)
體 驗 效 益	個人效益	4.46	0.47	0.114*	0.047
	社交效益	4.24	0.55	0.126*	0.028
	活動效益	4.48	0.45	0.119*	0.038
	整體效益	4.42	0.44	0.124*	0.031

* $p < .05$ 顯著相關 ** $p < .01$ 很顯著相關 *** $p < .001$ 非常顯著相關

第六節 願付價格之分析

本小節先了解樣本對於付費意願的分布，並以敘述統計來分析主要理由，以及估算受訪者平均願付金額，分析統計其結果作為研究後續辦理活動之建議。

一、 付費意願之分析

本研究藉由描述性統計來了解受訪者在付費意願的想法，研究結果(如4-14)顯示，在總樣本為298人中，對於原先價格的接受度，願意接受者為289人，不願意者為9人，而此9人無法接受的理由，最高者為認為「體驗定價的價格過高」，再來是「所獲得的實質感受是低的」，最後是「所體驗的內容不夠豐富」。

而在願意接受原本費用的289人，在以支付卡出價法來了解受訪者的願付價格，願意增加支付者為213人，不願意增加者為76人，而其無法接受的理由來看，以認為「原本所支付的價格已經為最適合的」，再來是「應該由政府扮演協助角色不應該調漲費用」，最後是「若價格增加會降低參加意願」。

表 4-14 付費意願之次數分配表

題項	選項	人數
是否接受原先價格 (報名費用)	是	289
	否	9
無法接受原先價格 之理由	所獲得的實質感受是低的	2
	體驗定價的價格過高	6
	所體驗的內容不夠豐富	1
	在參與過程中，其採果樂階段所體驗的內容感到不滿足	0
	在參與過程中，其風味餐階段所體驗的內容感到不滿足	0
	在參與過程中，其DIY加工階段所體驗的內容感到不滿足	0
增加價格意願	願意	213
	不願意	76
不願意增加之理由	原本所支付的價格已經為最適合的	27
	應該由政府扮演協助角色，不應該調漲費用	26
	若價格增加，會降低參加意願	23

註：有效樣本數為298份

二、願付價格之評估

本研究以支付卡出價法為詢價工具，目的以了解受訪者心中的願付價格，在詢價的題項方面，其願意增加程度共有7個選項，包含了0%、5%、10%、15%、20%、25%、30%，以平均數算法來評估受訪者所願意增加的價格，下列公式為約略估算遊客所願意增加的價格：

$$\frac{(\text{價格} \times \text{願意增加之百分比} \times \text{人數}) + (\text{價格} \times \text{願意增加之百分比} \times \text{人數}) \dots}{\text{總人數}}$$

而從各個社區的願付價格來分析，在不同地區體驗的總類會不一樣，因此對於付費意願與付費程度也會有所不同，下面就分別以社區來說明。

(一) 大樹區之願意增加價格

在大樹區的活動總共參與了三場，三場的價格皆不相同，其中兩場為遊客自己組團與社區接洽，另一場為農業局主辦，下面就分別來說明研究結果。

首先，從大樹A分析結果顯示，得到參與活動的遊客心中所願付的價格，願意增加0%的遊客為20人；願意增加5%的遊客為7人；願意增加10%的遊客為5人；願意增加15%的遊客為2人；願意增加20%的遊客為0人，願意增加25%的遊客為1人；最後願意增加30%的遊客為4人。下列公式為約略估算遊客所願意增加的價格：

大樹A的願意增加價格公式如下：

$$\frac{(800 \times 20 \times 0 + 800 \times 7 \times 0.05 + 800 \times 5 \times 0.1 + 800 \times 2 \times 0.15 + 800 \times 0 \times 0.2 + 800 \times 1 \times 0.25 + 800 \times 4 \times 0.3)}{39} = 53.3$$

估算出來的增加金額為53.3元，此金額為遊客參與一日農夫活動平均願意再增加的金額。

再來，從大樹B分析結果顯示，得到參與活動的遊客心中所願付的價格，願意增加0%的遊客為11人；願意增加5%的遊客為3人；願意增加10%的遊客為13人；願意增加15%的遊客為5人；願意增加20%的遊客為3人，願意增加25%的遊客為1人；最後願意增加30%的遊客為0人。下列公式為約略估算遊客所願意增加的價格：

大樹B的願意增加價格公式如下：

$$\frac{(850 \times 11 \times 0 + 850 \times 3 \times 0.05 + 850 \times 13 \times 0.1 + 850 \times 5 \times 0.15 + 850 \times 3 \times 0.2 + 850 \times 1 \times 0.25 + 850 \times 0 \times 0.3)}{36} = 72.0$$

估算出來的增加金額為72.0元，此金額為遊客參與一日農夫活動平均願意再增加的金額。

最後，從大樹C分析結果顯示，得到參與活動的遊客心中所願付的價格，願意增加0%的遊客為6人；願意增加5%的遊客為12人；願意增加10%的遊客為9人；願意增加15%的遊客為3人；願意增加20%的遊客為2人，願意增加25%的遊客為4人；最後願意增加30%的遊客為1人。下列公式為約略估算遊客所願意增加的價格：

大樹C的願意增加價格公式如下：

$$\frac{(900 \times 3 \times 0 + 900 \times 12 \times 0.05 + 900 \times 9 \times 0.1 + 900 \times 3 \times 0.15 + 900 \times 2 \times 0.2 + 900 \times 4 \times 0.25 + 900 \times 1 \times 0.3)}{37} = 88.7$$

估算出來的增加金額為88.7元，此金額為遊客參與一日農夫活動平均願意再增加的金額。

(二) 六龜區之願意增加價格

在六龜總共參與了2場，一場為農業局所辦理，一場為農業局搭配六龜區公所辦理，因此兩場的價格有所不同，下面就分別來說明研究結果。

首先，從六龜A分析結果顯示，得到參與活動的遊客心中所願付的價格，願意增加0%的遊客為14人；願意增加5%的遊客為9人；願意增加10%的遊客為4人；願意增加15%的遊客為5人；願意增加20%的遊客為4人，願意增加25%的遊客為0人；最後願意增加30%的遊客為0人。下列公式為約略估算遊客所願意增加的價格：

六龜A的願意增加價格公式如下：

$$\frac{(650 \times 14 \times 0 + 650 \times 9 \times 0.05 + 650 \times 4 \times 0.1 + 650 \times 5 \times 0.15 + 650 \times 4 \times 0.2 + 650 \times 0 \times 0.25 + 650 \times 0 \times 0.3)}{36} = 43.3$$

估算出來的增加金額為43.3元，此金額為遊客參與一日農夫活動平

均願意再增加的金額。

再來，從六龜B分析結果顯示，得到參與活動的遊客心中所願付的價格，願意增加0%的遊客為2人；願意增加5%的遊客為3人；願意增加10%的遊客為6人；願意增加15%的遊客為2人；願意增加20%的遊客為0人，願意增加25%的遊客為0人；最後願意增加30%的遊客為2人。下列公式為約略估算遊客所願意增加的價格：

六龜B的願意增加價格公式如下：

$$\frac{(850 \times 2 \times 0 + 850 \times 3 \times 0.05 + 850 \times 6 \times 0.1 + 850 \times 2 \times 0.15 + 850 \times 0 \times 0.2 + 850 \times 2 \times 0.25 + 850 \times 2 \times 0.3)}{15} = 93.5$$

估算出來的增加金額為93.5元，此金額為遊客參與一日農夫活動平均願意再增加的金額。

(三) 美濃區之願意增加價格

從分析結果顯示，得到參與活動的遊客心中所願付的價格，願意增加0%的遊客為17人；願意增加5%的遊客為7人；願意增加10%的遊客為11人；願意增加15%的遊客為2人；願意增加20%的遊客為5人，願意增加25%的遊客為2人；最後願意增加30%的遊客為0人。下列公式為約略估算遊客所願意增加的價格：

美濃區的願付價格公式如下：

$$\frac{(850 \times 14 \times 0 + 850 \times 7 \times 0.05 + 850 \times 11 \times 0.1 + 850 \times 2 \times 0.15 + 850 \times 5 \times 0.2 + 850 \times 2 \times 0.25 + 850 \times 0 \times 0.3)}{44} = 62.7$$

估算出來的增加金額為62.7元，此金額為遊客參與一日農夫活動平均願意再增加的金額。

(四) 旗山區之願意增加價格

從分析結果顯示，得到參與活動的遊客心中所願付的價格，願意增加0%的遊客為7人；願意增加5%的遊客為10人；願意增加10%的遊客為16人；願意增加15%的遊客為2人；願意增加20%的遊客為6人，願意增加25%的遊客為0人；最後願意增加30%的遊客為0人。下列公式為約略估算遊客所願意增加的價格：

旗山區的願付價格公式如下：

$$\frac{(850 \times 7 \times 0 + 850 \times 10 \times 0.05 + 850 \times 16 \times 0.1 + 850 \times 2 \times 0.15 + 850 \times 6 \times 0.2 + 850 \times 0 \times 0.25 + 850 \times 0 \times 0.3)}{42} = 75.8$$

估算出來的增加金額為75.8元，此金額為遊客參與一日農夫活動平均願意再增加的金額。

(五) 內門區之願意增加價格

從分析結果顯示，得到參與活動的遊客心中所願付的價格，願意增加0%的遊客為8人；願意增加5%的遊客為16人；願意增加10%的遊客為14人；願意增加15%的遊客為3人；願意增加20%的遊客為3人，願意增加25%的遊客為2人；最後願意增加30%的遊客為3人。下列公式為約略估算遊客所願意增加的價格：

內門區的願付價格公式如下：

$$\frac{(850 \times 8 \times 0 + 850 \times 16 \times 0.05 + 850 \times 14 \times 0.1 + 850 \times 3 \times 0.15 + 850 \times 3 \times 0.2 + 850 \times 2 \times 0.25 + 850 \times 3 \times 0.3)}{49} = 80.6$$

估算出來的增加金額為80.6元，此金額為遊客參與一日農夫活動平均願意再增加的金額。

表 4-15 各地區願意增加價格之程度與人數

(單位：人次)

	願意增加的程度							願意增加之價格
	0%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	
大樹 A800	20	7	5	2	0	1	4	53.3 元
大樹 B850	11	3	13	5	3	1	0	72.0 元
大樹 C900	6	12	9	3	2	4	1	88.7 元
六龜 A650	14	9	4	5	4	0	0	43.3 元
六龜 B850	2	3	6	2	0	0	2	93.5 元
美濃 850	17	7	11	2	5	2	0	62.7 元
旗山 850	7	10	16	3	6	0	0	75.8 元
內門 850	8	16	14	3	3	2	3	80.6 元

註：有效樣本為 298 份

第五章 結論與建議

本章節包含結論的統整、研究建議以及研究限制，最後是未來研究建議。以根據研究分析所得的結果，提出結論給予政府以及辦理的社區作參考，並且從本研究所遇到的一些問題給予後續研究的建議。

第一節 研究結果

本小節藉由第四章資料分析的結果來驗證假設是否成立，而從分析結果(表 5-1)得知研究假設一與研究假設三為部份成立，而研究假設二則成立，以下分別說明：

表 5-1 假設驗證結果

研究假設	驗證結果
研究假設一(H1) 遊客的不同屬性與體驗效益有顯著差異	部份成立
研究假設二(H2) 遊客的體驗效益與願付價格有顯著相關	成立
研究假設三(H3) 遊客的不同屬性與願付價格有顯著差異	部份成立

一、一日農夫活動遊客的遊憩體驗效益

從體驗效益量表的平均數來看，其中前三項為「品嚐到新鮮且當季的農作物」(4.58)、「靠近大自然使我覺得身體舒暢」(4.55)、「能夠認識富有當地特色的農產品」(4.52)；而最低的前三項則是「可以使我結交更多朋友」(4.09)、「學習與他人相處的方式，加強與人交際的能力」(4.22)、「與他人交流不同的生活經驗」(4.25)，較低的後三項皆是屬於社交效益方面的。而從分析的結果顯示，其

整體而言為活動效益>個人效益>社交效益，顯示遊客在社交方面的感受是較低的。在從不同社區的體驗效益平均來看，每個社區的社交效益皆是偏低的。

在由不同遊程內容決定者對於體驗效益之差異分析來看，結果顯示除了活動效益之外，其他效益皆呈現顯著差異，由平均數發現，當遊客的遊程內容為自行選擇時所感受到的體驗效益會高於遊程內容為社區制定的。

本研究在假設一(H1):「遊客的不同屬性與體驗效益有顯著差異」，以獨立樣本 T 檢定與單因子變異數分析來了解變項之間的影响程度(如表 5-2)。首先，由「個人效益」此變項的結果顯示，與「家庭狀況」、「參與次數」以及「參與方式」方面達到顯著差異，在參與方式方面，以公司旅遊方式的遊客所獲得的個人效益會高於與朋友同事及家人親戚的旅遊方式；而家庭狀況方面，以已婚者高於未婚者；而在參與次方面，參與過一次以上的遊客獲得的效益會高於第一次參與的遊客。第二，由「社交效益」此變項的分析結果顯示，與「教育程度」、「家庭狀況」以及「參與方式」方面達到顯著差異，在家庭狀況方面，已婚的遊客明顯高於未婚的遊客；在教育程度方面，高中職的遊客所獲得的效益比在大專院校的遊客高；在參與方式方面，以公司旅遊方式的遊客明顯高於其他參與方式。第三，由「活動效益」此變項分析結果顯示，在「參與次數」方面有達到顯著差異，參與過一次以上的遊客獲得的效益會高於第一次參與的遊客。最後，由「整體效益」此變項的分析結果顯示，與「參與次數」、「參與方式」方面有達到顯著差異，在參與方式方面，以公司旅遊方式的遊客所獲得的個人效益會高於與朋友同事及家人親戚的旅遊方式；而在參與次方面，參與過一次以上的遊客獲得的效益會高於第一次參與的遊客。

本研究結果與蘇美玲(1998)研究所發現的相似，教育程度較低者比教育程度較高者，其越容易在活動中感受到效益；也與陳春安(2011)的發現相同，其研究發現已婚、教育程度較低的遊客所感受到的體驗效益是較高的；也與劉家菁(2009)的研究結果相似，參與次數較多的遊客其獲得的效益會高於第一次參與的遊客；

而與蕭惠勻(2008)的研究略為不同，其研究發現參與方式與家人同來的遊客獲得效益會較高，可能不同的原因是活動性質的關係，因此才有不同的研究結果。從分析結果來探討其原因，在各個效益都只有部分的變項有達到顯著差異，首先在「教育程度」上，「社交效益」有達到顯著差異，可能的原因推測是個人性格不同之差異；再來，「家庭狀況」在「社交效益」與「個人效益」方面達到顯著差異，已婚者獲得的效益較未婚者高，可能原因是參與活動者也多於已婚狀態，也較多共同話題可以互相交流；而「參與次數」在「個人效益」方面、「活動效益」方面與「整體效益」方面皆達到顯著差異，可能的原因是參與過活動的遊客是對於活動滿意而有再次參與的意願，因此再次參與時也較容易獲得活動帶來的體驗效益；最後是「參與方式」在「個人效益」方面、「社交效益」方面與「整體效益」方面皆達到顯著差異，以公司旅遊的方式所獲得的效益高於以其他方式參與，可能原因是，參與方式以公司旅遊的遊客所獲得的效益較其他方式高，可能因為其他參與者為同個工作環境的同事，而較有共同話題可以來交流，並且在繁忙工作之餘參與休閒活動，所感受到的生心理效益也比較明顯。

表 5-2 基本屬性對於體驗效益之影響

		個人效益	社交效益	活動效益	整體效益
基本變項	性別	×	×	×	×
	年齡	×	×	×	×
	教育程度	×	高中職>大專 院校	×	×
	職業	×	×	×	×
	個人月收入	×	×	×	×
	家庭狀況	已婚>未婚	已婚>未婚	×	×
	參與次數	一次以上>一次	×	一次以上>一次	一次以上>一次
	參與方式	公司旅遊>與朋友同事、與家人親戚、獨自前往	公司旅遊>與朋友同事、與家人親戚、獨自前往	×	公司旅遊>與朋友同事、與家人親戚、獨自前往

註：× 無顯著差異

二、一日農夫活動的體驗效益對於遊客願付價格的影響

在假設二(H2):「遊客的體驗效益與願付價格有顯著相關」,藉由皮爾森相關來分析,其結果顯示,體驗效益的各方面與付費意願皆呈現顯著的正相關($p < .05$),表示當遊客獲得活動的體驗效益的感受越高,其對於活動的付費意願也越高。

再來,也藉由皮爾森相關分析願意增加程度與體驗效益之間的關係,結果顯示在體驗效益的各方面的效益皆與願意增加程度呈現顯著的正相關($p < .05$),也就表示遊客所感受到的效益越高,其所願意支付的價格也就越高。

其研究結果李柏儒(2007)研究相同當遊客所到感受的效益越高時,所願意支付的意願也會越高;而趙玉娟(2013)也有相同結果,各個構面的效益皆與付費意願有顯著的關係,因此當效益越高,付費意願也越高。其可能原因為遊客在參與活動時,感受到的效益越高,使其生心裡滿足程度越高因此對於活動也越認同以及滿意,使得遊客更願意付費。

三、評估遊客對於一日農夫活動的願付價格

本研究在假設三(H3):「遊客的不同屬性與願付價格有顯著差異」,以卡方檢定來了解變項間的影響程度(如表 5-3)。在「付費意願」此變項的結果顯示,除了個人月收入之外,在性別、年齡、教育程度、職業、婚姻狀態、參與次數以及參與方式各個背景變項皆沒有達到顯著差異。

本研究結果與陳宗玄與陸地(2006)的研究結果相同,收入較高的遊客其支付的意願也比較高;而在吳忠宏等人(2012)的研究也驗證其結果,收入高者較有可支配的金錢,因此付費意願也比較高。探討其原因收入較高者在經濟上較富裕,因此也有較多閒餘的錢可支付在休閒活動上。

表 5-3 基本屬性對於願付價格之影響

		付費意願
基本 變項	性別	×
	年齡	×
	教育程度	×
	職業	×
	個人月收入	願意：3-7 萬>3 萬以下 不願意：3 萬以下>3-7 萬
	家庭狀況	×
	參與次數	×
	參與方式	×

註：× 無顯著差異

在藉由支付卡出價法來了解遊客心目中的願付價格，以平均數算法來計算出遊客於各個社區所願意支付的價格(表 5-4)，由於再各個社區價格有所分別，因此各別得出不同社區的願意增加價格，第一個為「大樹社區」，共參與三個不同價格的場次，當原先價格為 800，其願意增加價格為 53.3 元；當原先價格為 850，其願意增加價格為 72.0；當原先價格為 900，其願意增加價格為 88.7。第二個為「六龜地區」，共參與了兩個不同價格的場次，當原先價格為 650，其願意增加價格為 43.3 元；當原先價格為 850，其願意增加價格為 93.5。第三個為「美濃地區」，其原先價格只有一個為 850 元，而分析後遊客的願意增加價格為 62.7 元。第四個為「旗山地區」，其原先價格只有一個為 850 元，而分析後遊客的願意增加價格為 75.8 元。第五個為「內門地區」，其原先價格只有一個為 850 元，而分析後遊客的願意增加價格為 80.6 元。經過分析之後，無論是在不同的社區，其分析出來的結果皆是相似的，得出遊客的願意增加價格皆落於 100 元以內。

然而，除了以上願意付費的受訪者之外，還有少數是是不願意支付的，本研究藉由描述性統計來了解受訪者在付費意願的想法，研究結果顯示，在總樣本為 298 人中，對於原先價格的接受度，願意接受者為 289 人，不願意者為 9 人，而此 9 人無法接受的理由，最高者為認為「體驗定價的價格過高」。然而，在願意接受

原本費用的289人，在以支付卡出價法來了解受訪者的願付價格，願意增加支付者為213人，不願意增加者為76人，而其無法接受的理由來看，以認為「原本所支付的價格已經為最適合的」是最高的。從受訪者選項皆不是對於活動本身不滿意，而是對於價格本身。

表 5-4 各社區之願付價格

活動地方	活動原先價格(費用)	願意增加價格(元)	分析過後價格(元)
大樹	800	53.3	850~990
	850	72.0	
	900	88.7	
六龜	650	43.3	700~940
	850	93.5	
美濃	850	62.7	910
旗山	850	75.8	920
內門	850	80.6	930

第二節 研究建議與討論

根據分析統計的研究結果以及實際觀察，本研究針對一日農夫活動的辦理以及未來發展提供建議，希望透過此研究能夠給予活動之後辦理的參考，本研究建議如下：

一、 結合不同遊憩資源，增加遊客再訪次數

在分析受訪者的基本屬性時，發現大多是以第一次參與活動的居多，目前的一日農夫活動在宣傳方面，從電視媒體、網路傳播以及各個旅展皆可以看見此活動，因此雖然吸引了許多新的遊客，但遊客再次參與的情況是較不多的。在發放問卷的過程中，研究者與遊客們全程一起體驗，在實際觀察中，有些遊客會反映在連續幾次參與同個社區的活動，但內容皆是一樣或者相似度高的，較不多元性，比較難吸引遊客再次參與。因此建議活動不一定侷限於在一個社區辦理，可以聯

合其他社區，並可以結合不同的社區資源與社區特色，使遊程能夠更加豐富且有吸引力，也可以增加遊客的再遊意願。

二、增加遊客們之間互動的機會，使獲得的社交效益感受提高

從分析統計遊客的體驗效益感受時，發現遊客的社交效益皆比其他效益來的低，即使參與的是不同社區的活動，其分析結果顯示的皆是社交效益較低。因此建議在設計活動時，可以增加一些遊客們可以一起互動的活動，像是採果樂時，社區人員可以將標準的水果重量提供給遊客，讓遊客分組來採果，將所採的水果比賽來量重量，最接近的組別能夠獲得獎品，給予遊客們互相合作以及競爭的機會，也能夠使他們有互動的感覺。

三、藉由不同的主題內容來增加遊客對於價格的接受度

本研究藉由條件評估法了解到遊客對於目前價格的看法，分析出來得出遊客對於目前的價格所願意增加的金額落於 100 元以內。而目前一日農夫活動的費用並沒有依照經濟成本訂定，其中車資的部分就是由農業局所補助，因此若是社區要自己以此模式繼續經營，其費用必定需要增加 200 元以上，但依照分析結果來看，建議以漸進式的調整價格，或者以與現在不同的或者較獨特的主題旅遊內容來調整價格，以增加遊客對於價格的接受度。

四、增加遊程內容的獨特性，賦予其更多的價值

本研究探討遊客對於活動不願意增加的原因最多的為認為此價格已經是最適合的，推測為遊客認為目前遊程內容與目前訂定價格是相符的，因此不願意再增加費用。本研究建議賦予活動內容更高的價值，像是體驗一些特色的活動，是在地特有的，在其他地方無法接觸到的，提高活動內容的與眾不同，增加活動的價值；或者以客製化行程，給予遊客自行選擇偏好的活動，在本研究結果顯示，遊客以客製化行程參與活動所獲得的效益會高於社區制定行程的遊客，因此當效

益獲得越高，其願付價格也會隨之升高。

第三節 研究限制與未來研究建議

本小節說明了在研究過程中所遇到的研究限制，並且針對研究的不足給予未來要研究相關主題的研究者些研究建議，給未來想研究此主題的研究者作為參考。

一、研究限制

本研究為了探討一日農夫活動效益與願付價格之間的關係，以問卷作為研究工具，在研究過程中，也遇到了些研究限制，以下分別說明：

(一) 氣候異常與農作物產期的因素導致樣本發放問題

在問卷發放時，因為一些因素而無法順利的達到預期的樣本數。像是氣候的因素，由於今年氣候異常，在年初時的寒流，農作物產量不佳，像是六龜的金煌芒果產量僅僅為之前的兩成，因為正值芒果開花時期，遇上寒流，花期無法順利，且還有大樹的荔枝也面臨此情況。而且於年中時，也面臨颱風的頻繁來襲，影響了活動的日程，由於本研究的問卷是親自到現場發放給剛參與完的遊客填寫，因此導致活動無法舉辦，也造成樣本無法順利收回。

(二) 活動相關人員容易影響受訪者回答問題

受訪者在填寫問卷時，可能因為環境以及人的因素而受影響，本研究採問卷為研究工具，而研究者親自到活動辦理地點來發放，當受訪者在填寫時，由於活動剛結束，所以還留在活動辦理的社區裡，其活動人

員與社區居民也在同個場所，皆可能使受訪者受到影響。

二、未來研究建議

(一) 增加研究變項

本研究是以體驗效益與願付價格為主要探討的變項，然而許多相關的研究也有將重遊意願、滿意度等變數來探討願付價格，建議後續研究可以加入其他不同變項來了解其他因素對於願付價格的影響。

(二) 增加訪談研究方法

本研究主要使將問卷發放給予參與活動過後的遊客來填寫，但只能大概了解遊客們的想法，可以增加訪談方式，以更佳詳盡的了解遊客對於活動的願付價格之想法與效益之感受。

參考文獻

一、中文文獻

- 王麗婷(2004)。以條件評估法探討嘉義樹木園之非市場價值。國立嘉義大學林業暨自然資源研究所碩士論文，嘉義縣。
- 朱純孝、涂維穗、蔣昭弘 (2012)。休閒自行車道使用者願付價格之研究—以淡水金色水岸為例。公共事務評論，13(1)。
- 呂適仲(2013)。產業導向遊憩區發展生態旅遊之遊憩價值評估—以松柏嶺遊憩區為例。環境與藝術學刊，14：94-101。
- 宋威穎、雷文谷、熊婉君 (2009)。東豐綠廊自行車道遊客特性與遊憩體驗之研究。運動健康與休閒學刊，11，96 -109。
- 李朝賢、林妍儀(1998)。農漁村社區更新計畫之績效評估—條件評價法之應用。農業經濟半年刊，64：33-60。
- 李素馨、侯錦雄 (2004)。台灣休閒農業之體驗付費與觀光商品化現象。觀光研究學報，10(1)：133-145。
- 李柏儒 (2007)。以條件評估法探討杉林溪休閒遊憩效益及其經濟價值。國立雲林科技大學休閒運動研究所，雲林縣。
- 吳明隆(2007)。SPSS 統計應用學習實務：問卷分析和應用統計二版。知城數位科技股份有限公司。
- 吳明隆、涂金堂 (2012)。SPSS 與統計應用分析。台北：五南。
- 吳忠宏、柳婉郁、方怡蓁 (2012)。遊客對自然體驗活動解說服務願付價格之實證分析。農業與經濟，49：99-129。
- 吳崇旗、王偉琴(2014)。戶外遊憩管理。台北：華都文化。
- 邱皓政(2010)。量化研究與統計分析(第五版)：SPSS 資料分析範例解析。台北：五南。
- 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。國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所，台北市。

- 林麗琴(2004)。鳳山水庫發展觀光之重塑。國立中山大學公共事務管理系碩士論文，高雄市。
- 林連聰、歐聖榮、陳思倫(2011)。休閒遊憩概論。台北：五南。
- 涂淑芳（譯）(1996)。休閒與人類行為。台北：桂冠圖書。(G., Bammel & L. L. Burrus-Bammel, 1982)。
- 胡玉龍（2003）。玉山國家公園塔塔加地區遊憩效益與人為干擾影響程度之研究—條件估價法之應用。國立台灣大學地理環境資源研究所碩士論文，台北市。
- 後久博(2013)。中衛發展中心譯。開發暢銷商品之探索與分析：六級產業化、農商工合作的新創商業模式。中衛。
- 洪煌佳(2002)。突破休閒活動之休閒效益之研究。國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所，台北市。
- 洪羽姿、陳凱俐（2012）。「休閒農業體驗活動對遊客支出與遊憩效益之影響—以宜蘭縣為例」。宜蘭大學生物資源學刊，8(2): 51-71。
- 高俊雄（1995）。休閒利益三因素模式。戶外遊憩研究，8（1），15-28。
- 夏業良，魯煒（譯）(2003)。體驗經濟時代（原作者：B. Joseph Pine II，James H. Gilmore）。臺北市：經濟新潮社出版。（原著出版年：1999）
- 張馨文(1999)。休閒遊憩學。新竹：建都文化。
- 張怡萱(2008)。民眾環境態度、環境行為與願付價值關係之研究—以山仔頂植物園為例。國立嘉義大學農學院農學研究所林學組碩士論文，嘉義縣。
- 張宗昌、余智生（2008）。走路運動之休閒效益探討。嶺東體育暨休閒學刊，6，137-148。
- 張見文(2012)。休閒效益之初探。運動科學暨休閒遊憩管理學術研討會，第五屆論文集，191-198。
- 陳水源(1989)。遊客遊憩需求與遊憩體驗之研究。戶外遊憩研究，1(3):27-43。
- 陳水源(1989)。遊憩機會序列研究專論選集(二)。台北：淑馨出版社。
- 陳凱俐(1998)。「森林遊樂區遊客遊憩體驗及遊憩效益影響因素之探討—以棲蘭

- 森林遊樂區為例」。宜蘭技術學報，1：27-37。
- 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—以臺北縣公立國民小學教師為例。國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所，台北市。
- 陳宗玄、陸地(2006)。遊客對導覽解說人員需求與付費意願之研究：以國立自然科學博物館植物園為例。博物館學季刊，20(4)，7-25。
- 陳美芬、邱瑞源(2009)。遊客休閒體驗與旅遊意象之研究。鄉村旅遊研究，3(1)，33-52。
- 陳春安(2011)。路跑運動之休閒效益研究。南台人文社會學報，5，p73-98。
- 陳靜玲、施秀蓉、吳亮慶(2012)。登山健行者休閒參與與休閒效益之研究。嘉大體育健康休閒期刊，11(3)，129-138。
- 陳泓廷(2015)。遊憩專門化、體驗、知覺價值與行為意向之相關性研究—以臺南古都國際馬拉松為例。國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所，高雄市。
- 陸雲(1990)。環境資源估價之研究—非市場估價法。中央研究院經濟論文，181:93-135。
- 黃任閔、林一貞(2011)。自行車活動參與者休閒涉入與休閒效益之研究。屏東教大運動科學學刊，7，226-237。
- 歐聖榮(2007)。休閒遊憩：理論與實務。台北：前程。
- 董志明、郭孟軒、陳佳欣、黃戊田(2012)。應用條件評估法評估臺南市一級古蹟之遊憩效應。嘉南學報，38，457-468。
- 劉虹伶(2005)。深度休閒者之休閒效益。大專體育，78，116-122。
- 鄭雅文(2008)。Lounge bar 符號消費之顧客體驗與感受。銘傳大學設計研究所碩士論文，桃園市。
- 蘇美玲(1998)。都市公園使用者休閒態度之研究—以台北市大安森林公園為例。國立台灣大學園藝學研究所，台北市。

二、 網站資料

陳文嬋(2015)。年接 2 萬客，一日農夫紅遍海外。自由時報網。取自：

<http://news.ltn.com.tw/news/local/paper/925909>

廖苡安(2014)。高雄市農業局局長蔡復進：一日農夫推動產業升級。欣新聞網。

取自：

http://news.xinmedia.com/news_article.aspx?newsid=6859&type=3

交通部觀光局，2015 年，取自：

<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=13>

高雄市農業局：一日農夫體驗趣報名網，2016 年，取自：

http://agri.cocker.com.tw/index.asp?au_id=2&sub_id=2

三、 外文文獻

Clawson, M., & Knetsch, J. L. (1966). Economics of outdoor recreation. Resources for the Future, Inc. (pp.33-36)

Collins, B. K., & Kim, H. J.(2009). Are satisfied citizens willing to pay more? Public sector consumerism as equitable social exchange.Public Money & Management,29,109-115.

Driver, B. L., Brown, P. J., & Peterson, G.L. (1991). Benefits of Leisure. State College,PA :Venture Publishing.

Mannel, R. C., & Styne, 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.

Philipp, S. F. (1997). Race, gender, & leisure benefits. Leisure Sciences,19:3.(191-207)

Pine, B. J., II., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. Harvard Business Review, 74(4), 97-105.

Verduin J. R., & McEwen D. N. (1984). Adults and Their Leisure: the Need for Lifelong Learning. Springfield, Ill., U.S.A.: C.C. Thomas.

附錄一 前測問卷

各位親愛的遊客，您好：

這份問卷是為了想了解您對於參與「高雄一日農夫體驗趣」活動的體驗所獲得的效益感受以及對於願付價格的想法，本問卷僅供研究用途，不記名也決不對外公開，也無標準答案，只需依照您的感受與看法去填寫，非常感謝您的協助與填寫。

在此敬祝

萬事如意 旅程愉快

國立中山大學公共事務管理研究所

指導教授：郭瑞坤 博士

研究學生：蘇盈如

【第一部分：體驗效益的感受】

說明：此部分針對遊客參與一日農夫體驗後對於活動的體驗效益感受。依照您的感受，圈選 1~5 數字來表達，數字越高表示您越同意。

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 藉由活動靠近大自然使我覺得身體舒暢	1	2	3	4	5
2. 藉由參與活動使我能夠強健身體	1	2	3	4	5
3. 藉由活動來走出戶外，使我能夠增加運動的機會	1	2	3	4	5
4. 參與活動使我有機會鍛鍊體能，提升心肺功能	1	2	3	4	5
5. 參與活動使我變得更有活力也更有精神	1	2	3	4	5
6. 參與活動使我覺得舒緩生活與工作的壓力	1	2	3	4	5
7. 參與活動使我感到心情非常愉悅	1	2	3	4	5
8. 參與活動使我調適心情狀態並消除在日常生活中所感受到的疲倦感	1	2	3	4	5
9. 藉由學習及接觸不同人事物，使我獲得成就感	1	2	3	4	5
10. 在從事活動中，感覺到被人認同及肯定	1	2	3	4	5

(請翻頁繼續作答)

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
11. 參與活動可以使我結交更多朋友	1	2	3	4	5
12. 參與活動使我增加與朋友家人相聚的時間	1	2	3	4	5
13. 參與活動使我學習與他人相處的方式，加強與人交際的能力	1	2	3	4	5
14. 藉由一起參與活動，使我與朋友家人有共同的話題可以交流	1	2	3	4	5
15. 活動中能夠與他人交流不同的生活經驗	1	2	3	4	5
16. 我覺得對於農產品有更加了解	1	2	3	4	5
17. 我覺得學習到更多農業加工的新技能	1	2	3	4	5
18. 參與活動使我更了解當地的文化以及特色	1	2	3	4	5
19. 使我學習更多不同領域的新知識	1	2	3	4	5
20. 使我認識更多台灣富有特色的景觀	1	2	3	4	5
21. 使我品嚐到新鮮且當季的農作物	1	2	3	4	5
22. 使我能夠欣賞到大自然的美麗	1	2	3	4	5
23. 使我感受到新鮮的空氣	1	2	3	4	5
24. 使我接觸到當地獨特的景色	1	2	3	4	5
25. 使我能夠認識富有當地特色的農產品	1	2	3	4	5

(請翻頁繼續作答)

【第二部分；願付價格】

今日所參與的一日農夫體驗活動，活動的過程中您體驗了農事採果樂、品嚐了當地的風味餐，參訪了當地的特色景點以及親自體驗農產品加工，在活動結束之後，回想一下今天所體驗的內容，在您心中，這些體驗價值若以價錢來衡量是多少呢？

1. 請問這次參與活動的報名費用：_____元/每人(包採果樂、風味餐及DIY加工)
2. 請問對於這次的農夫體驗所獲得的效益，您認為所支付的費用(第一題)與所得到的效益相等呢？
是 否(至第6題)
3. 假設隨著物價的高漲或政府補助經費的縮減，配合舉辦活動的社區小農們無法以原本價格維持運作，若是要繼續辦理此項體驗活動，就可能得增加收取的費用，以您在此次活動所得到的效益感受來考量，請問您是否願意增加支付原訂價格(第一題)的費用？
願意 不願意(至第5題)
4. 請問您可以接受的增加程度為多少？
5% 10% 15% 20% 25% 30%
5. 呈第3題，您選擇不願意的原因為何？
原本所支付的價格已經為最適合的
應該由政府扮演協助角色，不應該調漲費用
若價格增加，會降低參加意願
其他_____
6. 呈第2題，若是原本的價格不適當，應該降低至約_____元
您選擇否的原因為何？
所獲得的實質感受是低的
體驗定價的價格過高
所體驗的內容不夠豐富
在參與過程中，其採果樂階段所體驗的內容感到不滿足
在參與過程中，其風味餐階段所體驗的內容感到不滿足
在參與過程中，其DIY手工階段所體驗的內容感到不滿足
其他_____

(請翻頁繼續作答)

附錄二 正式問卷

各位親愛的遊客，您好：

這份問卷是為了想了解您對於參與「高雄一日農夫體驗趣」活動的體驗所獲得的效益感受以及對於願付價格的想法，本問卷僅供研究用途，不記名也決不對外公開，也無標準答案，只需依照您的感受與看法去填寫，非常感謝您的協助與填寫。

在此敬祝

萬事如意 旅程愉快

國立中山大學公共事務管理研究所

指導教授：郭瑞坤 博士

研究學生：蘇盈如

【第一部分：體驗效益的感受】

說明：此部分針對遊客參與一日農夫體驗後對於活動的體驗效益感受。依照您的感受，圈選 1~5 數字來表達，數字越高表示您越同意。

(請圈選最符合的數字來表示，例如：⑤)

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 藉由活動靠近大自然使我覺得身體舒暢	1	2	3	4	5
2. 藉由參與活動使我能夠強健身體	1	2	3	4	5
3. 藉由活動來走出戶外，使我能夠增加運動的機會	1	2	3	4	5
4. 參與活動使我有機會鍛鍊體能，提升心肺功能	1	2	3	4	5
5. 參與活動使我變得更有活力也更有精神	1	2	3	4	5
6. 參與活動使我覺得舒緩生活與工作的壓力	1	2	3	4	5
7. 參與活動使我感到心情非常愉悅	1	2	3	4	5
8. 參與活動使我調適心情狀態並消除在日常生活中所感受到的疲倦感	1	2	3	4	5
9. 藉由學習及接觸不同人事物，使我獲得成就感	1	2	3	4	5

(請翻頁繼續作答)

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
10. 參與活動可以使我結交更多朋友	1	2	3	4	5
11. 參與活動使我增加與朋友家人相聚的時間	1	2	3	4	5
12. 參與活動使我學習與他人相處的方式，加強與人交際的能力	1	2	3	4	5
13. 藉由一起參與活動，使我與朋友家人有共同的話題可以交流	1	2	3	4	5
14. 活動中能夠與他人交流不同的生活經驗	1	2	3	4	5
15. 我覺得對於農產品有更加了解	1	2	3	4	5
16. 我覺得學習到農產品新的加工方式	1	2	3	4	5
17. 參與活動使我更了解當地的文化以及特色	1	2	3	4	5
18. 使我學習更多不同領域的新知識	1	2	3	4	5
19. 使我認識更多台灣富有特色的景觀	1	2	3	4	5
20. 使我品嚐到新鮮且當季的農作物	1	2	3	4	5
21. 使我能夠欣賞到大自然的美麗	1	2	3	4	5
22. 使我感受到新鮮的空氣	1	2	3	4	5
23. 使我接觸到當地獨特的景色	1	2	3	4	5
24. 使我能夠認識富有當地特色的農產品	1	2	3	4	5

(請翻頁繼續作答)

【第二部分；願付價格】(請在□打✓)

今日所參與的一日農夫體驗活動，活動的過程中您體驗了農事採果樂、品嚐了當地的風味餐，參訪了當地的特色景點以及親自體驗農產品加工，在活動結束之後，回想一下今天所體驗的內容，在您心中，這些體驗價值若以價錢來衡量是多少呢？

1. 請問這次參與活動的報名費用：_____元/每人(包含採果樂、風味餐及DIY加工)
2. 請問對於這次的農夫體驗所獲得的效益，您認為所支付的費用(第一題)與所得到的效益相等呢？
是
否(請跳至第6題填答)
3. 假設隨著物價的高漲或政府補助經費的縮減，配合舉辦活動的社區小農們無法以原本價格維持運作，若是要繼續辦理此項體驗活動，就可能得增加收取的費用，以您在此次活動所得到的效益感受來考量，請問您是否願意**增加**支付原訂價格(第一題)的費用？
願意
不願意(請跳至第5題填答)
4. 請問您可以接受的增加程度為多少？
5% 10% 15% 20% 25% 30%
5. 呈第3題，您選擇不願意的原因為何？
原本所支付的價格已經為最適合的
應該由政府扮演協助角色，不應該調漲費用
若價格增加，會降低參加意願
其他_____
6. 呈第2題，若是原本的價格不適當，應該降低至約_____元
您選擇否的原因為何？
所獲得的實質感受是低的
體驗定價的價格過高
所體驗的內容不夠豐富
在參與過程中，其採果樂階段所體驗的內容感到不滿足
在參與過程中，其風味餐階段所體驗的內容感到不滿足
在參與過程中，其DIY加工階段所體驗的內容感到不滿足
其他_____

(請翻頁繼續作答)

