

市民農園體驗者之新奇追求、自覺健康對 持續涉入之關係－體驗價值之中介效果

林志鈞^a、葉怡貞^b

大葉大學休閒事業管理學系助理教授^a，大葉大學休閒事業管理學系研究生^b

摘要

本研究旨在探討市民農園體驗者之新奇追求、體驗價值、自覺健康對持續涉入之關係，並分析在不同人口背景變項下，體驗者新奇追求、體驗價值、自覺健康與持續涉入之差異情形。

研究結果發現：不同人口統計變項在新奇追求、體驗價值、自覺健康與持續涉入有部分顯著差異；新奇追求分別對體驗價值、自覺健康與持續涉入有正相關；體驗價值對自覺健康與持續涉入有正相關；自覺健康對持續涉入有正相關；體驗價值在新奇追求與持續涉入有部分中介效果；體驗價值在自覺健康與持續涉入間具有部分中介效果；新奇追求、體驗價值、自覺健康對持續涉入具有預測力。

本研究補足市民農園體驗者在新奇追求、體驗價值、自覺健康、預測持續涉入之文獻缺口，並依據研究結果提出若干管理意涵及未來研究建議。

關鍵詞：市民農園、新奇追求、體驗價值、自覺健康、中介效果



A Study on the Relationships between Novelty Seeking and Self-perceived Health to Continuous Involvement of the City Farm Participants — The Mediation of Experience Value

Chih-Jiun Lin^a ; I-Chen Yeh^b

Assistant Professor, Department of Leisure and Recreation Management, DaYeh University^a ; Graduate student, Department of Leisure and Recreation Management, DaYeh University^b

Abstract

The aim of this study was to discuss the relationships among novelty seeking, experience value and self-perceived health to continuous involvement of the city farm participants, while analyzing the differences between different demographic variables in novelty seeking, experience value, self-perceived health and continuous involvement of the city farm participants.

The major findings of this study were summarized as follows. The different demographic variables have partial significant differences in novelty seeking, experience value, self-perceived health and continuous involvement. Novelty seeking has significant positive correlation on experience value, self-perceived health and continuous involvement. Experience value has significant positive correlation on self-perceived health and continuous involvement. Self-perceived health has significant positive correlation on continuous involvement. Regarding mediator effect, experience value has partial mediation on the relationships between novelty seeking and continuous involvement. Experience value has partial mediation on the relationships between self-perceived health and continuous involvement. Novelty seeking, experience value and self-perceived health can effectively predict continuous involvement.

The study makes up the gaps of previous studies in using novelty seeking, experience value and self-perceived health to predict continuous involvement. The findings of this study not only have managerial implications but also provide suggestions for future research.

Keyword: city farm; novelty seeking; experience value; self-perceived health; mediation



壹、前言

2002年起，臺灣加入世界貿易組織(World Trade Organization, WTO)，傳統農業因市場的開放而面臨衝擊，臺灣農業面臨自由市場的全球競爭壓力，致使農民因收入減低而轉業(高金城，2013)。

休閒農業的「休閒」，意味從事某個活動或事件，可讓身心放鬆，且可在體驗中依自我意志控制活動，感到心靈的自由(林志鈞、吳淑女，2012)。花費太昂貴，或是交通不便的農園，便無法吸引民眾，而都市農地部分或全部出租的方式，供民眾耕種，且農地所有者提供技術指導，或在市民無暇耕種時，協助管理農地，此農耕體驗經營方式，成為了休閒農業最為可行的經營模式之一(吳宗瓊、鄭智鴻、楊淑涓、莊庭禎，2003)。本研究目的有二：(1)探討民眾參與市民農園的重要因素(2)研究各因素間之關係。

新奇追求是動機的一種，在從事體驗之前，如可讓個體驚奇，有別於以往的體驗，或未曾接觸之事物，即會觸發個體的好奇心進而選擇進行體驗(陳均淳，2011)。如果在活動中產生新奇追求，且體驗中獲得的新奇追求度高，願意參與體驗的意願也較為強烈(李岳修、李陸臻，2013)。故探討民眾進行市民農園體驗與新奇追求之間的關係。

體驗價值是在服務與互動中，個體自我認知對價值感受，以及體驗後產生的創造價值(黃邦彥，2011)。而個體在進行體驗時，如體適能較佳，就會獲得良好的體驗價值及較高的涉入程度，結果均呈現正相關且有預測性。因此對市民農園提供的體驗價值，是否會影響民眾進行體驗並且持續涉入，進行探討。國外研究發現，自覺健康良好的情形下，個體會願意持續進行休閒活動(Frank-Stromborg, Pender, Walker & Sechrir, 1990)。因此市民農園體驗者是否會因為自覺健康因素進而持續涉入參與市民農園，是本研究欲了解的動機之一。

戴仲平(2013)指出，當休閒活動讓體驗者感受到強烈新奇追求，會有高程度的涉入，且也會更加融入活動，因此新奇追求對持續涉入具有顯著影響。新奇追求的程度可以反映出涉入的程度；體驗者的自覺健康反映出涉入的持續程度；好的體驗價值反映出持續涉入的狀況，綜合目前的許多研究結果，不同背景的人口會產生不同的新奇追求因子、不同類別的體驗價值、不同感受的自覺健康狀況以及不同程度的持續涉入，但卻少有實證研究四者間的相互關係，此亦研究動機之一。

貳、文獻探討

一、市民農園(City Farm)

市民農園是將都市近郊或都市區的農地，規劃成3-5坪不等或20-50坪大小的區塊，以出租的方式，讓沒有土地的市民進行耕種、享受田園生活的務農方式(邱發祥、彭武男、范淑貞、江榮吉，2001)。市民農園也可視為提供給非農民，在長期租用的前提下，承租者單位可以是以個人以及家庭，收穫的農產品屬於承租者，且過程中不進行與商業販賣有關之行為，參與農園舉辦之活動或自發性地與



其他承租者交流，可得到社會交際的機會，農園中提供簡單設備幫助農戶進行耕種及具休憩設施的農園(黃光政，2001)。

綜合以上文獻，參加市民農園可以滿足歸隱田園的需求、增進健康，還可以達到心靈平衡。大多研究以參與市民農園的生活風格、商業行銷、承租意願以及農園發展為主要研究方向，本研究將著重在市民農園對民眾的參與動機、健康改善狀況、參與後獲得何種價值及農作體驗是否足以讓體驗者持續涉入之間的關係，作為探討重點。

二、新奇追求(Novelty Seeking)

(一)新奇追求之定義

從心理層面來看，新奇追求是休閒行為產生的重要決策因素 (Petrick, 2002)。而且，新奇追求是促使個體進行休閒體驗活動的因素，也可以將其視為的好奇心的驅使，是一種追求感官上的刺激以及探索未知事物的動力(Jang & Feng, 2007)。本研究將新奇追求定義為個體在進行休閒體驗或旅遊之前，追求與以往不同經驗或感受的心理特質動機。

(二)新奇追求研究構面

新奇追求為個體在決定休閒體驗行為時，追求新經驗的心理特質，而國內外的專家學者對於新奇追求的評量方式也有所不同，有的被歸類在動機的其中一項構面，有的則是獨立出新奇追求之構面。Cohen(1972)根據消費者在旅遊體驗的過程中，傾向追求熟悉或是新奇的程度來加以分類。而Lee & Chrompton(1992)針對美國大學之學生以及遊客等四組樣本，並彙整相關文獻中，關於新奇追求之衡量面相及問題，經研究後發展出四個面向，分別是顫慄、生活習慣的改變、逃避厭倦以及驚奇。

三、體驗價值(Experience Value)

(一)體驗價值的意涵

根據體驗價值的類型Mathwick *et al.*(2001)，從Holbrook提出的消費價值理論，衍生出了體驗價值的四種類型，分別為投資報酬率、服務的優越性、美的感受、趣味性。體驗價值可以視為一種內外兼具的，內在的價值是顧客在進行消費或體驗的過程中，經過與環境的互動，感受到的美感、趣味性；外在的價值則是顧客在消費的過程中，在體驗行為的價格、體驗提供的服務，獲得利益(池文海、張書豪、吳文龍，2009)，在經過體驗行為過後，感官產生的價值感受，會因為個體不同而有所差異。

(二)體驗價值衡量構面

體驗價值為體驗者在體驗行為過後，感官產生的價值感受，體驗價值的研究構面中，Babbin *et al.*(1994)將體驗價值歸類為體驗動機中的快樂主義構面；而Mathwick *et al.*(2001)則提出體驗價值的四大分類，包括投資報酬率、服務優越性、美感及趣味性。Schmitt(1999)則把體驗價值以體驗概括，分為感官、感覺、思想、行為、關聯性五種面向。

探究各家文獻後，體驗價值可彙整出四大構面：投資報酬率、服務優越性、



美感、趣味性作為體驗價值之題項。

四、自覺健康(Self-perceived Health)

(一)自覺健康的定義

自覺健康，是指個體對自己身體的健康情形，綜合整體感覺以及知覺後，進行的自我評估，是一種一般性的健康狀況評估(Dianne, Marie & Kathleen, 1989)。這種對健康狀態的自我檢視評估，結合個人的價值觀，也因此具有獨特性，可以反映出個人對於生理、心理的綜合健康狀態(Svedberg, Lichtenstein & Pedersen, 2001)。而這種獨特的自覺健康狀況，對於檢測個體的生理、心理以及社會健康方面，具有指標性的意義(林佳臻，2013)。

(二)自覺健康衡量構面

方佩欣、張少熙、蕭玲妃(2013)認為自覺健康可分五面向進行評估，分別是：(1)生理；(2)心理；(3)情緒；(4)社會；(5)精神，其中生理層面包含體能及自覺健康；心理包含樂觀態度、幸福感以及心理愉悅；情緒則是涵蓋緊張焦慮以及沮喪等；精神方面則是轉化挫折、關懷以及生活意義等；社會方面則有人際關係以及生活角色等。而李明儒、蔡明惠、陳宏斌(2010)則是以自信健康、生理健康、心理健康以及社會健康四個層面提出自覺健康狀況量表，本研究將自覺健康先關文獻整理後，分為生理、心理以及社會三面向。

五、持續涉入(Continuous Involvement)

(一)持續涉入的定義

本研究欲探討的持續涉入，常被含括在休閒涉入中進行研究，直至近幾年持續涉入的研究才開始被重視，整理文獻後，將持續涉入定義為個體參與活動後，對該活動仍持續關切注意並有再度參加意願，且有可能轉變為興趣的行為。

(二)持續涉入研究構面

McIntyre(1989)，提出新的三構面，分別是吸引力、生活方式以及自我表現。Robinson(1992)則結合心理學與實證研究，並以冒險遊憩之持續涉入模式，說明個體進行冒險遊憩時的涉入階段，共使用五構面分析，分別是冒險吸引產生、認知風險、決策、體驗過程及過後反應。而張孝銘、林莞任、李城忠(2009)則以此研究提出持續涉入量表的五構面，分別為認知、決策、評估、從事體驗、吸引力。無論從何種角度進行研究，皆有所其代表的意義，本研究以劉曉蔓、湯慧娟、宋一夫、鄭憲成、鄭振洋(2014)銀髮族參與二子坪登山步道之持續涉入、休閒效益與重遊意願之相關研究提出三大構面，分別是自我表達、中心性以及吸引力。

六、各變項間研究

(一)人口統計變項和新奇追求、體驗價值、自覺健康與持續涉入之間的研究

李岳修、李陸臻(2013)對嘉義縣朴子溪自行車道車友的研究中，男性新奇追求程度高於女性，與朋友、家人一同騎乘的新奇追求程度高於單獨者，學生新奇追求高於其他職業、月收入在20,001元以上族群高於其他收入、每週體驗3次以上的新奇追求程度高於其他人。簡彩完、李世昌、黃長發(2007)對臺中地區泳池消費者的研究中，女性比男性具有更高的體驗價值；已婚者比未婚消費者的體驗



價值良好，但趣味性的子構面並無顯著影響。

郭鴻儒(2008)路跑研究中，性別方面，男性較女性有較好的自覺健康，達顯著水準；50-59歲的選手較未滿20以及20-29歲的選手之自覺健康程度有顯著差異；參賽年資越高者具有較好的自覺健康程度，呈現顯著差異，但在教育程度方面則無任何顯著差異。許智鈞(2009)以公務人員為對象的研究中，性別、教育程度、婚姻狀況、月收入方面皆無顯著差異，而在年齡方面，年齡越大，其心理狀況以及社會狀況的子構面達顯著差異。新奇追求、體驗價值、自覺健康以及持續涉入之間的相關研究結果，李岳修、李陸臻(2013)認為單車旅遊體驗者的體驗價值，因新奇追求程度高低而有影響，新奇追求程度高者其體驗價值越良好；而黃寶梅(2014)則是覺得新奇追求與體驗價值兼具正向顯著影響；在謝汝軒(2016)的研究結果中發現，參與動機(包含新奇追求面向)以及體驗價值均對持續涉入有正向之影響；另外，朱永蕙、劉嘉麒(2016)對高雄市公共腳踏車使用者為對象的研究中，發現體驗價值對再購意願(持續涉入面項中的後續關切及再參加意願)有正向影響；自覺健康方面，黃孟立、湯大緯、何慶燕(2012)研究中，發現休閒動機(包含新奇追求相關題項)，對於自覺健康未有直接的影響；而Tessier et al.(2007)則是指出持續涉入運動時間長短，與自覺健康有顯著相關。但在以上文獻中，關於新奇追求對體驗價值、自覺健康以及持續涉入變項，並未有直接之研究結果。總結上述文獻，研究對象以上班族為主，從事的行為大多以消費行為、運動行為為主，針對休閒行為以及農業活動並未有太多相關文獻，且對新奇追求、體驗價值、自覺健康與持續涉入之間的關係未加以著墨。因此四者之關係，仍待驗證以補足研究缺口，為本研究欲達成之貢獻。

吳政杰(2006)的研究中指出，在性別、婚姻狀況、年齡、教育程度以及職業等變項，未對持續涉入構面有影響。且李莉薇(2009)的研究說明，性別、婚姻、家庭、年齡職業對持續涉入並未產生影響，對收入方面則未有研究。綜上所述，歸納並提出四個假設：

H1：不同個人背景變項的市民農園體驗者之新奇追求有顯著差異

H2：不同個人背景變項的市民農園體驗者之體驗價值有顯著差異

H3：不同個人背景變項的市民農園體驗者之自覺健康有顯著差異

H4：不同個人背景變項的市民農園體驗者之持續涉入有顯著差異

(二)新奇追求、體驗價值、自覺健康與持續涉入之相關研究

李岳修、李陸臻(2013)發現新奇追求程度會影響受試者的體驗經驗，兩者具顯著影響。黃寶梅(2014)則指出，新奇追求構面中的改變生活習慣、驚奇與紓解無聊三構面，對體驗價值的投資報酬以及服務優越、美感、趣味性等構面，具正向影響，但刺激構面則有具有負向影響。綜合以上研究，發現新奇追求對體驗價值的研究不多，兩者間實際關係仍有待驗證，因此提出假設五。

H5：新奇追求與體驗價值具有顯著正向相關

新奇追求常被視為動機量表的子構面，因此就量表中含有新奇追求因子的文獻進行討論。方佩欣、張少熙、蕭玲妃(2013)研究顯示自覺健康與參與動機具有



低度至中度的相關。黃孟立、湯大緯、何慶燕(2012)則認為，休閒動機透過休閒生活型態對自覺健康有正向影響，自覺健康未有直接影響。綜上所述，休閒動機與自覺健康的研究結果不一，國內文獻多將新奇追求納入動機中進行研究，兩者間關係，有待後續研究驗證，以補足缺口，因此提出假設六。

H6：新奇追求與自覺健康具有顯著正向相關

鄭峰茂(2010)的研究中指出，遊憩動機對持續涉入具有顯著直接影響。謝汝軒(2016)以直排輪運動參與者為對象進行的研究中，其參與動機量表中的構面中，知識追求、個人心理的子構面中，均有與新奇追求相關的題項，而其研究結果顯示參與動機無論是否以流暢體驗最為中介變項，皆對持續涉入有顯著正向影響關係。綜上所述提出假設七。

H7：新奇追求與持續涉入具有顯著正向相關

體驗價值早期常被歸類為體驗的子構面，以下就體驗價值的相關研究討論，包含量表中具有體驗價值子構面之文獻。江書杰(2008)發現，體驗價值越良好，自覺健康狀況呈現的結果也越良好，自覺健康狀況與體驗有顯著正相關。易巧玲(2011)指出，健康促進活動有助於身心健康的提升，體驗以及自覺健康的關係上，有顯著差異。總結文獻，體驗價值與自覺健康雖無直接相關，但可推估兩者具有正向相關，因此提出第八個假設。

H8：體驗價值與自覺健康具有顯著正向相關

李城忠(2009)對的研究中，對體驗以及持續涉入的關係結果，體驗價值與持續涉入呈現正相關。黃振紅、呂碧琴(2013)的研究中則發現，持續涉入對休閒體驗有顯著的正向相關。但李建霖(2015)的研究則發現，體驗價值與再度參與皆不具影響力。綜合上述文獻，體驗價值對持續涉入的研究結果不一，因此提出第九個假設。

H9：體驗價值與持續涉入具顯著正向相關

方佩欣等(2013)研究指出，自覺健康狀態與休閒涉入間呈現低度正相關。而鄒京甫(2014)發現，自覺健康與涉入有低度至中度的正相關。歸納以上研究，雖無直接以自覺健康和持續涉入為變項的研究，但其相關研究亦可以進行推論，因此提出假設：

H10：自覺健康與持續涉入具顯著正向相關

葉家璠(2016)研究顯示休閒動機、體驗價值與重遊意願達顯著正相關。呂霽原(2013)則發現參與動機對持續涉入具有預測力。因此推論自覺健康對持續涉入具有預測力。

綜合以上文獻，提出本研究第十一個假設：

H11：新奇追求、體驗價值與自覺健康對持續涉入有預測力



參、研究方法

一、研究架構

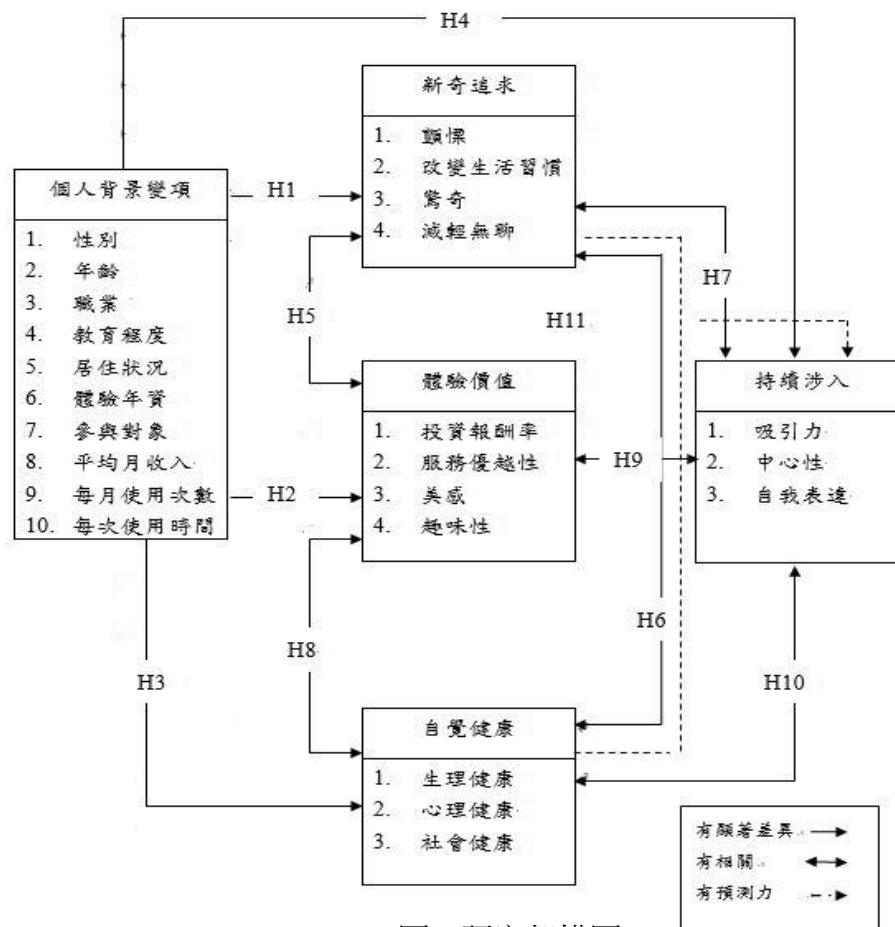


圖1 研究架構圖

二、研究工具的編制與選取

採問卷調查法，問卷內容分五部份，分別為「新奇追求量表」、「體驗價值量表」、「自覺健康量表」、「持續涉入量表」及「個人背景變項」，依Likert五點尺度計分，每題為1至5分，分別為非常不同意到非常同意。

(一)新奇追求

參考Lee & Chrompton(1992)提出之四大構面，包括逃避、厭倦、改變生活習慣以及顫慄。參考陳淳均(2011)、李岳修、李陸臻(2013)及黃寶梅(2014)的研究量表，並參考專家建議後，加以修改彙整出興奮、改變生活習慣、減輕無聊以及驚訝四個層面的新奇追求量表，作為測量之工具。

(二)體驗價值

採用Mathwick(2001)提出的四大構面：投資報酬率、服務優越性、美感、趣味性，並參考陳甦彰、黃秀美(2009)、黃寶梅(2014)及郭正德(2014)編制的體驗價值量表，加以修改彙編出體驗價值量表。

(三)自覺健康

參考Greenberg, Dintiman & Oakes(2004)提出的生理健康、心理健康、社會健



康、情緒健康以及精神健康五個構面做為參考，並以方佩欣、張少熙、蕭玲妃(2013)提出的自覺健康狀況量表；歐秋萍(2013)澎湖社區老人社會支持、自覺健康、社會參與對生活品質之影響；王宗進、陳麗玉(2005)東海大學教職員工生活型態與健康自覺關係等研究提出之量表，包含生理、心理及社會三構面，編製出自覺健康狀況量表進行施測。

(四)體驗價值

將劉曉蔓、湯慧娟、宋一夫、鄭憲成、鄭振洋(2014)之研究量表作為評估題向，並參考McIntyre(1989)提出的三大構面，呂宇晴、林源明、許泓恩(2010)，黃淑芬(2015)以及謝汝軒(2016)之研究量表，以吸引力、中心性以及自我表達三構面進行題項編制。

三、研究對象與抽樣方法

(一)研究對象

本研究對象以參加臺北市及新北市之市民農園體驗者為主要研究對象，並隨機抽出其中5座農園，作為問卷發放對象。

(二)正式問卷

於民國106年1月15日至2月04日，進行發放400份正式問卷，回收392份，回收率98%，其中有效問卷數363份，無效問卷29份，有效問卷率達92.6%。

臺北市及新北市之市民農園，經資料彙整後進行編後，現有臺北市、新北市之市民農園共24座，進行隨機抽樣，共抽出5處，分別為編號6：清涼地有機市民農園、編號10：梅居市民農園、編號15：木柵第一市民農園、編號23：新莊市民農園、編號24：淡水市民農園，對實際體驗者進行立意抽樣，依照該農園體驗人數占抽樣人口總數之比例發放，清涼地有機農園10份、梅居市民農園152份、木柵第一市民農園19份、新莊市民農園76份、淡水市民農園143份。

(三)資料分析方法

採用SPSS 22.0中文版統計套裝軟體進行資料分析，問卷回收後，刪除無效問卷，再將有效問卷進行編號登錄，運用描述性統計分析、信度分析、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析、皮爾斯森積差相關以及多元迴歸進行資料分析。

肆、研究結果與分析

(一)信度分析

本研究共發出400份正式問卷，回收392份，回收率為98%，其中有效問卷為363份，有效問卷率92.6%，利用SPSS 22.0統計軟體，分析新奇追求、體驗價值、自覺健康以及持續涉入各構面之Cronbach's α 值，Cronbach's α 值達到.5代表可信，達.7代表很可信，達.9為十分可信(陳寬裕、王正華，2011)。經分析後，新奇追求、體驗價值、自覺健康以及持續涉入各量表的Cronbach's α 值分別為.887、.903、.907、.917，顯示各量表內部一致性良好。

(二)描述性統計分析

有效樣本分析結果，「男性」有159人，占43.8%，而「女性」有204人，占



56.2%，顯示市民農園之女性人數多於男性；「年齡」經分析發現，「56-65歲」的族群人數居冠，有128人，占35.3%；其次為「46-55歲」有84人，占23.1%；再次為「66歲以上」有72人，占19.9%；其他依序為「36-45歲」有51人，占14%；「26-35歲」有28人，占7.7%；「職業分布」的情形以「退休」族群最多，有114人，占31.4%；「工商服務業」次之，有90人，占24.8%；再來為「自由業」，有64人，占17.6%；其餘依序為「軍公教」，49人，占13.5%；「其他」有46人，占12.7%；「教育程度」方面，族群人數最多的是「大專院校」，有157人，占43.3%；次為「高中職」128人，占35.3%；接著為「國中以下」49人，占13.4%；「研究所以以上」29人最少，占8%；「居住狀況」分布情形，最多為「與子女、配偶同住」，有249人，占68.8%；居次為「僅與配偶同住」者，84人，占23.1%；最後為「自己住」者共30人，占8.3%；「體驗年資」部分，以「1年以上未滿3年」體驗人數最多，141人，占38.1%；「3年以上未滿5年」族群人數居次，有87人，占24%；接著為「未滿1年」，有73人，占20.1%；其餘依序為「7年以上」有36人，占9.9%，末為「5年以上未滿7年」，26人，占7.2%；「參與對象」方面，與「親人朋友」一同體驗者族群多於「單獨前往」，分別為242人、121人，各占66.7%以及33.3%；「平均月收入」的分布情形，以「20,001-40,000元」族群人數最多，有118人，占32.5%；「40,001-60,000元」人數次之，有92人，占25.3%；再次為「無收入」，有66人，占18.2%；接著依序為「20,000元以下」54人，占14.9%；「60,001元以上」，33人，占9.1%；「每月體驗次數」方面，族群分布情形為「11-20次」有145人，占39.9%，其次為「10次以下」有124人，占34.2%及「21-31次」，共94人，占25.0%；「每月體驗次數」部分，以「未滿3小時」者最多，有181人，占49.9%；以「3小時以上未滿6小時」次之，有133人，占36.6%；而「9小時以上」者，有2人，僅占0.6%。

伍、假設驗證

以獨立樣本t檢定及單因子變異數分析人口統計變項對新奇追求、體驗價值、自覺健康及持續涉入是否有顯著差異。

(一)不同人口背景面向在新奇追求、體驗價值、自覺健康與持續涉入有顯著差異

綜合分析結果，歸納出 11 個結論如下：(1)不同性別在自覺健康之「生理」有顯著差異；(2)不同年齡在體驗價值之「美感」、自覺健康之「社會」、持續涉入之「自我表達」有顯著差異；(3)不同職業在新奇追求、體驗價值、自覺健康以及持續涉入之各分構面，均無顯著差異；(4)不同教育程度在體驗價值之「服務優越」、「趣味」、自覺健康之「社會」有顯著差異；(5)不同居住狀況在體驗價值之「投資報酬」、「服務優越」、「美感」三分構面均有顯著差異；(6)不同體驗年資在四者之各分構面均無顯著差異；(7)不同參與對象在新奇追求之「減輕無聊」自覺健康之「社會」有顯著差異；(8)不同每月平均收入在新奇追求之「改變生活習慣」、體驗價值之「服務優越」有顯著差異；(9)不同每月體驗次數在新奇追求之「改變生活習慣」、體驗價值各構面有顯著差異；(10)不同每月體驗次



數在自覺健康以及持續涉入各構面均有顯著差異；(11)不同每次體驗時間在體驗價值之「服務優越」、「美感」以及自覺健康之「生理」有顯著差異。

經由上述結果得知，不同人口統計變項對新奇追求、體驗價值、自覺健康及持續涉入皆有部分差異存在，故研究假設 H1、H2、H3、H4 獲得部分支持。

(二)新奇追求、體驗價值、自覺健康與持續涉入間有顯著正向相關

以皮爾森積差相關分析市民農園體驗者之新奇追求、體驗價值、自覺健康以及持續涉入之相關情形，發現兩兩間均有中度到高度正相關，證實 H5 到 H10 研究結果彙整如下表。

表 1 新奇追求與體驗價值相關分析表

變項與構面	新奇追求			
	興奮	改變生活習慣	減輕無聊	驚訝
體 投資報酬	.367**	.306**	.429**	.413**
驗 服務優越	.423**	.443**	.341**	.408**
價 美感	.407**	.410**	.425**	.428**
值 趣味	.403**	.380**	.525**	.560**

註：** $p < .01$

表 2 新奇追求與自覺健康相關分析表

變項與構面	新奇追求			
	興奮	改變生活習慣	減輕無聊	驚訝
自 生理	.394**	.347**	.469**	.400**
覺 心理	.459**	.500**	.549**	.541**
健 社會	.468**	.485**	.542**	.578**

註：** $p < .01$

表 3 新奇追求與持續涉入相關分析表

變項與構面	新奇追求			
	興奮	改變生活習慣	減輕無聊	驚訝
持 吸引力	.393**	.337**	.562**	.517**
續 中心性	.429**	.362**	.463**	.529**
涉 自我表達	.467**	.398**	.452**	.571**

註：** $p < .01$



表 4 體驗價值與自覺健康相關分析表

變項	體驗價值				
	投資報酬	服務優越	美感	趣味	
自覺健康	生理	.569**	.442**	.496**	.540**
	心理	.481**	.445**	.546**	.710**
	社會	.418**	.497**	.534**	.619**

註：** $p < .01$

表 5 體驗價值與持續涉入相關分析表

變項與構面	體驗價值				
	投資報酬	服務優越	美感	趣味	
持續涉入	吸引力	.571**	.446**	.467**	.604**
	中心性	.493**	.405**	.467**	.580**
	自我表達	.396**	.388**	.444**	.636**

註：** $p < .01$

表 6 自覺健康與持續涉入相關分析表

變項與構面	自覺健康			
	生理	心理	社會	
持續涉入	吸引力	.600**	.593**	.565**
	中心性	.588**	.521**	.609**
	自我表達	.540**	.573**	.682**

註：** $p < .01$

(三) 新奇追求、體驗價值與自覺健康各構面預測持續涉入

由表7得新奇追求、體驗價值及自覺健康各子構面對持續涉入預測的逐步多元分析，結果呈現顯著，進入迴歸方程式之變項依序為自覺健康之「社會」($\beta=.279, t=6.460, p<.001$)、自覺健康之「生理」($\beta=.247, t=5.976, p<.001$)、體驗價值之「趣味性」($\beta=.223, t=5.124, p<.001$)、新奇追求之「驚訝」($\beta=.176, t=4.413, p<.001$)、體驗價值之「投資報酬」($\beta=.103, t=2.638, p<.001$)。以 R^2 進行判定，自覺健康之「社會」及「生理」、體驗價值之「趣味性」、新奇追求之「驚訝」、體驗價值之「投資報酬」五個預測變項，可解釋持續涉入66.6%的變異量。以標準化係數進行解讀，自覺健康之「社會」及「生理」、體驗價值之「趣味性」、新奇追求之「驚訝」、體驗價值之「投資報酬」， β 直接為正值，代表對持續涉入均為正向影響，其標準化迴歸方程式如下：



$$Y = .279A + .247B + .223C + .176D + .103E$$

Y=持續涉入 A=自覺健康之社會
 B=自覺健康之生理 C=體驗價值之趣味性
 D=新奇追求之驚訝 E=體驗價值之投資報酬

此公式可有效預測持續涉入66.2%，預設變項中最重要為社會，可預測持續涉入48%。

表7 新奇追求、體驗價值、自覺健康對持續涉入多元迴歸分析摘要表

投入變項 順序	未標準化		標準化	t	ΔR^2	R ²	調整 後R ²	共線性統計量	
	B 估計值	標準 誤差	β 分配					允差值	VIF
(常數)	.343	.137	—	2.509*					
社會	.234	.036	.279	6.460***	.693	.480	.479	.500	1.998
生理	.208	.035	.247	5.976***	.766	.587	.585	.549	1.822
趣味性	.209	.041	.223	5.124***	.799	.638	.635	.492	2.034
投資報酬	.170	.038	.176	4.413***	.812	.660	.656	.588	1.701
驚訝	.087	.033	.103	2.638**	.816	.666	.662	.612	1.633

註：* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

(四) 體驗價值在新奇追求與持續涉入、自覺健康與持續涉入之中介效果驗證

多元迴歸分析是將所有自變項(預測變項)投入迴歸模式，以探討整體迴歸模式對依變項(效標變項)的解釋力，這種分析方法旨在解釋所有自變項對依變項的整體預測力。運用階層迴歸分析可檢驗變數間是否有中介效果，並具解釋性。Baron & Kenny(1986)中介效果成立四條件。條件一：自變項對依變項具顯著影響，以迴歸係數 α 為判斷依據。條件二：自變項對中介變項具顯著影響。條件三：當自變項與中介變項同時為預測變相，對依變項進行迴歸分析，中介變項須對依變項有顯著影響。條件四：在條件三迴歸模型中，自變項對依變項的迴歸係數 β 須小於自變項單獨預測依變項時之迴歸係數，也就是 $\beta < \alpha$ ，但仍具顯著性，則為部分中介效果。陳寬裕、王正華(2014)提出中介變項被控制時，自變項對依變項的影響為0，為完全中介；自變項對依變項為 $\beta < \alpha$ 但仍具顯著性為部分中介。結果如下表：



表8 新奇追求、體驗價值對持續涉入第一次階層迴歸分析表

自變項	依變項		
	持續涉入		
	模型一	模型二	模型三
年齡	.151*	.061	.078
教育程度	.018	-.043	-.050
居住狀況	-.070	-.078	-.124**
參與對象	-.099	-.060	-.058
平均月收入	.095	.080	.040
每月體驗次數	.055	.127**	.129**
每次體驗時間	.001	-.017	-.068
新奇追求	—	.633***	.335***
體驗價值	—	—	.493***
R^2	.040	.425	.570
ΔR^2	.021	.412	.559
F	2.096*	237.581***	118.948***

註：* $p < .05$ ；** $p < .01$ ；*** $p < .001$

表8 新奇追求對體驗價值第二次階層迴歸分析表

自變項	依變項	
	持續涉入	
	模型一	模型二
年齡	.051	-.035
教育程度	.073	.014
居住狀況	.101	.094*
參與對象	-.041	-.004
平均月收入	.096	.081
每月體驗次數	-.072	-.003
每次體驗時間	.120	.103*
新奇追求	—	.604***
R^2	.053	.404
ΔR^2	.034	.391
F	2.840**	208.720***

註：** $p < .01$ ；*** $p < .00$



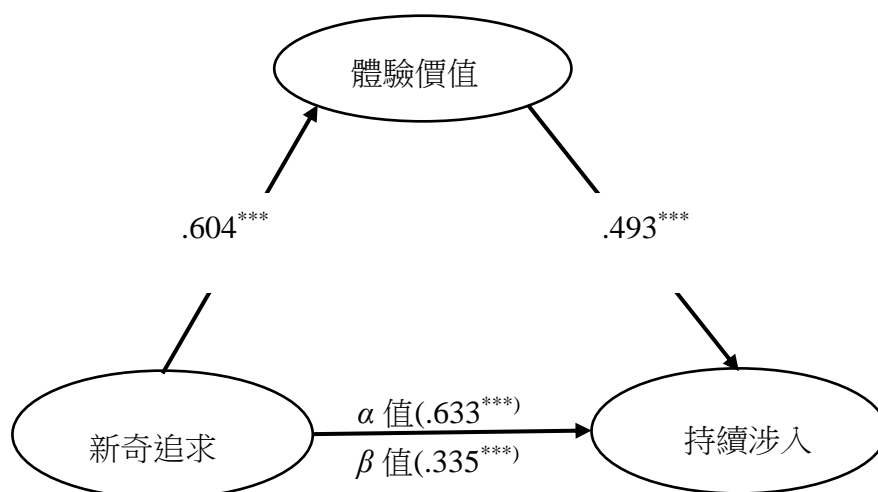


圖2 新奇追求、體驗價值對持續涉入路徑圖

表9 自覺健康、體驗價值對持續涉入第一次階層迴歸分析表

自變項	依變項		
	持續涉入		
	模型一	模型二	模型三
年齡	.151*	.066	.075
教育程度	.018	-.002	-.016
居住狀況	-.070	-.082*	-.106**
參與對象	-.099	-.051	-.053
平均月收入	.095	.059	.043
每月體驗次數	.055	.063	.080*
每次體驗時間	.001	-.045	-.065
自覺健康	—	.762***	.565***
體驗價值	—	—	.266***
R^2	.040	.609	.638
ΔR^2	.021	.600	.628
F	2.096*	514.629***	28.281***

註：* $p < .05$ ；** $p < .01$ ；*** $p < .001$



表10 自覺健康對體驗價值第二次階層迴歸分析表

自變項	依變項	
	持續涉入	
	模型一	模型二
年齡	.051	-.031
教育程度	.073	.053
居住狀況	.101	.089*
參與對象	-.041	.005
平均月收入	.096	.060
每月體驗次數	-.072	-.064
每次體驗時間	.120	.076*
自覺健康	—	.740***
R^2	.053	.590
ΔR^2	.034	.581
F	2.840**	463.388***

註：** $p < .01$ ；*** $p < .001$

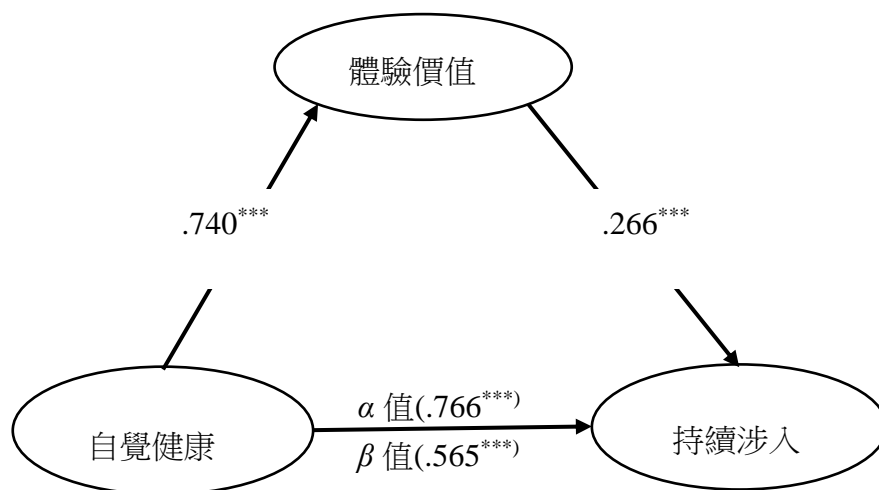


圖4-2 自覺健康、體驗價值對持續涉入路徑圖

歸納上述分析結果，可得以下2項結論：(1)體驗價值在新奇追求與持續涉入間，具部分中介效果；(2)體驗價值在自覺健康與持續涉入間，具部分中介效果，結果彙整如表4-29：



表4-29 各變項中介效果驗證結果彙整表

項次	自變項	中介變項	依變項	驗證結果
1	新奇追求	體驗價值	持續涉入	部分中介
2	自覺健康	體驗價值	持續涉入	部分中介

伍、未來建議與討論

依據研究結果，本研究補足市民農園在文獻方面缺口，以及四變相間的關係，並發現欽羨追求、體驗價值與自覺健康對持續涉入具預測力，亦為本研究的貢獻。本節提出以下具體建議，以供市民農園體驗者、市民農園經營者及相關單位、未來研究之參考，說明如下：

一、對市民農園體驗者之建議

參與市民農園的活動時，以輕鬆愉悅的心情前往即可；農園的工作並不設限性別，研究結果中女性的比例佔大多數，所需的金額也不高，因此不會為經濟上帶來太大的負擔；藉由勞動以及人際關係上的交流，更可以改善社會層面的自覺健康，益處相當多，而參與市民農園的活動，除了可以滿足新奇追求的心理，改善自覺健康外，更可以產生良好的體驗價值，且後續的持續涉入情形也會有良好的發展。

二、對市民農園經營者之建議

(一)不定期舉辦各式活動以滿足大眾追求新事物的心理，吸引民眾參與

市民農園體驗者，之所以會選擇到農園進行農耕，除了可能是嚮往田園生活的悠哉外，想要打發生活中的無聊感也是主要的原因之一，且在活動中滿足了新奇追求的慾望，也可以提供體驗者良好的體驗價值，讓短暫的休閒體驗活動得以延伸成為休閒習慣，因此建議經營者及相關單位，可以舉辦更多的不同種類且具趣味性的活動，如一日體驗，除了可以推廣市民農園外，也可以提升民眾參加農園的興趣，以滿足新奇追求的心理，給予良好的體驗感受，進而對市民農園產生關注，並持續參與。

(二)提升設施設備品質，提供民眾諮詢窗口，增加市民對農園滿意度

階層迴歸分析的數據，得知好的體驗價值，可以讓民眾對於市民農園的活動有持續參加的意願，體驗價值是新奇追求以及自覺健康對持續涉入的重要中介變項，而為了讓參與者可以獲得良好的體驗價值，可以從農園的設施設備開始，固定對環境進行清潔，維修並更新農園設備，並設立民眾諮詢窗口，以及意見反饋的信箱等，那麼對於體驗的第一印象也會加分有良好的服務也會有良好的體驗價值，亦可達到讓民眾持續涉入市民農園，而使農園達到永續經營的目的。



參考文獻

- 方佩欣、張少熙、蕭玲妃(2013)。臺北市運動中心使用者之自覺健康狀態、參與動機、休閒涉入及休閒滿意之相關研究。臺大體育學報，24，37-48。
- 王宗進、陳麗玉(2005)。東海大學教職員工生活型態與健康自覺關係之研究。彰化師大體育學報，5，189-212。
- 朱永蕙、劉嘉麒(2016)。體驗行銷、體驗價值、滿意度與再購意願之研究—以C-Bike為例。島嶼觀光研究，9(3)，53-74。
- 江書杰(2008)。瑜珈參與者的自覺健康狀況、社會支持與流暢體驗之研究。大葉大學運動休閒管理學系碩士論文，未出版，彰化。
- 池文海、張書豪、吳文龍(2009)。觀光休閒旅館之消費者體驗研究。東吳經濟商學學報，67，47-78。
- 吳宗瓊、鄭智鴻、楊淑娟、莊庭禎(2003)。「農耕體驗型」與「遊憩型」市民農園之產品/服務策略之分析。農業經營管理，9，172-195。
- 吳政杰(2006)。飛行傘冒險遊憩活動參與者參與動機、持續涉入及涉入後行為之相關研究。大仁科技大學休閒健康管理研究所碩士論文，未出版，屏東。
- 呂宇晴、林源明、許泓恩(2010)。南開科技大學學生健走活動參與動機、休閒體驗與持續涉入。休閒保健期刊，3，103-113。
- 呂霽原(2013)。釣蝦場參與者之參與動機及人格特質對持續涉入關係之研究。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文，未出版，彰化。
- 李岳修、李陸臻(2013)。單車旅遊之新奇感、體驗對忠誠度之研究—以嘉義縣朴子溪自行車道為例。島嶼觀光期刊，6(1)，27-48。
- 李莉薇(2009)。飛盤狗運動參與者之休閒動機、持續涉入與幸福感之研究。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義。
- 李建霖(2015)。大學一年級體育課體驗價值程度對再修課意願之影響。華醫社會人文學報，32，23-38。
- 李城忠、陳益壯、陳怡方(2011)。運動志工持續涉入、團隊認同與滿意度之關係研究—以彰化縣高山青車隊為例。運動休閒管理學報，8(1)，142-157。
- 易巧玲(2011)。花蓮市日托站老人使用經驗對心流體驗與自覺健康及功能性體適能之影響。國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系碩士論文，未出版，花蓮。
- 林志鈞、吳淑女(2012)。休閒產業分析與個案探討。臺北：華都。
- 林佳臻、杜明燦、陳俊傑、陳宣志、顏啟華、李孟智(2013)。臺灣地區老人自覺健康狀況相關因子之探討。臺灣老年醫學暨老年學雜誌，8(2)，75-89。
- 邱發祥、彭武男、范淑貞、江榮吉(2001)。市民農園發展之研究。桃園區農業改良場研究彙報。46，27-40。
- 高金城(2013)。社區微型農業的創新經營模式。國立交通大學客家文化學院客家社會與文化學程碩士論文，未出版，新竹。
- 張孝銘、林莞任、李城忠(2009)。登山冒險持續涉入模式之研究。運動休閒管理



- 學報，6(1)，133-151。
- 許智鈞(2009)。公務人員休閒運動參與和自覺健康狀況之研究－以彰化縣為例。國立彰化師範大學運動健康研究所碩士論文，未出版。
- 郭正德、吳宜穎(2014)。自行車運動觀光吸引力、體驗價值對重遊意願影響之研究。真理大學運動知識學報，1，34-56。
- 郭鴻儒(2008)。路跑比賽運動員動機、健康行為與自覺健康之探討。大葉大學運動事業管理學系碩士論文，未出版，彰化。
- 陳均淳(2011)。新奇追求、認真性休閒與遊客滿意度之關係－以臺北地區原住民主題博物館為例。中國文化大學商學院觀光事業學系碩士論文，未出版，臺北。
- 陳甦彰、黃秀美(2009)。澎湖海洋牧場遊客體驗品質、體驗情緒、體驗價值對忠誠度之影響研究。服務業管理評論，7，74-98。
- 陳寬裕、王正華(2010)。論文統計分析實務：SPSS 與 AMOS 的運用。臺北：五南。
- 黃光政(2001)。臺灣休閒農業分類與經營發展規劃。農業推廣文彙，46，149-157。
- 黃邦軒(2011)。體驗行銷、顧客滿意度、行為意向研究之分析。真理大學資訊運用學系碩士論文，未出版，臺中。
- 黃孟立、湯大緯、何慶燕(2012)。休閒動機與休閒生活型態對自覺健康的影響－以台南縣國民中學教師為例。運動休閒管理學報，9(1)，74-100。
- 黃淑芬(2015)。高山登山者韌性人格、風險知覺、登山體驗、休閒滿意度對持續涉入影響之研究。大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文，未出版，彰化。
- 黃寶梅(2014)。體驗品質、體驗價值、新奇追求、滿意度與行為意圖關係之研究－以華山 1914 文化創意產業園區為例。稻江科技暨管理學院休閒遊憩與旅運管理學系碩士論文，未出版，嘉義。
- 黃振紅、呂碧琴(2013)。北海岸區域自行車休閒參與者持續涉入、休閒體驗與休閒滿意度。臺灣體育學術研究，54，73-92。
- 葉家璠(2015)。打狗英國領事館文化園區遊客休閒動機、體驗價值重遊意願之研究。國立屏東大學生態休閒教育教學碩士學位學程碩士論文，未出版，屏東。
- 鄒京甫(2014)。高齡競賽涉入程度、自覺健康與規律運動行為之相關研究-以阿公阿嬤健康活力秀為例。國立臺灣師範大學運動與休閒學院運動休閒與餐旅管理研究所碩士論文，未出版，臺北。
- 劉泳倫、謝龍發(2014)。旅遊動機、體驗價值與重遊意願之研究－以鹿港遊客為實證。休閒產業管理學刊，7(2)，75-96。
- 劉曉蔓、湯慧娟、宋一夫、鄭憲成、鄭振洋(2014)。銀髮族參與二子坪登山步道之持續涉入、休閒效益與重遊意願之相關研究。高應大體育學刊，13，14-26。
- 歐秋萍(2013)。澎湖社區老人社會支持、自覺健康、社會參與對生活品質之影響。國立澎湖科技大學服務業經營管理研究所碩士論文，未出版，澎湖。
- 謝汝軒(2016)。直排輪運動參與者參與動機、流暢經驗與持續涉入關係之研究。



- 國立屏東大學體育學系碩士論文，未出版，屏東。
- 簡彩完、李世昌、黃長發(2007)。臺中地區室內游泳池消費者體驗價值之研究。生物與休閒事業研究，5(1)，104-115。
- 鄭峰茂(2010)。遊憩動機、持續性涉入及遊後關係之研究－以高山登山者為例。休閒運動健康評論，1(2)，100-119。
- 戴仲平(2013)。新奇追求對情境涉入與滿意度之研究－以鹽水蜂炮活動為例。國立嘉義大學觀光休閒管理研究所碩士論文，未出版，嘉義。
- Babbin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, 20, 644-656.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182.
- Dianne, L. S., Marie, E. C., & Kathleen, P. (1989). Health perceptions and lifestyles of the elderly. *Research in Nursing and Health*, 12, 93-100.
- Frank-Stromborg, M., Pender, N. J., Walker, S. N., & Sechrist, K. R. (1990). Determinants of health-promoting lifestyle in ambulatory cancer patients. *Social Science in Medicine*, 31(10), 1159-1168.
- Greenberg, J. S., Dintiman, G. B., & Oakes, B. M. (2004). Physical Fitness and Wellness: Changing the Way You Look, Feel, and Perform (3rd ed.). Danvers, MA: Human Kinetics.
- Jang, S., & Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction. *Tourism Management*, 28, 580-590.
- Lee, T., H., & Crompton, J. (1992). Measuring novelty seeking in tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 732-751.
- Mathwick, C., Malhotra, N. K., & Rigdon, E. (2001). Experiential value: Conceptualization, measurement and application in the catalog and internet shopping environment. *Journal of Consumer Research*, 28, 39-56.
- McIntyre, N. (1989). The personal meaning of participation: Enduring involvement. *Journal of Leisure Research*, 21(2), 167-179.
- Petrick, J. F. (2002). An examination of golf vacation's novelty. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 384-400.
- Schmitt B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15, 53-67.
- Svedberg, P., Lichtenstein, P., & Pedersen, N. L. (2001). Age and sex differences in genetic and environmental factors for self-rated health: A twin study. *The Journals of Gerontology Series B : Psychological Sciences and Social Sciences*, 56(3), 171-178.
- Tessier, S., Vuillemin, A., Bertrais, S., Boini, S., Bihan, E. L., Oppert, J. M. (2007).



Association between leisure-time physical activity and health-related quality of life changes over time. *Preventive Medicine*, 44, 202-208.

Wellman, J. D., Roggenbuck, J. W., & Smith, A. C.(1982). Recreation specialization and norms of depreciative behavior among canoeists. *Journal of Leisure Research*, 14(4), 323-340.

