

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

日月潭水域活動參與者休閒動機、休閒涉入、休閒阻礙
、休閒效益及忠誠度之關係研究

A Study on Relationships among Leisure Motivation, Leisure
Involvement, Leisure Constraints, Leisure Benefit and Loyalty of
Sun Moon Lake Water Participants

吳仕強

Shih-Chiang Wu

指導教授：丁誌紋 博士

Advisor: Chih-Wen Ting, Ph.D.

中華民國 109 年 6 月

June 2020

南華大學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士學位論文

日月潭水域活動參與者休閒動機、休閒涉入、休閒阻礙、
休閒效益及忠誠度之關係研究

A Study on the Relationship among Leisure Motivation,
Leisure Involvement, Leisure Constraints, Leisure Benefit
and Loyalty of Sun Moon Lake Water Participants

研究生：吳仕強

經考試合格特此證明

口試委員：周靈山

于健

丁誌敏

指導教授：丁誌敏

系主任(所長)：丁誌敏

口試日期：中華民國 109 年 6 月 16 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
108學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：日月潭水域活動參與者休閒動機、休閒涉入、休閒阻礙、
休閒效益及忠誠度之關係研究

研究生：吳仕強

指導教授：丁誌紋 博士

論文摘要內容：

近年來，因為國人之經濟水準提高及水域活動相關法令的解禁，參與水域休閒活動的遊客數量逐漸提升。其中，因環保意識抬頭，低碳、無污染的水域休閒活動如獨木舟、立式划槳、水上腳踏車等，更躍升為最受國人歡迎的水上休閒活動之一。本研究旨在探討日月潭水域活動參與者休閒動機、休閒涉入、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度之關係，以了解日月潭水域活動參與者之需求。

本研究的研究範圍為日月潭國家風景區，並以參與日月潭水域活動之遊客為主要研究對象，並於研究區域施行便利抽樣法對水域活動參與者施測，共回收正式問卷 509 份。資料分析方式使用 SPSS 23.0 進行描述性統計分析、信效度分析、相關分析及差異分析，並以 AMOS 結構方程式模式進行各變項之路徑關係檢定，用來得知各變項間的關係，研究結果顯示：

- (1) 日月潭水域活動參與者之休閒動機對休閒涉入呈現顯著正向影響。
- (2) 日月潭水域活動參與者之休閒動機與休閒阻礙呈現顯著負向影響。
- (3) 日月潭水域活動參與者之休閒涉入與休閒效益呈現顯著正向影響。
- (4) 日月潭水域活動參與者之休閒阻礙與休閒效益呈現顯著負向影響。
- (5) 日月潭水域活動參與者之休閒效益與忠誠度呈現顯著正向影響。

前述研究結果提供日月潭水域活動業者及相關單位作為經營管理或政策擬定之參考。

關鍵字：日月潭水域活動、休閒動機、休閒阻礙

Title of Thesis : A Study on Relationships among Leisure Motivation
Leisure Involvement, Leisure Constraints, Leisure Benefit and Loyalty of
Sun Moon Lake Water Participants

Name of Institute : Master program in Tourism management,
Department of Tourism Management, Nanhua University

Graduate Date : June 2020

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : Shih-Chiang Wu

Advisor : Chih-Wen Ting, Ph.D.

Abstract

In recent years, with the improvement of the economic level of the country and the lifting of the ban on water activities, the number of tourists participating in water leisure activities has gradually increased. Among them, due to the rising awareness of environmental protection, low-carbon, pollution-free water leisure activities such as Kayaking, Stand Up Paddle board, and water cycle have become one of the most popular water leisure activities among the Chinese. The purpose of this study is to explore the relationship between leisure motivation, leisure involvement, leisure constraints, leisure benefit and loyalty of Sun Moon Lake water activity participants, in order to understand the needs of Sun Moon Lake water activity participants.

This study took Sun Moon Lake as the field of study, and took tourists who participated in the activities of Sun Moon Lake waters as the main object of study. The convenience sampling method was used to conduct the test in the local area, and a total of 509 formal questionnaires were recovered. Data analysis method uses SPSS 23.0 for descriptive statistical analysis, reliability and validity analysis, correlation analysis and difference analysis, and uses AMOS structural equation mode to conduct path relationship verification of each variable to understand the relationship between each variable. research shows:

- (1) The leisure motives of participants in the activities of Sun Moon Lake have a significant positive impact on leisure involvement.
- (2) The leisure motives and leisure constraints of participants in the activities of Sun Moon Lake waters show a significant negative impact.

- (3) The leisure involvement and leisure benefits of participants in the activities of the Sun Moon Lake waters have a significant positive impact.
- (4) The leisure constraints and leisure benefits of participants in the activities of the Sun Moon Lake water show a significant negative impact
- (5) The leisure benefits and loyalty of participants in the activities of the Sun Moon Lake waters have a significant positive impact.

The aforementioned research results provide the Sun Moon Lake water activity companies and relevant units as a reference for management or policy formulation.

Keywords: Activities of Sun Moon Lake, Leisure Motivation, Leisure Constraints



目錄

中文摘要.....	I
Abstract.....	II
目錄.....	IV
圖目錄.....	VII
表目錄.....	VIII
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	3
1.3 研究範圍與限制.....	4
1.4 研究流程.....	5
第二章 文獻探討.....	6
2.1 日月潭水域活動.....	6
2.1.1 日月潭水域活動定義及範圍.....	6
2.2 休閒動機.....	8
2.2.1 休閒動機的定義與內涵.....	8
2.2.2 休閒動機衡量方法.....	9
2.3 休閒涉入.....	11
2.3.1 休閒涉入的定義與內涵.....	11
2.3.2 休閒涉入衡量方法.....	13
2.4 休閒阻礙.....	15
2.4.1 休閒阻礙的定義與內涵.....	15
2.4.2 休閒阻礙衡量方法.....	17
2.5 休閒效益.....	19
2.5.1 休閒效益的定義與內涵.....	19
2.5.2 休閒效益衡量方法.....	20
2.6 忠誠度.....	22
2.6.1 忠誠度的定義與內涵.....	22
2.6.2 忠誠度衡量方法.....	23

2.7 休閒動機、休閒涉入、休閒阻礙、休閒效益忠誠度之關係.....	25
2.7.1 休閒動機與休閒涉入之關係.....	25
2.7.2 休閒動機與休閒阻礙之關係.....	26
2.7.3 休閒涉入與休閒效益之關係.....	26
2.7.4 休閒阻礙與休閒效益之關係.....	27
2.7.5 休閒效益與忠誠度之關係.....	28
第三章 研究方法.....	29
3.1 研究假說.....	29
3.2 研究架構.....	30
3.3 研究對象.....	31
3.4 操作型定義與問卷設計.....	32
3.4.1 休閒動機.....	32
3.4.2 休閒涉入.....	33
3.4.3 休閒阻礙.....	34
3.4.4 休閒效益.....	35
3.4.5 忠誠度.....	36
3.4.6 個人背景變項.....	38
3.5 資料分析方法.....	38
3.5.1 敘述性統計分析.....	39
3.5.2 信度與效度分析.....	39
3.5.3 驗證性因素分析.....	39
3.5.4 差異分析.....	40
3.5.5 結構方程式(SEM).....	40
第四章 研究結果與討論.....	41
4.1 預試問卷信效度檢定.....	41
4.2 有效樣本之基本屬性分析.....	47
4.2.1 人口背景變項.....	47
4.2.2 日月潭水域活動變項.....	49
4.3 研究構面敘述性統計分析.....	51
4.3.1 休閒涉入敘述性統計分析.....	51
4.3.2 休閒動機敘述性統計分析.....	52
4.3.3 休閒阻礙敘述性統計分析.....	54
4.3.4 休閒效益敘述性統計分析.....	55
4.3.5 忠誠度敘述性統計分析.....	57
4.4 因素分析及信效度檢定.....	58

4.5 結構方程測量模式分析.....	64
4.5.1 各構面測量模型適配度.....	64
4.5.2 測量模式驗證性分析.....	65
4.5.3 休閒動機、休閒涉入、休閒效益二階驗證性因素分析.....	75
4.6 結構方程整體模式分析.....	80
4.6.1 整體模式分析.....	80
4.7 差異分析.....	91
4.7.1 性別對於各構面之差異分析及討論.....	91
4.7.2 年齡對於各構面之差異分析及討論.....	94
4.7.3 職業對於各構面之差異分析及討論.....	97
4.7.4 月收入對於各構面之差異分析及討論.....	100
第五章 結論與建議.....	104
5.1 結論.....	104
5.2 建議.....	108
參考文獻.....	111
一、中文部分.....	111
二、英文部分.....	117
附錄 問卷調查.....	119

圖目錄

圖 1. 1 研究流程圖	5
圖 3. 1 研究架構圖	30
圖 4. 1 整體模式路徑圖	91



表目錄

表 3.1 休閒動機量表	32
表 3.2 休閒涉入量表	34
表 3.3 休閒阻礙量表	35
表 3.4 休閒效益量表	36
表 3.5 忠誠度量表	37
表 4.1 休閒涉入前測因素分析表	42
表 4.2 休閒動機前測因素分析表	43
表 4.3 休閒阻礙前測因素分析表	44
表 4.4 休閒效益前測因素分析表	45
表 4.5 忠誠度前測因素分析表	46
表 4.6 人口背景變項分析表 (N=509)	48
表 4.7 日月潭水域活動體驗項目分析表 (N=509)	49
表 4.8 日月潭水域活動曾參與次數分析表 (N=509)	49
表 4.9 日月潭水域活動停留時間分析表 (N=509)	50
表 4.10 日月潭水域活動總花費分析表 (N=509)	50
表 4.11 休閒涉入敘述性統計分析表(N=509)	52
表 4.12 休閒動機敘述性統計分析表(N=509)	53
表 4.13 休閒阻礙敘述性統計分析表(N=509)	54
表 4.14 休閒效益敘述性統計分析表(N=509)	56
表 4.15 忠誠度敘述性統計分析表(N=509)	58
表 4.16 休閒涉入因素分析表(正式)	58
表 4.17 休閒動機因素分析表(正式)	59
表 4.18 休閒阻礙因素分析表(正式)	61
表 4.19 休閒效益因素分析表(正式)	62
表 4.20 忠誠度因素分析表(正式)	63
表 4.21 各構面測量模型適配度評鑑表(刪題後一階模型)	65
表 4.22 休閒涉入構面之驗證性分析表	66
表 4.23 休閒動機構面之驗證性分析表	67
表 4.24 休閒阻礙構面之驗證性分析表	68
表 4.25 休閒效益構面之驗證性分析表	70
表 4.26 忠誠度構面之驗證性分析表	71
表 4.27 休閒涉入區別效度檢定表	72
表 4.28 休閒動機區別效度檢定表	73
表 4.29 休閒阻礙區別效度檢定表	73
表 4.30 休閒效益區別效度檢定表	74

表 4.31 休閒涉入、休閒動機、休閒效益二階模型適配度評鑑表	75
表 4.32 休閒涉入二階驗證性分析表	76
表 4.33 休閒動機二階驗證性分析表	77
表 4.34 休閒效益二階驗證性分析表	79
表 4.35 整體模式適配度評鑑表	80
表 4.36 整體模式驗證性因素分析表	81
表 4.37 路徑關係檢定表	84
表 4.38 性別變項對於各構面差異分析統計表	92
表 4.39 年齡變項對於各構面差異分析統計表	95
表 4.40 職業變項對於各構面差異分析統計表	99
表 4.41 平均月收入變項對於各構面差異分析統計表	102



第一章 緒論

本研究之中心目的在於透過日月潭水域活動之參與者進行問卷調查，探討參與日月潭水域活動之參與者休閒動機、休閒涉入、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度的關聯性。本章共分四節，第一節描述本研究之研究背景與研究動機；第二節則說明研究目的為何；第三節針對研究範圍與限制進行說明；第四節說明研究流程。

1.1 研究背景與動機

近年來，因為國人之經濟水準提高及水域活動相關法令的解禁，參與水域休閒活動的遊客數量逐漸提升，且臺灣屬於美麗的海島國家，小島之內部又有許多平靜水域，因此台灣相當適合大力推動水域相關活動（黃坤得、許成源，2002）。如今受環保意識抬頭影響，低碳、無污染的水域休閒活動如獨木舟、立式划槳、水上腳踏車等，逐漸成為最受國人歡迎的水上休閒活動之一。此外，政府相關單位為推展水域休閒活動、提升國人水域安全意識及發展地方休閒產業，也提出相關政策鼓勵民眾參與水域活動，例如：教育部體育署自民國 105 年至民國 110 年推動「運動 i 臺灣」計畫，其中子計畫「水域運動樂活計畫」辦理水域活動體驗營、水上運動嘉年華等活動，結合運動推廣及地方產業發展，希望能透過辦理多元的親水活動，提升國民生活品質，因此，臺灣水域休閒活動開始蓬勃發展。

基於以上的分析可知，水域活動已然成為臺灣民眾的重要休閒方式，對臺灣整體休閒活動發展有其重要性。日月潭國家風景區位處臺灣中心位置，交通便利，區域內擁有獨特的人文資源與自然景觀，是目前臺灣最受國內外旅客歡迎的旅遊景點之一，更是國外觀光客來到臺灣的必訪之處。而日月潭作為全臺最大的內陸湖泊，除了擁有豐富的生態、人文環境，平靜優美的湖面也相當適合從事水域休閒活動，是國內新興的水域休

間活動地點，因此本研究選擇日月潭作為研究地點，並以水域活動參與者為對象，進行水域活動參與者之休閒動機、休閒涉入、休閒阻礙、休閒效益與忠誠度研究。

在水域休閒活動的推廣上，如何吸引多元背景之遊客進行體驗，進而擴大遊客的休閒動機並排除遊客的休閒阻礙，盡量使每位遊客皆能達到休閒、放鬆的效益，最終達到對日月潭水域活動擁有高忠誠度的目標，乃政府機關與業者的重要任務。由文獻內容得知 Dimanche, Havitz, and Howard (1991)認為休閒涉入與是否參加休閒活動有高度的關聯，因此其認為休閒涉入是個體加入休閒活動中的主要的因素。不同休閒涉入的休閒活動參與者休閒動機也可能不同。因此，如果能針對休閒涉入相異的遊客進行不同的行銷手段，激發遊客的休閒動機，則能將水域休閒活動推廣給更多客群。

而謝旻珊(2016)針對女性水肺潛水者的研究發現，休閒涉入對休閒阻礙有預測力；休閒動機與休閒涉入、阻礙具有高度相關。其研究顯示休閒動機越高，則其對於休閒活動之涉入也會提高；而休閒動機越高，則阻礙越低。此研究結果說明提升遊客休閒動機的重要性，用不同的方式提升遊客休閒動機，不僅能降低其休閒阻礙，更能讓水域休閒活動更落實到遊客的生活之中。

另外，張有義(2019)針對立式划槳參與者的研究得知，休閒動機對休閒效益具有高度相關，其中休閒動機可以正向影響休閒效益。也就是當休閒動機越高，則休閒效益越高。曹校章、鄭志富(2006)研究於東北部進行海域活動者發現，休閒動機會影響休閒阻礙，且休閒動機對於忠誠度有32%之解釋力。促使遊客認為本次水域活動體驗的效益高低，取決於其旅遊動機。最後促使遊客再次體驗並宣揚水域活動的樂趣，進而成為忠誠度高的遊客，是政府相關單位及業者努力的方向。如果能更了解遊客忠誠度，將有助於各種行銷方式的推行。

綜觀水域活動的相關研究，針對旅遊動機、休閒效益的研究較多，以休閒阻礙、休閒涉入與忠誠度的研究相對較少，而同時囊括五個變項並進行整體模式建構的研究更是少數，如果能建構出日月潭水域活動參與者的整體行為模式，相信無論是對於政府相關單位推廣政策或是業者的經營行銷上皆會有重要意義與幫助，本研究希望藉由探討日月潭水域活動參與者之休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度間的關係進行研討，希冀提供政府單位、水域活動業者於推廣日月潭水域活動時可以作為參考依據。

1.2 研究目的

有鑑於前述之研究背景與動機，本研究想了解日月潭水域活動參與者的休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度之間的相互關係，因此敘述本研究之目的如下所列：

- (1) 瞭解日月潭水域活動參與者之背景變項。
- (2) 比較不同背景的日月潭水域活動參與者之休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度之差異情形。
- (3) 探討日月潭水域活動參與者休閒動機及休閒涉入之關係。
- (4) 探討日月潭水域活動參與者休閒動機及休閒阻礙之關係。
- (5) 探討日月潭水域活動參與者休閒涉入及休閒效益之關係。
- (6) 探討日月潭水域活動參與者休閒阻礙及休閒效益之關係。
- (7) 探討日月潭水域活動參與者休閒效益及忠誠度之關係。

1.3 研究範圍與限制

為探討日月潭水域活動參與者的休閒動機、休閒涉入、休閒阻礙、休閒效益與忠誠度，且根據日月潭國家公園管理處公告之「日月潭水域遊憩活動注意事項」中，明確說明日月潭水域活動僅開放以下水域進行活動：

- (1) 磐石水域：自纜車站東南側角落(C點，N23°51.081 E120°56.066)及伊達邵碼頭八角亭東北側端點(D點，N23°50.992 E120°55.777)連線以南範圍。
- (2) 朝霧水域：自朝霧碼頭(A點，N23°52.069 E120°54.973)及文武廟峽角(B點，N23°52.093 E120°55.564)連線以北範圍。
- (3) 月潭水域：自玄光碼頭(G點，N23°51.136 E120°54.740)及育樂亭(H點，N23°51.689 E120°54.440)連線以西範圍，含北旦地區水域，不含經濟部公告之「限制活動蓄水域」範圍。
- (4) 聖愛水域：以E、F點連線以南範圍(E點，N23°51.162 E120°56.258)；(F點，N23°51.033 E120°55.105)。

而日月潭水域活動民營業者主要以伊達邵碼頭所在之磐石水域為主要分布區域，且考量研究者之財力、人力不足，因此本研究之研究範圍以日月潭磐石水域為主。

另外依據前述說明之「日月潭水域遊憩活動注意事項」內容限制日月潭水域能進行之水域活動：「只開放從事非動力之水域休閒活動，例如：風浪板、立式划槳、獨木舟、手划船、及水上腳踏車等」。而目前日月潭水域活動業者大多僅提供獨木舟、水上腳踏車、立式划槳三種類之活動，因此本研究僅針對一般遊客到日月潭能體驗到之獨木舟、水上腳踏車、立式划槳活動進行研究，其餘種類之水域活動不在本研究之研究範圍內。

1.4 研究流程

本研究之研究流程，第一步為確定題目及範圍，並開始尋找並整理國內外文獻資料進行文獻回顧及探討，以確立本研究之研究動機與目的。接著，藉由探討文獻，擬定研究假設、完成研究架構並根據研究架構進行研究問卷設計。研究問卷產出後，即前往研究地點發放研究問卷並根據回收之問卷資料進行統計分析。最後，依據分析結果資料，提出相關之結論與建議，如圖 1.1 研究流程圖所示。

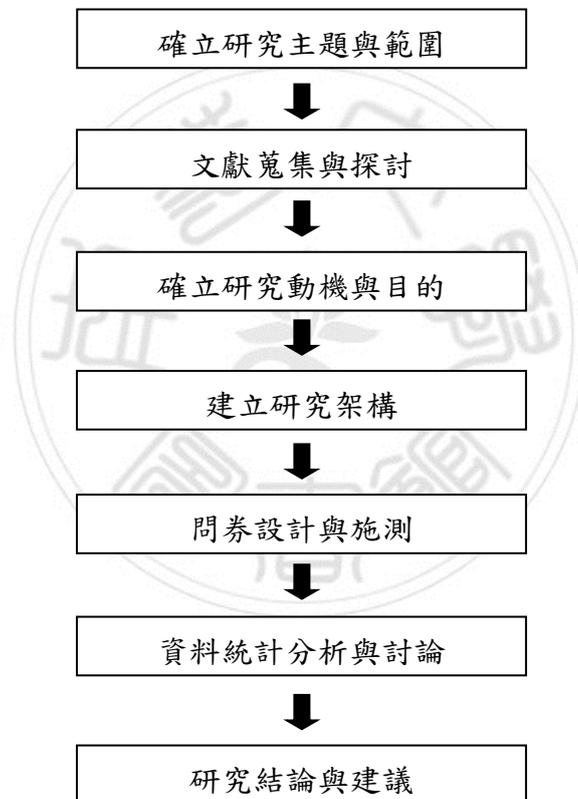


圖 1.1 研究流程圖

資料來源：本研究整理

第二章 文獻探討

此章節將先針對日月潭水域活動進行相關文獻探討，再整理並探討國內外休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度等五個研究構面之相關文獻，最後進行各構面間相關研究之討論，用來建構本研究之理論基礎。此章節分為七節：一開始說明日月潭水域活動相關文獻；第二節說明休閒涉入定義與衡量方法；第三節說明休閒動機之定義與衡量方法；第四節說明休閒阻礙的定義與相關理論；第五節說明休閒效益之定義與相關理論；第六節說明忠誠度之定義與相關理論；第七節說明休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度之關聯性研究。

2.1 日月潭水域活動

2.1.1 日月潭水域活動定義及範圍

有關水域活動之定義，國內有許多學者提出相關定義：張培廉(1994)認為水域活動是人類以身體或藉由器材在水體中行進或停留以完成其目的之方式。葉公鼎(2003)指出凡是在水中進行身體運動，或是在水域徒手或以機械操作的活動，這些活動皆可稱之為水域運動。陳正男(2004)以休閒、觀光角度提出在海洋中進行娛樂或競賽等讓身體身心健康的活動，皆可被定義為水域活動。

參考國內水域相關法令可以得知，民國 108 年發布的「水域遊憩活動管理辦法」中定義水域活動為在水域進行下列活動：游泳、衝浪、潛水、操作乘期風浪板、手划船滑水板、拖曳傘、拖曳浮胎、水上摩托車、獨木舟、泛舟艇、香蕉船、橡皮艇、水上腳踏車、風箏衝浪、立式划槳等各類器具之活動，以及其他經主管機關公告之水域遊憩活動。

日月潭國家風景區管理處公告之「日月潭水域遊憩活動管理事項」中，明確說明日月潭水域活動僅開放以下水域進行活動：

- (1) 磐石水域：自纜車站東南側角落(C點，N23°51.081 E120°56.066)及伊達邵碼頭八角亭東北側端點(D點，N23°50.992 E120°55.777)連線以南範圍。
- (2) 朝霧水域：自朝霧碼頭(A點，N23°52.069 E120°54.973)及文武廟峽角(B點，N23°52.093 E120°55.564)連線以北範圍。
- (3) 月潭水域：自玄光碼頭(G點，N23°51.136 E120°54.740)及育樂亭(H點，N23°51.689 E120°54.440)連線以西範圍，含北旦地區水域，不含經濟部公告之「限制活動蓄水域」範圍。
- (4) 聖愛水域：以E、F點連線以南範圍(E點，N23°51.162 E120°56.258)；(F點，N23°51.033 E120°55.105)。

其餘處於劃設界線之外的水域，除執行公務、緊急救難所必需或經申請核准者外，禁止從事水域遊憩活動。因此本研究依據上述文獻整理出日月潭水域活動之定義為：「於日月潭國家風景區遊憩水域進行無動力水域活動，例如風浪板、手划船、立式划槳、獨木舟、水上腳踏車及其他行為」。

2.2 休閒動機

2.2.1 休閒動機的定義與內涵

「休閒」一詞，英文是 Leisure，原意是「被允許」，其拉丁字源為 Licere。而如果是從字源一詞的角度看休閒，休閒是指一段時間沒有在謀生和工作的時間，以放鬆而優雅的心情增強了哲學和藝術的人文價值(呂建政，1999)。張春興(2007)指出，動機(Motivation)是導致個人活動，將該活動導向特定目標的內部過程。

Crandall(1980) 提出，休閒動機是基於個人對休閒和娛樂的需求，這導致個人從事並維持休閒活動，並通過發生休閒活動來滿足個人的需求，從而引導該活動朝著某個目標的內部過程發展，藉由透過休閒活動行為的發生來滿足個體之遊憩需求。Beard & Ragheb(1983)認為，個人在參與休閒活動的心理層面或社會層面的理由可以稱之為休閒動機。Iso-Ahola(1989)表示休閒動機是個人參加休閒活動時的原因，它具有兩個基本特徵，即追求和逃避。在逃脫部分，個人可以離開人際網絡的世界，他是一種強大的休閒動機，可以應對個人生活中的障礙(楊德宣，2012)。

國內學者葉日武(1997)認為動機是無形的力量，可以導致某種行動並提供指導，促使我們從事某種行為。林子揚(2009)指出動機是一種內在動力，可以驅動生命去做某事，不管是動物欲滿足食物的需求，或是人類渴望實現自我，它皆是所有行為背後的強大推力。馬英華(2013)認為休閒動機是由於諸如興趣或期望之類的因素而產生的，這些動機促使個人從事特定的休閒活動並滿足自己的需求。郭芯怡(2015)表示休閒動機指的是參與休閒體驗的人，為了消除某種經驗差距或焦慮，經由心理所引發出來的驅動力或衝動力。綜合前述學者的看法，我們可以得知當動機廣泛應用在休閒領域，可以幫助研究者更認識休閒活動參與者在參與休閒活動時的

心理因素並解釋參與者參加休閒活動的動力為何。

本研究整理國內研究者對於休閒動機的相關研究如下：李懷生(2009)針對墾丁水域活動參與者進行研究，並將休閒動機分為休閒樂趣、刺激需求、社交取向、技巧發展、滿足自我等五個研究構面，其中以滿足自我構面分數最高，技巧發展構面分數最低。李佳容(2018)針對台灣登山健行參與者進行研究，其提出休閒動機共可分為知性動機、社交動機、主宰動機以及逃避動機等四個研究構面，其中以逃避動機分數最高，知性動機分數最低。廖淑芬(2018)針對獨木舟遊客進行研究，並將休閒動機分為好奇與學習、娛樂享受、社交互動、休閒舒壓等四個構面，其中以娛樂享受分數最高，社交互動分數最低。

綜合上述研究者對於休閒動機的相關文獻，本研究以日月潭水域活動參與者為對象，將休閒動機定義為：「水域活動參與者為了滿足某種心理需求，從而參與某種水域活動的內在力量。」

2.2.2 休閒動機衡量方法

在過去關於休閒動機的實證研究中，有需多研究者皆參考 Beard & Ragheb(1983)所建構的休閒動機量表(Leisure Motivation Scale)。此休閒動機量表可以分為四個主要構面，分別是智力性、社交性、勝任-熟練性及刺激-逃避性。以下簡單敘述四個構面之涵義：

- 一、 智力性：此構面是用來評估個案從事休閒行為的動機程度，其中包含各類心智活動如學習、探索、發現、創造。
- 二、 社交性：此構面是用來評估個案參加休閒活動時的社會性理由，其中包含人際上的需求及被他人尊重的需求。

三、 勝任－熟練性：此構面是用來評估個案在從事休閒活動的理由，例如：為了獲得成就、挑戰、競爭等，此類活動性質通常是出於身體自然本能。

四、 刺激－逃避性：此構面是用來評估個案想要逃脫或是遠離生活環境中過多刺激並避開社會接觸的持度。此動機因素是為了追求休息和放鬆自我身心。

Lounsbury & Franz(1990)在後續研究中修改 Beard & Ragheb(1983)所建構的休閒動機量表，發展出六項休閒動機構面，分別為智力性成分、社交性成分、勝任－熟練性成分、刺激－逃避性成分、興奮追求性成分、工作促進性成分等。McIntyre(1992)將休閒動機區分為表彰、創造力、實質環境、挑戰、逃避、控制等方面。

國內目前也有相當多學者參考 Beard & Ragheb(1983)所建構的休閒動機量表發展適合自身研究所適合的量表，整理如下：李懷生(2009)針對墾丁水域活動參與者進行研究，並將休閒動機分為休閒樂趣、刺激需求、社交取向、技巧發展、滿足自我等五個研究構面；顏良安(2012)以參加宜蘭童玩節之遊客為研究對象，發展出休閒動機量表有心理追求、生理追求、環境逃脫、自身逃脫等四個構面；蔡琿昕(2018)以華山 1914 園區之親子遊客為研究對象，發展出休閒動機量表共分為逃避壓力、人際互動、學習體驗、友善環境等四個構面。

回顧休閒動機的國內外研究可以發現，大部分研究者皆採用 Beard & Ragheb(1983)提出之休閒動機量表並結合其研究特性發展出適合自身研究的休閒動機量表。本研究擬參考李懷生(2009)針對墾丁水域活動參與者所編製之休閒動機量表，作為日月潭水域活動參與者休閒動機的研究工具，衡量其休閒動機，因此本研究將以休閒樂趣、刺激需求、技巧發展、滿足自我、社交取向等五個構面，衡量日月潭水域活動參與者之休閒動機。

2.3 休閒涉入

2.3.1 休閒涉入的定義與內涵

涉入(involverment)這個字，首見於美國學者 Sherif and Cantril (1947)提出的「自我涉入(ego-involvement)」概念，這個概念用於解釋一個人對事件的不同看法的態度，此態度的強度則是取決於此事件對於個人的重要程度。而 Sherif and Carl(1980)更應用此概念發展出社會判斷理論(social judgment theory)，用來表示人在接觸新事物時，會以自身原有的立場或經驗，來決定是否認可或接受此新事物。之後，Engel, Blackwell, and Miniard(2005)針對涉入的概念提出更為細緻的定義，他們覺得涉入是在特定情況下，刺激個人敢之所激發的興趣，對個人的重要性越高，代表高程度的涉入；越低則代表低程度的涉入。

涉入一開始是被用來研究社會事件中，個人態度的問題，而後在 1960 年代，Krugman (1967) 將涉入概念於廣告學中發揚光大，自此涉入的概念才逐漸開始受到行銷領域學者的重視並開始被用在行銷學上，探討消費者的消費行為。尤其學者發現涉入理論可以合理解釋消費者為何不是一直以理性決策模式進行消費行為。理性決策模式下的消費者購物時會先進行充分的資料收集、篩選、評估後才進行購買行為。而對於產品具有不同休閒涉入的消費者，在消費行為上就會有明顯差異存在，因此，營銷人員可以為參與不同休閒活動的消費者提供不同的銷售策略，以提升產品銷額。除此之外，Robertson(1976)認為涉入是指個人感覺特定產品及品牌與其理念契合的程度。Rothschild(1984)認為涉入是由特殊情況或刺激觸發的無形動機，干擾或關注狀態，會影響消費者的產品數據收集，信息處理和決策。Zaichkowsky(1985)則認為是個人根據自己的需求，價值觀和興趣關心事物的程度。綜合前述行銷領域學者對於涉入的看法後可以了解，每個人會因為對於產品涉入的不同，而影響其消費行為。歸納以上學者的觀

點，涉入是個體在參加某種活動時的心理狀態、投入和關心之程度，是個體持續參與活動，並從活動中獲得滿足感、成就感、愉悅感，然後進行一系列關心活動的行為。

涉入除了應用於行銷領域外，也受到休閒領域學者的注意，Selin & Howard(1988)將自我涉入(ego-involvement)結合休閒領域相關研究，產出「休閒涉入」的概念，他們認為休閒涉入是指個體參與休閒活動後，感受到愉悅與自我表現的程度。Harvitz & Dimanche(1990)認為，休閒涉入是個人與休閒活動，旅遊目的地或相關設備之間的一種動機，覺醒或興趣，可以通過重要性，愉悅價值，符號價值，風險可能性和風險結果程度來識別。他們甚至在1997年提出了修訂的定義：休閒參與是一種對娛樂活動或相關產品的動機，覺醒或興趣不佳的狀態，並因特定的刺激或情況而覺醒（徐新勝，2007）。McIntyre & Pigram(1992)認為在活動過程中，個人對休閒活動的認知、行為、情感會形成一個緊密且依賴的關係。綜合前述學者的看法，我們可以得知當涉入廣泛應用在休閒領域，可以幫助研究者了解休閒活動參與者在參與休閒活動時的心理狀態並解釋參與者對於休閒活動的行為。

本研究整理國內研究者對於水域活動休閒涉入的相關研究如下：陳偉仁(2005)針對台灣水肺潛水者進行研究，其認為休閒涉入是個人根據自己的感覺，需求，價值或經驗參與某種事物或活動的持續發展的程度。徐新勝(2007)針對墾丁地區衝浪活動參與者進行研究，其對於休閒涉入之定義為從這種休閒活動對個人的重要性，愉悅程度，通過活動進行自我表達的程度以及一項活動與個人生活網絡之間的聯繫程度，可以看出個人對休閒衝浪活動的整體認識。並且這種相關程度可以使個人通過刺激或刺激某種情況而產生一種不可理喻的動機或興趣喚起。覃群博（2018）針對小琉球水肺潛水之參與者進行研究，其對於休閒涉入定義為參與者於休閒涉入與

時間累積中所獲得之愉悅感並從中獲得其價值之心理感受。

綜合上述研究者對於休閒涉入的相關文獻，本研究以日月潭水域活動參與者為對象，將休閒涉入定義為：「水域活動參與者對於某一水域活動的認知程度，其中包含此活動對於參與者之吸引力、重要性、娛樂性、與自身生活的關聯性、表現自我價值的程度，且此認知程度越高，越易引發個人對於此活動之興趣與行動。」

2.3.2 休閒涉入衡量方法

有關休閒涉入的衡量方法，國外學者 Kapferer & Laurent(1985)提出消費者涉入量表(Consumer Inventory Profile; CIP)，用來量測受試者的休閒涉入程度。此量表有五大構面，分別是重要性(Importance)、愉悅性(Pleasure)、象徵性(Sign)、風險可能性(Risk Probability)、誤購風險(Risk Consequence)等五個構面組成。其中，「重要性」構面量測受試者所認知的產品重要性；「愉悅性」構面量測產品提供受試者的快樂或愉悅感；「象徵性」構面量測產品對於受試者的象徵意義；「風險可能性」構面量測受試者主觀認為購買產品後需負擔的經濟及功能風險；「誤購風險」構面表示受試者主觀認為會產生誤購的可能性。

學者 McIntyre & Pigram(1992)修正 CIP 量表，將休閒涉入分為三個構面，分別是吸引力(Attraction)、自我表現(Self-Expression)以及中心性(Centrality)。吸引力構面代表受試者能夠認知到休閒活動的重要性，且當參與活動時，能主觀感受到愉悅性；自我表現構面代表受試者能夠在參與休閒活動的過程中獲得自我的認同感；中心性構面則代表此休閒活動佔受試者平常生活的比重。

國內研究的部分，張良漢(2006)修改 McIntyre & Pigram(1992)提出之 CIP 量表，針對登山健行活動發展出休閒活動涉入量表，其量表分為吸

引力、中心性、自我表現等三個構面。葉妤貞、黃芳銘、林珊如（2007）針對大學生線上遊戲休閒涉入的研究，也是採用吸引力、中心性、自我表現等三個構面進行衡量。徐新勝（2007）針對墾丁水域活動參與者的研究也是以吸引力、中心性、自我表現等三個構面進行衡量。

回顧關於休閒涉入的國內外研究可以發現，大部分研究者皆採用 McIntyre & Pigram(1992)提出之 CIP 量表並結合其研究特性發展出適合自身研究的休閒涉入量表。因此本研究將以吸引力、中心性、自我表現三個構面，作為日月潭水域活動參與者休閒涉入的研究構面，衡量其休閒涉入程度。



2.4 休閒阻礙

2.4.1 休閒阻礙的定義與內涵

休閒阻礙的概念，最早可以追溯到1960年代，由美國戶外遊憩資源委員會提出，此概念主要是用來探討是何種因素影響了休閒遊憩行為。1980年代開始，休閒遊憩領域的相關學者，大多是以「barrier」一詞，代表阻礙一詞，用來討論影響休閒行為的因子。「barrier」根據美國韋氏辭典定義，是由於心理或生理上的特性，阻礙個人或群體自由往來。中文可以翻譯為限制、障礙、阻斷、妨礙等。(彭秀梅，2015)然而，國外學者Jackson與1988年指出，「barrier」一詞無法完全解釋休閒遊憩行為中，參與者「絕不參與」和「終止參與」的行為，所以其建議用「Constraints」來表示休閒行為的阻礙因子，會更加適合。原先「barrier」是表示阻礙的概念是在強調外在的因素影響個體參加某些休閒活動，阻礙了個人的參與。但之後有許多學者更認同以「Constraints」表示個人的休閒偏好與休閒參與當中的變數。他們認為休閒偏好、休閒阻礙、休閒參與之間存在著線性影響關係，且個人的休閒偏好是可以克服休閒阻礙，進而促使個人的休閒參與行為。(李枝樺，2004)

Iso-Ahola & Weissinger(1987)提出當個體在參與休閒活動時，使個體無法從活動中獲得滿足經驗，當中的挫折及無趣即產生了阻礙因素。Crawford & Godbey(1987)認為休閒阻礙是個人主觀觀念的影響因素，他們不喜歡或不再參與休閒活動。Jackson & Dunn(1991)表示凡是干擾休閒愛好者使其無法參加喜歡或想參加的活動，不論是何種原因都可視之為休閒阻礙。Jackson, Crawford, Godbey(1993)提出關於休閒阻礙因素的新想法，他們認為休閒阻礙應該要再更細緻的分為兩個部分：協商(Negotiation)以及平衡(Balance)。當個體在參與休閒活動時，其休閒阻

礙未必會導致其放棄參與休閒活動，也可能是面臨阻礙後，經由協商或是改變策略而成功克服此項阻礙，而順利達成參與該休閒活動的目的。

國內學者對於休閒阻礙也提出相關定義，張少熙(1994)認為休閒障礙是指抑製或減少休閒活動和娛樂次數的各種因素。賴家馨(2002)表示休閒阻礙是個人參與意願的降低，在參與過程中獲得的滿意度因素，或任何阻止或限制個人參加常規或持久偏好的休閒活動。林岳霆(2011)指出不管是由於個人的心理，身體或人際關係，環境結構等方面的原因，如果個人參加休閒活動的意願或感覺引起負面因素，就會成為休閒的障礙。

綜合前述學者的看法，我們可以得知當休閒阻礙廣泛應用在休閒領域，可以幫助研究者更了解個體參與休閒活動時，令其無法順利參與活動，或無法增加參與次數，甚至是無法延長參與時間的影響因子為何。

本研究整理國內研究者對於休閒阻礙的相關研究如下：呂榮晉(2009)針對台灣與韓國國際認證休閒潛水教練參與技術潛水的阻礙因素進行研究，並將阻礙因素分為個人阻礙、人際間阻礙以及結構性阻礙，其中以結構性因素得分最高；個人阻礙得分最低。張栢綸(2009)針對綠島的水肺潛水者的休閒阻礙進行研究，並將休閒阻礙分為個人阻礙、人際阻礙、結構式阻礙等三個研究構面，其中以結構阻礙及人際阻礙分數高於個人阻礙。陳素芬(2013)針對全國休閒網球活動參與者進行研究，其將網球活動參與者之阻礙因素分為三大類，分別為個人內在阻礙、人際阻礙、結構性阻礙，其中以個人內在阻礙得分最高；結構性阻礙得分最低。

綜合上述研究者對於休閒阻礙的相關文獻，本研究以日月潭水域活動參與者為對象，將休閒阻礙定義為：「個體主觀認知到不能或不想參與水域活動的影響因素。」

2.4.2 休閒阻礙衡量方法

國外學者 Iso-Ahola & Mannell(1985)提出休閒阻礙的三個構面：社會個人的阻礙、社會文化的阻礙以及生理的阻礙。Henderson & Taylor(1988)則認為休閒阻礙可以分為兩大因素，分別是前置阻礙因素(Antecedent)以及中介阻礙因素(Intervening)。前置阻礙因素是指影響偏好形成的因素如性別、情緒、角色等；中介阻礙因素係指已具有偏好的休閒活動，但影響個體未能充分參與的因素如：費用、時間、交通、天候等。

Crawford, Godbey, Jackson(1991)提出「休閒阻礙模式」用來表示個體參與休閒活動時遭遇阻礙因子的模式。其中將休閒阻礙分為以下三種構面：

- 一、 個人內在阻礙：個體的個人特質或心理狀態影響休閒活動的喜好或是參與意願，例如：壓力、信仰、自我能力等。
- 二、 人際間阻礙：個體在參與休閒活動時，需要有信任且可以一同參與活動的夥伴，夥伴的有無會影響休閒活動參與或喜好的程度。
- 三、 結構性阻礙：影響個體參與休閒活動及喜好程度的外在環境因素，例如：金錢、時間設備、天氣等。

國內目前有許多研究者皆參考 Crawford, Godbey, Jackson(1991)提出的休閒阻礙模式，並應用於不同主題的休閒活動研究中。廖國翔(2008)研究台北地區網球運動參與者的阻礙因素，將休閒阻礙分為個人內在阻礙、人際阻礙、生理阻礙以及結構性阻礙。林志哲(2012)研究中學教師休閒運動的阻礙因素，將休閒阻礙分為個人內在因素、人際性因素與結構性因素。林惠美(2017)研究花蓮縣勞工的休閒阻礙，將阻礙因子分為個人內在阻礙、人際間阻礙以及結構性阻礙。

回顧關於休閒阻礙的國內外研究可以發現，大部分研究者皆採用 Crawford, Godbey, Jackson(1991)提出之休閒阻礙量表並結合其研究特性發展出適合自身研究的休閒阻礙量表。本研究擬參考李懷生(2009)針對墾丁水域活動參與者所編製之休閒阻礙量表，作為日月潭水域活動參與者休閒阻礙的研究工具，衡量其休閒阻礙程度，因此本研究將採用個人阻礙、人際間阻礙、結構性阻礙等三個構面，衡量日月潭水域活動參與者之休閒阻礙。



2.5 休閒效益

2.5.1 休閒效益的定義與內涵

效益(Benefits)一詞，是代表某種好的改變，甚至是一種有利的情況。國外學者 Driver, Brown, Peterson(1991)指出，效益是一種好處，當個人、團體、社會、經濟、實際運動或其他情境有所改善時之狀態。而 Driver 在 1997 年之後續研究中強調，效益在個人方面是一種特殊的心理滿足體驗，而在對實質環境部分，是需求獲得正向的改變，此改變包含人際關係、體適能、穩定社群等。王怡菁、施慧珉(2008)表示，效益是一種「獲得」的概念，在這種概念之下，效益通常是解釋為一種有益的改變。

效益的概念被應用於休閒領域，是由國外學者 Bammel & Burrus-Bammel(1982)最早提出，他們認為休閒效益是指個體從休閒活動的參與經驗中所獲得的利益，個體參與休閒活動的過程受到環境、活動、時間、心境的刺激，後續於生理、心理、環境、經濟、社會等層面帶來影響，而這些影響由個體主觀評價是正向的，即產生休閒效益。Mannel & Stynes(1991)將休閒效益定義為遊客在參與休閒活動時，因為活動本身、環境、心境、時間的影響，進而產生心理、生理、社會、環境之結果，而這些結果被遊客加以評論後，成為休閒效益。Wankel & Berger 表示休閒效益是指個體先以不同態度投入休閒之環境、活動及時間中，在主觀判定後得到休閒之體驗，再因為活動的刺激，進而引發生理、心理、社會或環境的影響，而產生效益。

國內學者也針對休閒效益進行許多研究，並提出相關定義。高俊雄(1995)認為個體在參與休閒活動的過程中，可以幫助參與者改善其身心狀況或滿足其個人需求之現象，即是休閒效益。張少熙(2002)認為休閒效益是休閒參與者對某項運動的需求或渴望，藉由參與得到滿足時，所得到的

利益，而這樣的利益主意要是心靈上的滿足。余玥林(2004)認為，休閒效益是透過參與休閒活動之各項階段，而得到各種感受與體驗，在藉由個體主觀的感受進行評論，進一步對其產生的各種影響。

綜合前述學者的看法，我們可以得知當休閒效益廣泛應用在休閒領域，可以幫助研究者更了解個體參與休閒活動後，其得到的生理、心理、環境之影響為何，是否對個體造成正向的改變。

本研究整理國內研究者對於休閒效益的相關研究如下：彭衍芳(2010)針對台東縣關山鎮親水休閒農業區遊客的休閒效益進行研究，並將休閒效益分為心理效益、生理效益、社交效益以及教育效益，其中以心理效益得分最高；社交效益得分最低。劉蓉(2018)針對溪頭登山健行者的休閒效益進行研究，並將休閒效益分為心理效益、生理效益、社交效益、放鬆效益、知識效益以及美學效益等六個研究構面，其中以美學效益分數最高；心理效益分數最低。陳世強(2019)針對台灣重機騎士之休閒效益進行研究，其將重機騎士之休閒效益分為四大類，分別為心理效益、生理效益、社交效益、休閒效益，其中以心理效益得分最高；生理效益得分最低。

綜合上述研究者對於休閒效益的相關文獻，本研究以日月潭水域活動參與者為對象，將休閒效益定義為：「個體經由參與水域活動的過程，獲得或達到個人各類需求的滿足效果，且此類的滿足效果是個人主觀感受到的體驗。」

2.5.2 休閒效益衡量方法

國外學者 Bammel & Burrus-Bammel(1982)提出休閒效益量表，用來衡量個體參與休閒活動後所獲得之效益。其提出衡量休閒效益可以用生理效益、心理效益、放鬆效益、社交效益、教育效益以及美學效益等六大構面，分別說明如下：

- 一、生理效益：當個體參與休閒活動，可使個體在身體適能方面獲得增強，並保持自身的身體健康。
- 二、心理效益：個體藉由參與休閒活動，可以獲得精神或心理上之慰藉，或是獲得他人的認可或肯定，甚至是藉此達到自我實現的精神滿足。
- 三、放鬆效益：參與休閒活動，可以使個體放鬆身心、舒緩壓力、緩解疲勞，以達到身心靈放鬆的境界。
- 四、社交效益：個體藉由參與休閒活動，認識興趣相當的參與者，互相分享活動過程的事物，甚至因此認識新朋友，或是與舊友培養進一步的感情達到社交的效益。
- 五、教育效益：個體可以透過參與休閒活動，體驗不同領域的活動，提升自身的多元知識，甚至是以此提升自己的生活品質。
- 六、美學效益：參與休閒活動的過程，個體可以透過觀賞、體驗提升自身的美感，甚至可以藉由參與休閒活動增加自己的審美意識。

Mannel & Stynes(1991)提出休閒效益衡量可以藉由五個構面進行，分別是生理效益、心理效益、環境效益、經濟效益與社會效益。Cordes & Ibrahim(1999)則認為休閒效益的衡量，應該可以分為四大構面進行探討，分別是生理效益、心理效益、情感效益以及社會效益。

目前國內有許多研究者參考國外學者 Bammel & Burru-Bammel(1982)提出休閒效益量表，再依據自身的研究特性進行修改。許惠玲(2008)針對高齡者登山健行的休閒效益進行研究，並將休閒效益分為心理效益、生理效益、社交效益、放鬆效益、知識效益以及美學效益等六個研究構面。陳恬君(2011)也針對登山健行者的休閒效益進行研究，並採用心理效益、生理效益、社交效益、放鬆效益、知識效益以及美學效益等六個研究

構面衡量參與者之休閒效益。

回顧關於休閒效益的國內外研究可以發現，運動休閒領域之研究者大多採用 Bammel & Burru—Bammel(1982)提出之休閒阻礙量表並結合其研究特性發展出適合自身研究的休閒效益量表。本研究擬參考劉蓉(2018)針對溪頭登山健行者所編製之休閒效益量表，作為日月潭水域活動參與者休閒效益的研究工具，衡量其休閒效益，因此本研究將採用心理效益、生理效益、社交效益、放鬆效益、知識效益以及美學效益等六個研究構面衡量日月潭水域活動參與者之休閒效益。

2.6 忠誠度

2.6.1 忠誠度的定義與內涵

關於忠誠度的概念可追溯至國外學者 Brown(1952)研究消費者行為模式時提出之顧客忠誠度，其認為當顧客會持續購買某品牌產品時，即產生對該品牌之顧客忠誠度。Backman & Crompton(1991)表示，忠誠度是指個體對於某一活動或設施衍生之後續行為，可以用行為及態度等兩個向度衡量之：行為向度代表個體參與某一活動或設施之次數，是否有多次參與的一致性；態度向度則代表個體對某一活動或設施在情感上的偏好程度。當以上兩個向度條件皆被滿足，則代表個體對於該活動或設施具有忠誠度。Jones & Sasser(1995)認為忠誠度是指消費者對企業所提供之產品或服務有特別的偏好或好感，並提出忠誠度可分為長期忠誠與短期忠誠兩種。長期忠誠的消費者不會因為其他企業的商業手段而改變選擇；短期忠誠的消費者一旦發現有更好的選擇出現時，便會馬上轉換支持的品牌。因此企業如何讓消費者維持對自身的高度忠誠，是非常需要注重的。

國內也有需多研究者針對忠誠度進行相關研究，謝金燕(2003)指出，忠誠度是遊客對於休閒遊憩區提供之設施、服務及特定休閒活動多次參與

的一致性及其對該休閒遊憩區所產生之情感偏好程度。洪嘉蓉(2004)認為忠誠度是由顧客內心所引發之忠誠，具有重複購買的行為與免費幫公司宣傳等特性。

綜合前述學者的看法，我們可以得知當忠誠度廣泛應用在休閒領域，可以幫助研究者更了解個體參與休閒活動後，其心理上或行為上是否對於該休閒活動或活動地點具有忠誠度，願意持續參與該休閒活動。

本研究整理國內研究者對於忠誠度的相關研究如下：林耀南(2000)針對服務區的特色產業進行遊客忠誠度的研究，研究結果發現服務品質及體驗價值會間接影響忠誠度，顯示台灣服務區的產業特性已轉為體驗行銷導向，進而提升消費者之忠誠度。范欣宜(2008)針對台北市立動物園之遊客進行忠誠度研究，研究結果發現遊客滿意度與忠誠度呈現正相關，且遊客之重遊意願相當高。顧庭瑄(2018)針對台灣休閒潛水者之活動忠誠度進行研究，其研究結果發現若要提升休閒潛水者之忠誠度，必須先降低其知覺風險程度以及活動價值感知度。

綜合上述國內外研究者對於忠誠度的相關文獻，本研究以日月潭水域活動參與者為對象，將忠誠度定義為：「水域活動參與者對於水域活動業者提供之水域活動用品或服務的滿意度，且此滿意度會轉換為再度參與的意願、推薦他人參與的動力、參與價格的容忍度以及體驗其他活動的意願。」

2.6.2 忠誠度衡量方法

國外學者 Jones & Sasser(1995)提出有關忠誠度的衡量方法，共可以分為三大指標，說明如下：

- 一、再購意願：消費者基於自身對於商品的滿意度，轉換為再購意願，當消費者對於商品的滿意度高，再購意願也會提高。
- 二、主要行為：消費者到商店進行交易的行為，這些行為可以被用來分析消費者對於商店或商品的忠誠度。
- 三、次要行為：消費者進行交易行為後，是否會將商品推薦給親友或是建立口碑，是衡量忠誠度的一種方法。

Oliver(1999)認為要形成顧客的忠誠度，必須經歷四個階段，先奠基於顧客的態度層面，才會進而影響外顯的消費行為，說明如下：

- 一、認知忠誠：在此階段的顧客僅在認知上較為信賴某品牌，相較其他品牌，顧客會比較信賴某品牌，此信賴的產生是因為顧客之前對於品牌產品的經驗而形成，但在此階段只要出現更好的商品，顧客即會轉而支持其他品牌，對該品牌之忠誠度相當容易受到影響。
- 二、情感忠誠：在此階段的顧客會因為先前良好的商品體驗經驗，而產生對於該品牌的偏好，且願意對品牌做出承諾，但只要顧客體驗到更好的商品，顧客即會轉而消費其他品牌之商品。
- 三、行為意象忠誠：在此階段的顧客因為先前累積的良好商品體驗經驗，而產生對於該品牌的正向情感，此情感會讓顧客形成對於該品牌的重複購買意願，但此購買意願仍然非不可動搖，顧客仍然會因為不好的商品體驗或出現較佳的品牌商品轉而支持其他品牌。
- 四、行動忠誠：在此階段的顧客經過長期且良好的品牌體驗，對於該品牌產生行為意象之忠誠且會轉換為實際的再購買行為，不僅可以克服消費阻礙，也會形成對於特定品牌的行為慣性，不容易受到其他品牌的影響。

Gronholdt, Martensen, Kristensen(2000)提出忠誠度可以用四個衡量構面進行衡量，分別是顧客的再購意願、價格容忍度、向他人推薦的意願以及顧客交叉購買的意願等四個面向。

目前國內有許多研究者參考學者 Gronholdt, Martensen, Kristen 提出之忠誠度量表，再依據自身的研究特性進行修改。陳庭萱（2016）針對卡通主題餐廳之消費者忠誠度進行研究，將忠誠度分為顧客的再購意願、價格容忍度、向他人推薦的意願以及顧客交叉購買的意願等四個研究構面。

回顧關於忠誠度的國內外研究可以發現，有許多不同的學者針對忠誠度提出其所認為合適之研究構面，本研究依據水域休閒活動之特性決定採用 Gronholdt, Martensen, Kristen 提出之忠誠度量表發展出適合水域活動參與者的忠誠度量表。本研究擬參考陳庭萱（2016）編製之忠誠度量表，作為日月潭水域活動參與者忠誠度的研究工具，因此本研究將採用顧客的再購意願、價格容忍度、向他人推薦的意願以及顧客交叉購買的意願等四個面向衡量日月潭水域活動參與者之忠誠度。

2.7 休閒動機、休閒涉入、休閒阻礙、休閒效益忠誠度之關係

2.7.1 休閒動機與休閒涉入之關係

徐新勝(2007)以衝浪活動參與者為研究對象，研究休閒動機、涉入程度、休閒效益之間的關係。其研究結果發現衝浪活動參與者之休閒動機與涉入程度呈現顯著正相關，當參與者之休閒動機越高，則其對於衝浪活動的涉入程度越高。楊琬琪(2009)以自行車活動者為研究對象，研究休閒動機、休閒涉入與休閒效益之相關性。其研究結果發現自行車活動參與者之休閒動機對休閒涉入有顯著正向影響，當參與者之休閒動機越高，則休閒涉入也越高。謝旻珊(2015)針對女性水肺潛水者進行研究，研究內容探討女性水肺潛水者休閒動機、休閒涉入及休閒阻礙之關聯性，其研究結果發

現休閒動機與休閒涉入間呈現顯著正相關，代表當女性水肺潛水者之休閒動機越強，休閒涉入也會越強。

由以上研究可以得知，休閒動機對於休閒涉入具有正向影響。因此，本研究基於上述文獻探討結果提出以下假說：

H1：日月潭水域活動參與者之休閒動機會正向影響休閒涉入。

2.7.2 休閒動機與休閒阻礙之關係

李懷生(2009)以墾丁水域運動參與者為研究對象，進行參與動機與休閒阻礙關聯性之研究，研究結果發現，水域運動參與者之參與動機與休閒阻礙之關聯性呈現顯著負相關，當到墾丁參與水域運動者動機越高，則休閒阻礙越低。蔡淑湏(2013)，以屏東國小教師為研究對象，進行休閒動機與阻礙關聯性之研究，研究結果得知，休閒動機會負向影響阻礙，當教師之休閒動機越高，則阻礙越低。鍾政偉、曾宗德(2015)針對新移民之休閒動機、休閒阻礙、休閒參與及休閒效益之關係進行研究，其研究結果發現新移民之休閒動機會負向影響休閒阻礙，當其休閒動機提升，則休閒阻礙會降低。

由以上研究可以得知，休閒動機對於休閒阻礙具有負向影響。因此，本研究基於上述文獻探討結果提出以下假說：

H2：日月潭水域活動參與者之休閒動機會負向影響休閒阻礙。

2.7.3 休閒涉入與休閒效益之關係

徐新勝(2007)以衝浪活動參與者為研究對象，研究休閒動機、涉入程度、休閒效益之間的關係。其研究結果發現衝浪活動參與者之涉入程度與休閒效益呈現顯著正相關，當參與者之涉入程度越高，則其在衝浪活動中獲得的休閒效益也越高。林宇涵(2019)以羽球運動參與者為研究對象，研

究休閒涉入與休閒效益之相關性。其研究結果發現羽球運動參與者之休閒涉入對休閒效益有顯著正向影響，當參與者之休閒涉入越高，則其參與活動所獲得之休閒效益也越高。鄒巧筠(2019)針對臺北市幼兒園教保服務人員進行研究，研究內容探討幼兒園教保服務人員休閒涉入及休閒效益之關聯性，其研究結果發現休閒涉入與休閒效益間呈現顯著正相關，代表當幼兒園教保服務人員之休閒涉入越強，獲得的休閒效益也會越多。

由以上研究可以得知，休閒涉入對於休閒效益具有正向影響。因此，本研究基於上述文獻探討結果提出以下假說：

H3：日月潭水域活動參與者之休閒涉入會正向影響休閒效益。

2.7.4 休閒阻礙與休閒效益之關係

劉昌緯(2018)針對自行車參與者進行研究，研究內容探討自行車參與者參與動機、休閒阻礙與休閒效益之關聯性，其研究結果發現休閒阻礙與休閒效益間呈現顯著負向相關，代表當自行車參與者之休閒阻礙越強，獲得的休閒效益則會越少。陳世強(2019)以台灣重機騎士為研究對象，研究認真性休閒、休閒阻礙與休閒效益之間的關係。其研究結果發現台灣重機騎士之休閒阻礙與休閒效益呈現顯著負向相關，當騎士之休閒阻礙越高，則其在騎乘重機時獲得的休閒效益也會越低。陳秀香(2019)以女性羽球運動愛好者為研究對象，研究休閒阻礙與休閒涉入與休閒效益之相關性。其研究結果發現女性羽球運動愛好者之休閒阻礙對休閒效益有顯著負向影響，當參與者之休閒阻礙越高，則其參與活動所獲得之休閒效益也越低。

由以上研究可以得知，休閒阻礙對於休閒效益具有負向影響。因此，本研究基於上述文獻探討結果提出以下假說：

H4：日月潭水域活動參與者之休閒阻礙會負向影響休閒效益。

2.7.5 休閒效益與忠誠度之關係

陳胤嘉(2014)以到宜蘭縣進行農業旅遊之遊客為研究對象，研究影響遊客之遊憩效益及旅遊忠誠度的因素。其研究結果發現到宜蘭縣進行農業旅遊之遊客休閒效益與忠誠度呈現顯著正向相關，當遊客之休閒效益越高，則其對與旅遊地點的忠誠度也會越高。鄭怡君(2015)針對從事健身運動之中老年人進行研究，研究內容探討健身運動之中老年人參與動機、休閒效益與忠誠度之關聯性，其研究結果發現休閒效益與忠誠度間呈現顯著正向相關，代表當中老年人參與健身運動之休閒效益越高，則其對於健身活動之忠誠度也越高。

由以上研究可以得知，休閒效益對於忠誠度具有正向影響。因此，本研究基於上述文獻探討結果提出以下假說：

H5：日月潭水域活動參與者之休閒效益會正向影響忠誠度。

第三章 研究方法

本章將說明本研究之研究步驟及方法。第一節說明研究假說；第二節說明研究架構；第三節說明研究對象與內容；第四節說明操作型定義及問卷設計；第五節說明資料分析方法，相關說明如下：

3.1 研究假說

本研究基於前述研究目的、研究動機及文獻回顧，統整並提出下列研究假說，以探討及驗證日月潭水域活動參與者之休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益與忠誠度之關係：

H1：日月潭水域活動參與者之休閒動機會正向影響其休閒涉入

H2：日月潭水域活動參與者之休閒動機會負向影響其休閒阻礙

H3：日月潭水域活動參與者之休閒涉入會正向影響其休閒效益

H4：日月潭水域活動參與者之休閒阻礙會負向影響其休閒效益

H5：日月潭水域活動參與者之休閒效益會正向影響其忠誠度

3.2 研究架構

本研究之研究目的在於探討日月潭水域活動參與者之休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益與忠誠度之關係並基於前述之文獻整理、結合研究假說，統整出本研究之研究架構如下圖 3.1：

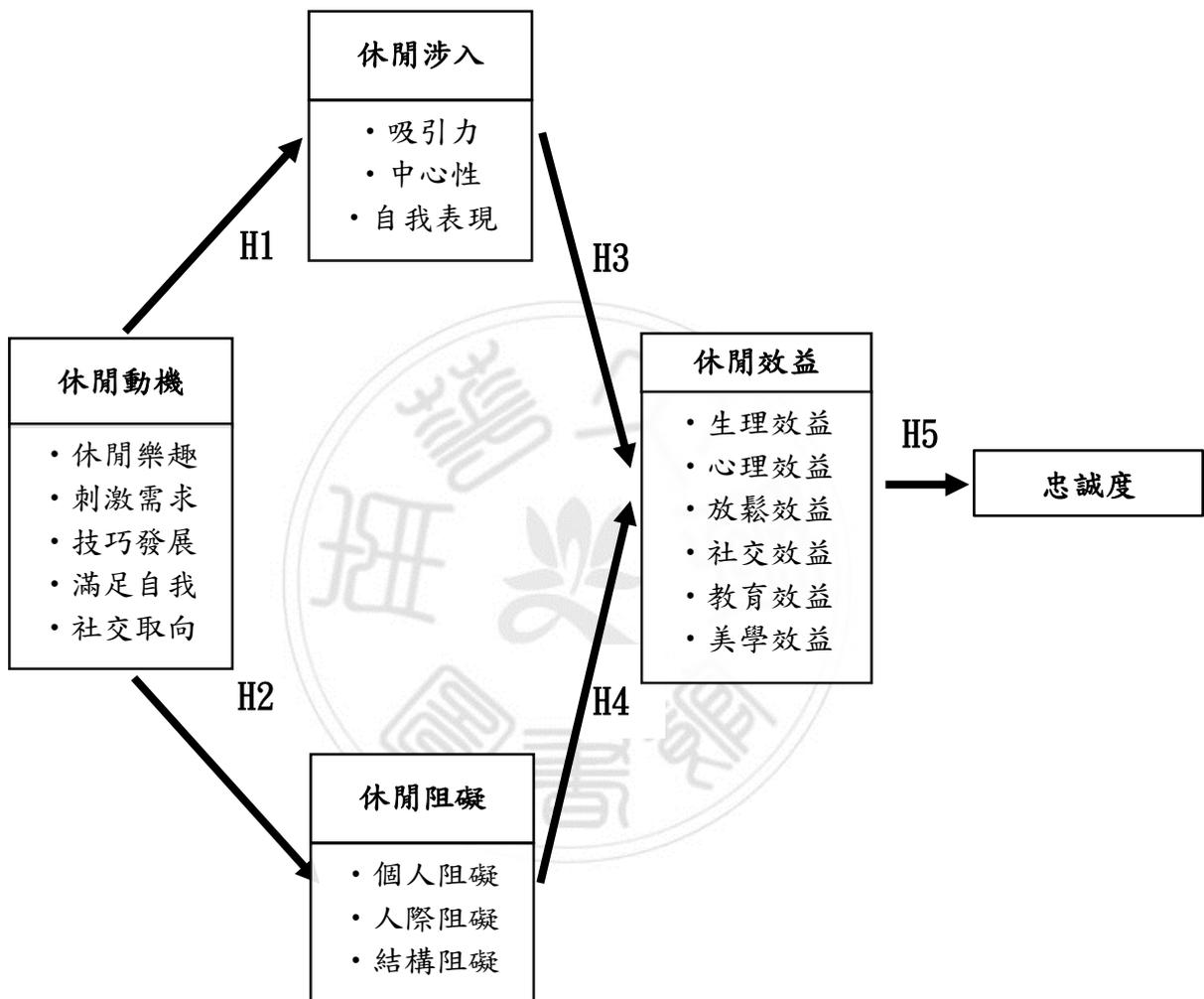


圖 3. 1 研究架構圖

資料來源：本研究整理

3.3 研究對象

本研究以立意抽樣方法於 2019 年 11 月至 12 月間，於日月潭國家風景區伊達邵碼頭發放紙本預試問卷，本研究之主要研究對象為參與水域活動之一般遊客為主，水域運動專業玩家或選手非在本研究範圍之內。

本研究之預試問卷回收有效問卷共計 108 份。回收預試問卷後，除進行相關的信效度統計分析外，也根據文獻理論基礎計算出本研究正式問卷所需的問卷樣本數，公式如下：

$$n \geq \frac{\sigma^2 z_{\frac{\alpha}{2}}^2}{\varepsilon^2}$$

(n 為最適樣本數， z 為標準常態值， α 為顯著水準， ε 為可容許誤差
 σ^2 為變異數)

整理統計預試問卷資料後得知，各題項之最大變異數為 1.29542，當 α 值為 0.05 且 ε 值為 0.1 時，計算出本研究之正式問卷樣本數至少需大於或等於 497 份。而本研究於 2020 年 1 月至 2 月間，於日月潭國家風景區伊達邵碼頭發放正式問卷共計 520 份，扣除填答不完整的問卷 12 份，共計回收有效問卷 508 份，問卷回收率 97.6%，問卷樣本數已超過前述公式計算之 497 份，故本研究將以此 508 份問卷之資料進行統計分析後作成本研究之研究結果。

3.4 操作型定義與問卷設計

本研究依據前述之文獻探討、研究目的及架構，統整出各構面的操作型定義並設計出本研究的問卷工具，包含休閒動機量表、休閒涉入量表、休閒阻礙量表、休閒效益量表以及忠誠度量表，另外也針對受訪者之背景變項進行調查，分別說明如下：

3.4.1 休閒動機

有關休閒動機部分，本研究參考國內外學者對於休閒動機的相關研究並依據本研究水域活動參與者的特性，整理出日月潭水域活動參與者休閒動機的操作型定義：「水域活動參與者為了滿足某種心理需求，從而參與某種水域活動的內在力量。」

此部分綜合參考國內外學者 McIntyre (1992)、李懷生(2008)、張有義 (2019) 的觀點，並結合水域活動特性，將休閒動機分為休閒樂趣、刺激需求、技巧發展、滿足自我、及社交取向五個構面來探討日月潭水域活動參與者之休閒動機。問卷設計採用 Likert 五點尺度量表衡量計分，選項由「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，依序給予 1、2、3、4、5 分，本研究之休閒動機量表如表 3.1。

表 3.1 休閒動機量表

構面	題項內容	參考文獻
休閒樂趣	為了忘記日常工作的煩惱。	McIntyre (1992)、李懷生 (2008)、張有義 (2019)
	為了打發時間，避免無聊。	
	為了遠離日常的規範。	
	是因為慕名而來。	

表 3.1 休閒動機量表(續)

刺激需求	為了尋求自我挑戰。	McIntyre (1992)、李懷生 (2008)、張有義 (2019)
	為了體驗新鮮的事物。	
	為了尋求刺激的體驗。	
技巧發展	為了體驗冒險活動。	
	為了學習水域活動技術。	
	為了獲得水域活動知識。	
	為了成為專業玩家。	
滿足自我	為了提升水域活動技巧。	
	因為完成活動後會很有成就感。。	
	為了建立我的自信心。	
	為了體驗與他人競爭的感覺。	
社交取向	為了滿足我的好奇心。	
	為了與他人分享技巧與知識。	
	為了遇見具有相似興趣的人。	
	為了遇見新朋友。	
	為了與朋友一起遊玩。	

資料來源：本研究整理

3.4.2 休閒涉入

基於前述之文獻探討，本研究統整國內外學者對於休閒涉入的相關研究並依據本研究水域活動參與者的特性，整理出日月潭水域活動參與者休閒涉入的操作型定義：「水域活動參與者對於某一水域活動的認知程度，其中包含此活動對於參與者之吸引力、重要性、娛樂性、與自身生活的關聯性、表現自我價值的程度，且此認知程度越高，越易引發個人對於此活動之興趣與行動。」

此部分綜合參考國內外學者 Kyle, Graefe, Manning, and Bacon (2004)、徐新勝 (2007)、林世斌 (2019) 的觀點，並結合水域活動特性，將休閒涉入分為吸引力、中心性及自我表現三個構面來探討日月潭水域活動參與者之休閒涉入。問卷設計採用 Likert 五點尺度量表衡量計分，選項由「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，

依序給予 1、2、3、4、5 分，本研究之休閒涉入量表如表 3.2。

表 3.2 休閒涉入量表

構面	題項內容	參考文獻
吸引力	參與水域活動是我感到最有樂趣的活動之一。	Kyle, Graefe, Manning, & Bacon(2004)、徐新勝(2007)、林世斌(2019)
	對我而言，水域活動充滿了吸引力。	
	我樂於與朋友分享參與水域活動的經驗。	
中心性	參與水域活動可以紓解我的壓力、放鬆身心。	
	我的生活和水域活動是息息相關的。	
	我認為參與水域活動可以充實我的生活。	
	我喜歡和朋友討論水域活動相關訊息。	
自我表現	水域活動是我與朋友的主要休閒活動。	
	在水域活動時，可以展現真實的自我。	
	透過水域活動使我更了解自己的處事能力。	
	參與水域活動，使我更肯定我自己。	
	參與水域活動讓我很有成就感。	

資料來源：本研究整理

3.4.3 休閒阻礙

有關休閒阻礙部分，本研究參考國內外學者對於休閒阻礙的相關研究並依據本研究水域活動參與者的特性，整理出日月潭水域活動參與者休閒阻礙的操作型定義：「個體主觀認知到不能或不想參與水域活動的影響因素。」

此部分綜合參考國內外學者 Crawford & Godbey(1987)、李懷生(2008)的觀點，並結合水域活動特性，將休閒阻礙分為個人阻礙、人際阻礙、結構性阻礙等三個構面來探討日月潭水域活動參與者之休閒阻礙。問卷設計採用 Likert 五點尺度量表衡量計分，選項由「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，依序給予 1、2、3、4、5 分，本研究之休閒阻礙量表如表 3.3。

表 3.3 休閒阻礙量表

個人阻礙	我因為害怕水，所以不敢參加水域活動。
	我認為日月潭水域有遊艇穿梭太過危險而不敢參加。
	我的身體狀況不適合從事水域活動。
	我對水域活動不感到興趣。
	我沒有多餘的金錢參與水域活動。
人際阻礙	我沒有多餘的體力或時間參與水域活動。
	沒有志同道合的家人或朋友可以結伴同行。
	親友因為住得太遠，無法與我一起參與水域活動。
	親友因為沒有交通工具，無法與我一起參與水域活動。
	親友因為沒有足夠金錢，無法與我一起參與水域活動。
結構性 阻礙	親友因為沒有時間，無法與我一起參與水域活動。
	家人或朋友反對我參加水域活動。
	日月潭水域活動場所提供的器具太過老舊。
	我不知道從何管道得知日月潭水域活動的資訊。
	日月潭水域活動的設施不完善。
	日月潭水域活動的費用過高。
	日月潭水域活動設施附近救生員人數不足。

Crawford & Godbey(1987)、
李懷生(2008)

資料來源：本研究整理

3.4.4 休閒效益

有關休閒效益部分，本研究參考國內外學者對於休閒效益的相關研究並依據本研究水域活動參與者的特性，整理出日月潭水域活動參與者休閒效益的操作型定義：「個體經由參與水域活動的過程，獲得或達到個人各類需求的滿足效果，且此類的滿足效果是個人主觀感受到的體驗。」

此部分綜合參考國內外學者 Bammel & Burrus-Bammel(1982)、鄒雨潔(2016)、劉蓉(2018)的觀點，並結合水域活動特性，將休閒效益分為

生理效益、心理效益、放鬆效益、社交效益、教育效益、美學效益等六個構面來探討日月潭水域活動參與者之休閒效益。問卷設計採用 Likert 五點尺度量表衡量計分，選項由「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，依序給予 1、2、3、4、5 分，本研究之休閒效益量表如表 3.4。

表 3.4 休閒效益量表

	讓我維持健康體能。	
生理效益	讓我的身體得到適度休息。	
	讓我自己的活動能力得到考驗。	
心理效益	讓我獲得成就感。	
	讓我更有自信心。	
	讓我心情愉快。	
放鬆效益	參與日月潭水域活動後讓我感到心情放鬆了。	
	參與日月潭水域活動後讓我的壓力紓解許多。	Bammel & Burrus-
	參與日月潭水域活動後讓我的情緒變緩和了。	Bammel(1982)、
社交效益	讓我結交到新朋友。	鄒雨潔 (2016)、
	讓我促進親友間的感情。	劉蓉 (2018)
	讓我和親友有更多互動。	
教育	讓我增廣見聞，了解更多知識。	
	讓我學習到相關技能。	
美學	讓我更珍惜大自然的美景。	
	讓我欣賞到天然美景。	
	讓我享受到環境帶來的美感。	
	日月潭的美景讓我忘記水域活動的限制時間。	

資料來源：本研究整理

3.4.5 忠誠度

有關忠誠度部分，本研究參考國內外學者對於忠誠度的相關研究並依據本研究水域活動參與者的特性，整理出日月潭水域活動參與者忠誠度的操作型定義：「水域活動參與者對於水域活動業者提供之水域活動用品或服務的滿意度，且此滿意度會轉換為再度參與的意願、推薦他人參與的動力、參與價格的容忍度以及體驗其他活動的意願。」

此部分綜合參考國內外學者 Gronholdt, Martensen, & Kristensen (2000)、Chia & Qub(2008) 陳庭萱 (2016)、蔣伊婷 (2017)、茅宥慈 (2019) 的觀點，並結合水域活動特性，將忠誠度分為再訪意願、價格容忍度、向他人推薦的意願以及交叉體驗不同活動的意願等四個面向來探討日月潭水域活動參與者之忠誠度。問卷設計採用 Likert 五點尺度量表衡量計分，選項由「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，依序給予 1、2、3、4、5 分，本研究之忠誠度量表如表 3.5。

表 3.5 忠誠度量表

構面	題項內容	參考文獻
忠誠度	我未來將會再次到日月潭體驗水域活動。	Gronholdt, Martensen, & Kristensen (2000)、
	即使體驗水域活動的費用較高，我仍會進行體驗。	Chia & Qub(2008)、
	我會主動向親朋好友推薦到日月潭參與水域活動。	陳庭萱 (2016)、
	我願意體驗其他種類的日月潭水域活動。	蔣伊婷 (2017)、 茅宥慈 (2019)

資料來源：本研究整理

3.4.6 個人背景變項

為了解不同背景變項之水域活動參與者之休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益以及忠誠度有何差異，因此設計個人背景變項問卷以利統計分析。此問卷區分為兩個構面，分別是人口背景構面以及日月潭旅遊變項，敘述如下：

人口背景構面：性別（男性/女性）、年齡（21歲以下/21-30歲/31-40歲/41-50歲/51歲以上）、職業（軍警公教/商業/工業/服務業/自由業/學生/專業人員/家管/其他）、平均月收入（2萬元以下/2-4萬元/4-6萬元/6-8萬元/8萬元以上）、游泳技能（會游泳/不會游泳）。

日月潭旅遊變項：本次或最近一次在日月潭體驗之水域活動項目（可複選）（獨木舟/立式划槳/水上腳踏車）、上述活動曾參與次數（含日月潭以外地點體驗經驗）（今日或最近一次是首次體驗/第二次體驗/第三次體驗以上）、本次或最近一次旅遊行程在日月潭停留時間（半天以內/半天至一天（不過夜）/兩天一夜/三天兩夜以上）、本次或最後一次在日月潭旅遊行程總花費（二千元以下/二至三千元/三至四千元/四至五千元/五千元以上）。

3.5 資料分析方法

本研究將研究問卷回收完畢後，首先檢視問卷並刪除填答不完整之無效問卷，並將填答完整之有效問卷進行問卷編碼、資料建檔並匯入統計軟體進行資料分析工作以驗證本研究之研究假設。本研究採用 SPSS 統計軟體進行敘述性統計分析、信效度分析、驗證性因素分析、差異分析並以 AMOS 軟體進行結構方程式分析，以下分別說明本研究之資料分析方法：

3.5.1 敘述性統計分析

敘述性統計分析通常用於研究樣本之描述。於問卷回收後，針對有效樣本進行次數分配、平均數、標準差、百分比等敘述性統計方法分析，以了解資料的分布情形及組合特性。

3.5.2 信度與效度分析

信度分析可以幫助研究者了解測量工具的穩定性或可信度，其目的在分析問卷題目的測量品質，也就是了解此問卷量表的一致性及其可靠性，並了解其包含多少比率的誤差。信度有許多種類，其中以 Cronbach's α 為最常用的一種內部一致性信度，本研究採用其檢驗信度是否在可接受的範圍內，一般在社會科學研究中，Cronbach's α 係數大於 0.7 代表具有「高信度」；0.7-0.35 則為「可接受信度」；0.35 以下代表「低信度」。

效度分析可以幫助研究者了解測量結果的正確性及有效性，其目的是分析問卷題目是否能正確衡量測量對象的特質屬性。其可簡單分為內容效度及專家效度兩部分，本研究之各項量表皆是參考文獻之理論形成，且經由專家學者的建議修改而成，因此本研究之各量表具有內容效度及專家效度。

3.5.3 驗證性因素分析

驗證性因素分析(Confirmatory Factor Analysis)簡稱 CFA，是因素分析的一種，通常是已經有理論基礎作為依據，主要目的是用來進行建構效度分析或建立結構方程式，可以透過因素負荷量及解釋變異量來判斷題項收斂情形，也可以藉由構面相關係數的高低，區別題項效度。

3.5.4 差異分析

差異分析是用來檢測某變項對於某連續變項的影響效果，且此效果在不同變項間是否有顯著差異。本研究以變異數分析不同個人背景變項對於本研究各構面的影響是否有顯著差異，當發現結果有顯著差異時 ($P < 0.05$)，再以 Scheffe 及 LSD 事後檢定法進行比較考驗，以了解其差異情形。

3.5.5 結構方程式(SEM)

結構方程式 (Structural Equation Modeling) 簡稱 SEM，是一種用來分析因果關係模式的統計方法，其應用範圍相當廣，除前述功能外，也可以用來進行路徑分析、因素分析、迴歸分析以及變異數分析。其可分為測量模式及結構模式：測量模式主要描述潛在變項與觀察變項的關係；結構模式則是用來描述潛在變項間之因果關係，也可以用路徑分析概念進行。

本研究將透過驗證性因素分析考驗測量模式的信效度；以結構模式考驗各潛在變項間之因果關係，並進行路徑分析以了解結構模式的適配性。

第四章 研究結果與討論

本章將針對本研究蒐集之樣本進行分析，並說明研究結果。第一節說明預試問卷結果的信效度檢定；第二節說明有效樣本之基本屬性分析；第三節說明有效樣本之敘述性統計分析；第四節說明正式問卷結果之因素分析及信效度檢定；第五節說明結構方程模式分析；第六節說明本研究之變異數分析。

4.1 預試問卷信效度檢定

本研究共蒐集前測有效問卷 108 份，先以因素分析方法檢驗問卷工具之信效度，並刪除不適合的題項，以建構日月潭水域活動參與者之休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度量表各構面的效度及信度。

預試問卷之統計結果顯示，本研究各構面之各題項的因素負荷量皆達 0.5 以上；解釋變異量比例皆達到 50% 以上；各題項之 Cronbach' s α 值均達到 0.7 以上，顯示本研究問卷工具之各構面具有一致性及穩定性，依序說明如表 4.1、4.2、4.3、4.4、4.5。

其中表 4.2 休閒動機前測因素分析表中，次構面休閒樂趣的第四個題項「是因為慕名而來」，因素負荷量為 0.188，未達到因素負荷量須達到 0.5 的要求，因此將於正式問卷中將此題項予以刪除。

表 4.1 休閒涉入前測因素分析表

構面	題項	因素 負荷量	解釋 變異量%	Cronbach' s α 值
吸引力	參與水域活動是我感到最有樂趣的活動之一。	0.708	71.789	0.852
	對我而言，水域活動充滿了吸引力。	0.897		
	我樂於與朋友分享參與水域活動的經驗。	0.894		
	參與水域活動可以紓解我的壓力、放鬆身心。	0.875		
中心性	我的生活和水域活動是息息相關的。	0.891	71.900	0.861
	我認為參與水域活動可以充實我的生活。	0.749		
	我喜歡和朋友討論水域活動相關訊息。	0.867		
	水域活動是我與朋友的主要休閒活動。	0.877		
自我表現	在水域活動時，可以展現真實的自我。	0.908	79.294	0.912
	透過水域活動使我更了解自己的處事能力。	0.946		
	參與水域活動，使我更肯定我自己。	0.933		
	參與水域活動讓我很有成就感。	0.763		

資料來源：本研究整理

休閒涉入量表之各題項的因素負荷量皆達 0.5 以上；解釋變異量比例皆達到 50%以上；各題項之 Cronbach' s α 值均達到 0.7 以上，顯示此量表之各構面具有一致性及穩定性。

表 4.2 休閒動機前測因素分析表

構面	題項	因素 負荷量	解釋 變異量%	Cronbach' s α 值
休閒 樂趣	為了忘記日常工作的煩惱	0.812	45.219	0.526
	為了打發時間，避免無聊	0.724		
	為了遠離日常的規範	0.767		
	是因為慕名而來	0.188		
刺激 需求	為了尋求自我挑戰	0.775	71.631	0.861
	為了體驗新鮮的事物	0.813		
	為了尋求刺激的體驗	0.882		
	為了體驗冒險活動	0.909		
技巧 發展	為了學習水域活動技術	0.896	80.956	0.919
	為了獲得水域活動知識	0.945		
	為了成為專業玩家	0.873		
	為了提升水域活動技巧	0.883		
滿足 自我	因為完成活動後會很有成就感	0.841	60.311	0.771
	為了建立我的自信心	0.867		
	為了體驗與他人競爭的感覺	0.749		
	為了滿足我的好奇心	0.625		
社交 取向	為了與他人分享技巧與知識	0.891	63.377	0.804
	與了遇見具有相似興趣的人	0.870		
	為了遇見新朋友	0.507		
	為了與朋友一起遊玩	0.853		

資料來源：本研究整理

其中休閒動機量表中，次構面休閒樂趣的第四個題項「是因為慕名而來」，因素負荷量為 0.188，未達到因素負荷量須達到 0.5 的要求，因此將於正式問卷中將此題項予以刪除。

表 4.3 休閒阻礙前測因素分析表

構面	題項	因素 負荷 量	解釋 變異量 %	Cronbach' s α 值
個人 內在 阻礙	我因為害怕水，所以不敢參加水域活動	0.792	69.873	0.907
	我認為日月潭水域有遊艇穿梭太過危險 而不敢參加	0.748		
	我的身體狀況不適合從事水域活動	0.944		
	我對水域活動不感到興趣	0.862		
	我沒有多餘的金錢參與水域活動	0.773		
	我沒有多餘的體力或時間參與水域活動	0.879		
人際間 阻礙	沒有志同道合的家人或朋友可以結伴同 行	0.774	69.141	0.909
	親友因為住得太遠，無法與我一起參與 水域活動	0.864		
	親友因為沒有交通工具，無法與我一起 參與水域活動	0.822		
	親友因為沒有足夠金錢，無法與我一起 參與水域活動	0.799		
	親友因為沒有時間，無法與我一起參與 水域活動	0.876		
	家人或朋友反對我參加水域活動	0.849		
結構性 阻礙	日月潭水域活動場所提供的器具太過老 舊	0.779	62.598	0.849
	我不知道從何管道得知日月潭水域活動 的資訊	0.744		
	日月潭水域活動的設施不完善	0.888		
	日月潭水域活動的費用過高	0.729		
	日月潭水域活動設施附近救生員人數不 足	0.806		

休閒阻礙量表之各題項的因素負荷量皆達 0.5 以上；解釋變異量比例皆達到 50%以上；各題項之 Cronbach' s α 值均達到 0.7 以上，顯示此量表之各構面具有一致性及穩定性。

表 4.4 休閒效益前測因素分析表

構面	題項	因素負荷量	解釋變異量 %	Cronbach' s α 值
生理 效益	讓我維持健康體能	0.916	84.757	0.910
	讓我的身體得到適度休息	0.946		
	讓我自己的活動能力得到考驗	0.900		
心理 效益	讓我獲得成就感	0.936	81.944	0.886
	讓我更有自信心	0.912		
	讓我心情愉快	0.867		
放鬆 效益	參與日月潭水域活動後讓我感到心情放鬆了	0.953	93.520	0.963
	參與日月潭水域活動後讓我的壓力紓解許多	0.986		
	參與日月潭水域活動後讓我的情緒變緩和了	0.962		
社交 效益	讓我結交到新朋友	0.928	73.683	0.820
	讓我促進親友間的感情	0.921		
	讓我和親友有更多互動	0.708		
教育 效益	讓我增廣見聞，了解更多知識	0.919	74.228	0.826
	讓我學習到相關技能	0.884		
	讓我更珍惜大自然的美景	0.776		
美學 效益	讓我欣賞到天然美景	0.934	76.147	0.766
	讓我享受到環境帶來的美感	0.942		
	日月潭的美景讓我忘記水域活動的限制時間	0.724		

資料來源：本研究整理

休閒效益量表之各題項的因素負荷量皆達 0.5 以上；解釋變異量比例皆達到 50%以上；各題項之 Cronbach' s α 值均達到 0.7 以上，顯示此量表之各構面具有一致性及穩定性。

表 4.5 忠誠度前測因素分析表

構面	題項	因素負荷量	解釋變異量%	Cronbach' s α 值
忠誠度	我未來將會再次到日月潭體驗水域活動	0.828	69.446	0.826
	即使體驗水域活動的費用較高，我仍會進行體驗	0.786		
	我會主動向親朋好友推薦到日月潭參與水域活動	0.896		
	我願意體驗其他種類的日月潭水域活動	0.821		

資料來源：本研究整理

忠誠度量表之各題項的因素負荷量皆達 0.5 以上；解釋變異量比例皆達到 50%以上；各題項之 Cronbach' s α 值均達到 0.7 以上，顯示此量表之各構面具有一致性及穩定性。

4.2 有效樣本之基本屬性分析

本研究之背景變項除了有人口背景變項：性別、年齡、職業、平均月收入、游泳技能等五項外，還有日月潭水域活動變項：參與水域活動的項目、參與次數等兩項，最後則是日月潭旅遊變項：本次或最後一次旅遊行程在日月潭停留時間、本次或最後一次在日月潭旅遊行程總花費，共計九項。分析結果如表 4.6、4.7、4.8，並加以分析如下：

4.2.1 人口背景變項

一、性別：受訪樣本以男性居多，佔 65.8%；女性佔 34.2%。

二、年齡：受訪樣本之年齡分布以 31-40 歲居多，佔 38.5%；其次是 21-30 歲，佔 28.5%；其次是 41-50 歲，佔 20.9%；其次是 51 歲以上，佔 10.3%；最後則是 21 歲以下，佔 1.8%。

三、職業：受訪樣本之職業分佈以服務業居多，佔 28.2%；其次是軍警公教，佔 16.4%；其次是商業，佔 14.6%；其次是自由業，佔 11.1%；其次是工業，佔 10.8%；其次是專業人員，佔 9.8%；其次是學生，佔 7%；最後則是家管，佔 2.1%。

四、平均月收入：受訪樣本之平均月收入以 2-4 萬元居多，佔 44.7%；其次是 4-6 萬元，佔 21.4%；其次是 6-8 萬元，佔 14.4%；其次是 8 萬元以上，佔 9.8%；最後則是 2 萬元以下，佔 9.7%。

五、游泳技能：受訪樣本會游泳的人數居多，佔 88.2%；不會游泳的人數佔 11.8%。

表 4.6 人口背景變項分析表 (N=509)

變項	組別	樣本數	百分比
性別	(1)男性	402	65.8
	(2)女性	209	34.2
年齡	(1)21 歲以下	11	1.8
	(2)21-30	174	28.5
	(3)31-40	235	38.5
	(4)41-50	128	20.9
	(5)51 歲以上	63	10.3
職業	(1)軍警公教	100	16.4
	(2)商業	89	14.6
	(3)工業	66	10.8
	(4)服務業	172	28.2
	(5)自由業	68	11.1
	(6)學生	43	7.0
	(7)專業人員 (律師、機師、建築師)	60	9.8
	(8)家管	13	2.1
平均月收入	(1)2 萬元以下	59	9.7
	(2)2-4 萬元	273	44.7
	(3)4-6 萬元	131	21.4
	(4)6-8 萬元	88	14.4
	(5)8 萬元以上	60	9.8
游泳技能	(1)會游泳	539	88.2
	(2)不會游泳	72	11.8

資料來源：本研究整理

4.2.2 日月潭水域活動變項

一、本次或最近一次在日月潭體驗之水域活動項目：

最多受訪者體驗之水域活動項目為獨木舟，佔 60.9%；次之為立式划槳，佔 25.7%；體驗人數最少的項目為電動船，佔 13.4%。

表 4.7 日月潭水域活動體驗項目分析表 (N=509)

變項	組別	樣本數	百分比
水域活動	(1)獨木舟	310	60.9
	(2)立式划槳	131	25.7
	(3)電動船	68	13.4

資料來源：本研究整理

二、曾參與次數：

受訪者最多體驗次數為第三次體驗以上，佔 65.4%；次之為首次體驗，佔 21.2%；樣本數最少的項目為第二次體驗，佔 13.4%。

表 4.8 日月潭水域活動曾參與次數分析表 (N=509)

變項	組別	樣本數	百分比
曾參與 次數	(1)今日或最近一次是首次體驗	108	21.2
	(2)第二次體驗	68	13.4
	(3)第三次體驗	333	65.4

資料來源：本研究整理

三、停留時間：

受訪者於日月潭區域停留時間最多為兩天一夜，佔 50.3%；次之為半天至一日，佔 28.1%；再次之為半天以內，佔 14.3%；樣本數最少的項目為三天兩夜以上，佔 7.3%。

表 4.9 日月潭水域活動停留時間分析表 (N=509)

變項	組別	樣本數	百分比
停留時間	(1)半天以內	73	14.3
	(2)半天至一日(不過夜)	143	28.1
	(3)兩天一夜	256	50.3
	(4)三天兩夜以上	37	7.3

資料來源：本研究整理

四、總花費：

受訪者於日月潭區域總花費最多為二千元以下，佔 45.4%；次之為三至四千元，佔 18.9%；第三多為二至三千元，佔 14.1%；第四多為四至五千元，佔 12.8%；樣本數最少的項目為五千元以上，佔 8.7%。

表 4.10 日月潭水域活動總花費分析表 (N=509)

變項	組別	樣本數	百分比
總花費	(1)二千元以下	231	45.4
	(2)二至三千元	72	14.1
	(3)三至四千元	96	18.9
	(4)四至五千元	65	12.8
	(5)五千元以上	45	8.7

資料來源：本研究整理

4.3 研究構面敘述性統計分析

本研究共計回收有效問卷 509 份，並將問卷資料進行敘述性統計分析，以了解日月潭水域活動參與者之休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益與忠誠度。透過敘述性統計分析，可以藉由本研究各構面之平均數，得知受試者對於參與日月潭水域活動的想法，如平均數越高，則代表呈現正向看法；平均數越低，則代表呈現反向看法。另外，統計分析後之標準差，可以用來衡量水域活動參與者對於各構面的看法是否一致，如果標準差越大，代表看法越分歧；標準差越小，則代表看法越一致。

4.3.1 休閒涉入敘述性統計分析

經統計分析後可以得知，日月潭水域活動參與者之休閒涉入各構面平均值介於 3.33-4.29 之間；標準差介於 0.622-1.104 之間，其中以吸引力構面題項「參與水域活動可以紓解我的壓力、放鬆身心。」平均數得到最高分 4.41 分；以中心性構面題項「水域活動是我與朋友的主要休閒活動。」平均數得到最低分 3.77 分。由前述統計分析結果發現，日月潭水域活動參與者的休閒涉入以「參與水域活動可以紓解我的壓力、放鬆身心。」休閒涉入最高，而「水域活動是我與朋友的主要休閒活動。」休閒涉入最低。另外，在標準差方面，問項「我樂於與朋友分享參與水域活動的經驗」標準差為 0.622，顯示這個題項在水域活動參與者之看法較一致；問項「水域活動是我與朋友的主要休閒活動。」標準差為 1.104，顯示水域活動參與者看法較不一致。其他休閒涉入題項平均值及標準差如表 4.11 所示：

表 4.11 休閒涉入敘述性統計分析表(N=509)

構面	題項	平均數	標準差	構面 平均數
吸引力	參與水域活動是我感到最有樂趣的活動之一。	4.17	0.711	4.29
	對我而言，水域活動充滿了吸引力。	4.25	0.691	
	我樂於與朋友分享參與水域活動的經驗。	4.33	0.622	
	參與水域活動可以紓解我的壓力、放鬆身心。	4.41	0.635	
中心性	我的生活和水域活動是息息相關的。	3.94	0.983	3.33
	我認為參與水域活動可以充實我的生活。	4.27	0.685	
	我喜歡和朋友討論水域活動相關訊息。	4.10	0.833	
	水域活動是我與朋友的主要休閒活動。	3.77	1.104	
自我 表現	在水域活動時，可以展現真實的自我。	4	0.807	4.03
	透過水域活動使我更了解自己的處事能力。	4	0.834	
	參與水域活動，使我更肯定我自己。	3.97	0.802	
	參與水域活動讓我很有成就感。	4.15	0.715	

資料來源：本研究整理

4.3.2 休閒動機敘述性統計分析

經統計分析後可以得知，日月潭水域活動參與者之休閒動機各構面平均值介於 3.83-4.08 之間；標準差介於 0.643-1.076 之間，其中以社交取向構面題項「為了遇見新朋友。」平均數得到最高分 4.31 分；以滿足自我構面題項「為了體驗與他人競爭的感覺。」平均數得到最低分 3.43 分。由前述統計分析結果發現，日月潭水域活動參與者的休閒動機以「為了遇見新朋友。」休閒涉入最高，而「為了體驗與他人競爭的感覺。」休閒涉入最低。此外，在標準差方面，問項「為了體驗新鮮的事物。」標準差為 0.643，顯示這個題項在水域活動參與者之看法較一致；問項「為

了成為專業玩家。」標準差為 1.076，顯示水域活動參與者看法較不一致。其他休閒動機題項平均值及標準差如表 4.12 所示：

表 4.12 休閒動機敘述性統計分析表(N=509)

構面	題項	平均數	標準差	構面 平均數
休閒 樂趣	為了忘記日常工作的煩惱。	4.22	0.758	3.9
	為了打發時間，避免無聊。	3.67	0.828	
	為了遠離日常的規範。	3.81	0.828	
刺激 需求	為了尋求自我挑戰。	3.90	0.852	4.08
	為了體驗新鮮的事物。	4.29	0.643	
	為了尋求刺激的體驗。	4.08	0.817	
	為了體驗冒險活動。	4.04	0.893	
技巧 發展	為了學習水域活動技術。	3.91	0.904	3.83
	為了獲得水域活動知識。	3.93	0.947	
	為了成為專業玩家。	3.60	1.076	
	為了提升水域活動技巧。	3.87	0.944	
滿足 自我	因為完成活動後會很有成就。	4.00	0.881	3.84
	為了建立我的自信心。	4.14	0.753	
	為了體驗與他人競爭的感覺。	3.43	0.975	
	為了滿足我的好奇心。	3.80	0.800	
社交 取向	為了與他人分享技巧與知識。	3.88	0.861	3.99
	與了遇見具有相似興趣的人。	3.89	0.923	
	為了遇見新朋友。	4.31	0.660	
	為了與朋友一起遊玩。	3.88	0.855	

資料來源：本研究整理

4.3.3 休閒阻礙敘述性統計分析

經統計分析後可以得知，日月潭水域活動參與者之休閒阻礙各構面平均值介於 1.93-2.96 之間；標準差介於 0.846-1.276 之間，顯示受訪者對於休閒阻礙持負向反面看法，看法也較不一致。其中以個人阻礙構面題項「我的身體狀況不適合從事水域活動。」平均數得到最低分 1.93 分，顯示日月潭水域活動參與者在休閒阻礙問項中，認為身體狀況的阻礙程度最小；以結構性阻礙構面題項「日月潭水域活動設施附近救生員人數不足。」平均數得到最高分 2.96 分，顯示受訪者認為救生員數量是造成休閒阻礙的重要因素。此外，在標準差方面，問項「我的身體狀況不適合從事水域活動。」標準差為 0.846，顯示這個題項在水域活動參與者之看法較一致；問項「日月潭水域活動的設施不完善。」標準差為 1.276，顯示水域活動參與者看法較不一致。其他休閒阻礙題項平均值及標準差如表 4.13 所示：

表 4.13 休閒阻礙敘述性統計分析表(N=509)

構面	題項	平均數	標準差	構面平均數
個人內在阻礙	我因為害怕水，所以不敢參加水域活動。	1.99	0.889	
	我認為日月潭水域有遊艇穿梭太過危險而不敢參加。	2.17	0.899	2.09
	我的身體狀況不適合從事水域活動。	1.93	0.846	
	我對水域活動不感到興趣。	1.94	0.877	

表 4.13 休閒阻礙敘述性統計分析表(N=509)(續)

構面	題項	平均數	標準差	構面 平均數
個人 內在 阻礙	我沒有多餘的金錢參與水域活動。	2.36	0.979	2.09
	我沒有多餘的體力或時間參與水域活動。	2.15	0.963	
人際 阻礙	沒有志同道合的家人或朋友可以結伴同行。	2.46	1.167	2.42
	親友因為住得太遠，無法與我一起參與水域活動。	2.48	1.123	
	親友因為沒有交通工具，無法與我一起參與水域活動。	2.47	1.062	
	親友因為沒有足夠金錢，無法與我一起參與水域活動。	2.31	1.003	
	親友因為沒有時間，無法與我一起參與水域活動。	2.58	1.094	
	家人或朋友反對我參加水域活動。	2.25	1.015	
結構性 阻礙	日月潭水域活動場所提供的器具太過老舊。	2.79	1.145	2.77
	我不知道從何管道得知日月潭水域活動的資訊。	2.53	1.161	
	日月潭水域活動的設施不完善。	2.90	1.276	
	日月潭水域活動的費用過高。	2.66	1.013	
	日月潭水域活動設施附近救生員人數不足。	2.96	1.099	

資料來源：本研究整理

4.3.4 休閒效益敘述性統計分析

分析後可以得知，日月潭水域活動參與者之休閒效益各構面平均值介於 4.03-4.54 標準差介於 0.558-0.752 之間，其中以美學效益構面題項「讓我欣賞到天然美景。」平均數得到最高分 4.54 分；以社交效益構面題項「讓我結交到新朋友。」平均數得到最低分 4.03 分。

由前述統計分析結果發現，日月潭水域活動參與者的休閒效益以「讓

我欣賞到天然美景。」休閒效益最高，而「讓我結交到新朋友。

」休閒效益最低。此外，在標準差方面，問項「讓我心情愉快。」標準差為 0.558，顯示這個題項在水域活動參與者之看法較一致；問項「讓我結交到新朋友。」標準差為 0.879，顯示水域活動參與者看法較不一致。其他休閒效益題項平均值及標準差如表 4.14 所示：

表 4.14 休閒效益敘述性統計分析表(N=509)

構面	題項	平均數	標準差	構面平均數
生理 效益	讓我維持健康體能。	4.24	0.623	4.21
	讓我的身體得到適度休息。	4.22	0.654	
	讓我自己的活動能力得到考驗。	4.18	0.710	
心理 效益	讓我獲得成就感。	4.20	0.658	4.26
	讓我更有自信心。	4.15	0.699	
	讓我心情愉快。	4.42	0.558	
放鬆 效益	參與日月潭水域活動後讓我感到心情放鬆了。	4.45	0.575	4.38
	參與日月潭水域活動後讓我的壓力紓解許多。	4.39	0.635	
	參與日月潭水域活動後讓我的情緒變緩和了。	4.30	0.721	
社交 效益	讓我結交到新朋友。	4.03	0.879	4.08
	讓我促進親友間的感情。	4.08	0.843	
	讓我和親友有更多互動。	4.14	0.752	
教育 效益	讓我增廣見聞，了解更多知識。	4.22	0.689	4.28
	讓我學習到相關技能。	4.17	0.680	
	讓我更珍惜大自然的美景。	4.44	0.627	

表 4.14 休閒效益敘述性統計分析表(N=509)(續)

構面	題項	平均數	標準差	構面 平均數
美學 效益	讓我欣賞到天然美景。	4.54	0.596	4.51
	讓我享受到環境帶來的美感。	4.49	0.597	
	日月潭的美景讓我忘記水域活動的限制時間。	4.49	0.597	

資料來源：本研究整理

4.3.5 忠誠度敘述性統計分析

分析後可以得知，日月潭水域活動參與者之忠誠度各題項平均值介於 3.91-4.44，標準差介於 0.508-0.889 之間，其中以「我未來將會再次到日月潭體驗水域活動。」平均數得到最高分 4.44 分；以「即使體驗水域活動的費用較高，我仍會進行體驗。」平均數得到最低分 3.91 分。由前述統計分析結果發現，日月潭水域活動參與者的忠誠度以「我未來將會再次到日月潭體驗水域活動。」忠誠度最高，而「即使體驗水域活動的費用較高，我仍會進行體驗。」忠誠度最低。此外，在標準差方面，問項「我未來將會再次到日月潭體驗水域活動。」標準差為 0.508，顯示這個題項在水域活動參與者之看法較一致；問項「即使體驗水域活動的費用較高，我仍會進行體驗。」標準差為 0.899，顯示水域活動參與者看法較不一致。其他忠誠度題項平均值及標準差如表 4.15 所示：

表 4.15 忠誠度敘述性統計分析表(N=509)

構面	題項	平均數	標準差	構面平均數
忠誠度	我未來將會再次到日月潭體驗水域活動。	4.44	0.508	4.24
	即使體驗水域活動的費用較高，我仍會進行體驗。	3.91	0.889	
	我會主動向親朋好友推薦到日月潭參與水域活動。	4.26	0.611	
	我願意體驗其他種類的日月潭水域活動。	4.33	0.582	

資料來源：本研究整理

4.4 因素分析及信效度檢定

為檢定本研究問卷之基本建構效度，本節將針對「休閒涉入」、「休閒動機」、「休閒阻礙」、「休閒效益」、「忠誠度」等五份量表進行因素分析。因素負荷量應大於 0.5；解釋變異量比例應大於 50%；且各題項之 Cronbach's α 值均達到 0.7 以上，代表量表中的各構面具有一致性及穩定性，各構面之因素分析表如表 4.16-4.20。

表 4.16 休閒涉入因素分析表(正式)

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
吸引力	參與水域活動是我感到最有樂趣的活動之一。	0.853	3.06	76.625	0.896
	對我而言，水域活動充滿了吸引力。	0.881			
	我樂於與朋友分享參與水域活動的經驗。	0.898			
	參與水域活動可以紓解我的壓力、放鬆身心。	0.868			

表 4.16 休閒涉入因素分析表(正式) (續)

構面	題項	因素 負荷量	特徵值	解釋變 異量%	Cronbach's α 值
中心性	我的生活和水域活動是息息相關的。	0.915	3.03	75.821	0.888
	我認為參與水域活動可以充實我的生活。	0.774			
	我喜歡和朋友討論水域活動相關訊息。	0.878			
	水域活動是我與朋友的主要休閒活動。	0.909			
自我 表現	在水域活動時，可以展現真實的自我。	0.922	3.45	86.295	0.947
	透過水域活動使我更了解自己的處事能力。	0.953			
	參與水域活動，使我更肯定我自己。	0.941			
	參與水域活動讓我很有成就感。	0.899			

資料來源：本研究整理

休閒涉入因素分析表表內因素負荷量大於 0.5；解釋變異量比例大於 50%；且各題項之 Cronbach's α 值均達到 0.7 以上，代表此量表中的各構面具有一致性及穩定性。

表 4.17 休閒動機因素分析表(正式)

構面	題項	因素 負荷量	特徵值	解釋變 異量%	Cronbach's α 值
休閒 樂趣	為了忘記日常工作的煩惱。	0.772	1.97	65.669	0.738
	為了打發時間，避免無聊。	0.805			
	為了遠離日常的規範。	0.852			

表 4.17 休閒動機因素分析表(正式) (續)

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
刺激需求	為了尋求自我挑戰。	0.855	3.191	79.776	0.913
	為了體驗新鮮的事物。	0.859			
	為了尋求刺激的體驗。	0.935			
	為了體驗冒險活動。	0.947			
技巧發展	為了學習水域活動技術。	0.871	3.191	79.776	0.913
	為了獲得水域活動知識。	0.944			
	為了成為專業玩家。	0.859			
	為了提升水域活動技巧。	0.896			
滿足自我	因為完成活動後會很有成就。	0.897	2.541	63.536	0.794
	為了建立我的自信心。	0.874			
	為了體驗與他人競爭的感覺。	0.679			
	為了滿足我的好奇心。	0.715			
社交取向	為了與他人分享技巧與知識。	0.945	2.689	67.23	0.834
	與了遇見具有相似興趣的人。	0.873			
	為了遇見新朋友。	0.545			
	為了與朋友一起遊玩。	0.859			

資料來源：本研究整理

休閒動機因素分析表表內因素負荷量大於 0.5；解釋變異量比例大於 50%；且各題項之 Cronbach's α 值均達到 0.7 以上，代表此量表中的各構面具有一致性及穩定性。

表 4.18 休閒阻礙因素分析表(正式)

構面	題項	因素 負荷量	特徵值	解釋變 異量%	Cronbach's α 值
個人 內在 阻礙	我因為害怕水，所以不敢參加 水域活動。	0.85	4.376	72.93	0.921
	我認為日月潭水域有遊艇穿梭 太過危險而不敢參加。	0.694			
	我的身體狀況不適合從事水域 活動。	0.946			
	我對水域活動不感到興趣。	0.938			
	我沒有多餘的金錢參與水域活 動。	0.772			
	我沒有多餘的體力或時間參與 水域活動。	0.896			
人際 阻礙	沒有志同道合的家人或朋友可 以結伴同行。	0.799	4.613	76.883	0.938
	親友因為住得太遠，無法與我 一起參與水域活動。	0.885			
	親友因為沒有交通工具，無法 與我一起參與水域活動。	0.925			
	親友因為沒有足夠金錢，無法 與我一起參與水域活動。	0.902			
	親友因為沒有時間，無法與我 一起參與水域活動。	0.895			
	家人或朋友反對我參加水域活 動。	0.848			
結構性 阻礙	日月潭水域活動場所提供的器 具太過老舊。	0.856	3.677	73.537	0.907
	我不知道從何管道得知日月潭 水域活動的資訊。	0.775			
	日月潭水域活動的設施不完善	0.887			
	日月潭水域活動的費用過高。	0.876			
	日月潭水域活動設施附近救生 員人數不足。	0.890			

資料來源：本研究整理

休閒阻礙因素分析表表內因素負荷量大於 0.5；解釋變異量比例大於 50%；且各題項之 Cronbach's α 值均達到 0.7 以上，代表此量表中的各構面具有一致性及穩定性。

表 4.19 休閒效益因素分析表(正式)

構面	題項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	Cronbach's α 值
生理效益	讓我維持健康體能。	0.914	2.604	86.799	0.923
	讓我的身體得到適度休息。	0.945			
	讓我自己的活動能力得到考驗。	0.936			
心理效益	讓我獲得成就感。	0.925	2.419	80.623	0.876
	讓我更有自信心。	0.885			
	讓我心情愉快。	0.883			
放鬆效益	參與日月潭水域活動後讓我感到心情放鬆了。	0.943	2.751	91.714	0.950
	參與日月潭水域活動後讓我的壓力紓解許多。	0.981			
	參與日月潭水域活動後讓我的情緒變緩和了。	0.949			
社交效益	讓我結交到新朋友。	0.924	2.383	79.441	0.870
	讓我促進親友間的感情。	0.914			
	讓我和親友有更多互動。	0.833			
教育效益	讓我增廣見聞，了解更多知識。	0.945	2.291	76.365	0.844
	讓我學習到相關技能。	0.915			
	讓我更珍惜大自然的美景。	0.749			
美學效益	讓我欣賞到天然美景	0.954	2.846	94.879	0.973
	讓我享受到環境帶來的美感	0.987			
	日月潭的美景讓我忘記水域活動的限制時間	0.981			

資料來源：本研究整理

休閒效益因素分析表表內因素負荷量大於 0.5；解釋變異量比例大於 50%；且各題項之 Cronbach's α 值均達到 0.7 以上，代表此量表中的各構面具有一致性及穩定性。

表 4.20 忠誠度因素分析表(正式)

構面	題項	因素 負荷 量	特徵值	解釋變 異量%	Cronbach's α 值
忠誠度	我未來將會再次到日月潭體驗水域活動。	0.816	2.844	71.091	0.839
	即使體驗水域活動的費用較高，我仍會進行體驗。	0.783			
	我會主動向親朋好友推薦到日月潭參與水域活動。	0.887			
	我願意體驗其他種類的日月潭水域活動。	0.883			

資料來源：本研究整理

忠誠度因素分析表表內因素負荷量大於 0.5；解釋變異量比例大於 50%；且各題項之 Cronbach's α 值均達到 0.7 以上，代表此量表中的各構面具有一致性及穩定性。

4.5 結構方程測量模式分析

結構方程模式分為兩種統計模式，分別為測量模式及結構模式。本研究先以測量模式檢驗測量指標與潛在變項間的關係，並以驗證性因素分析（CFA）考驗測量模式之信度與效度。接著利用結構模式進行各潛在變項間的路徑分析，並考驗結構模式的適配性，以了解潛在變項間之因果關係，並驗證是否符合本研究之各項假說。

4.5.1 各構面測量模型適配度

本研究之「休閒涉入」、「休閒動機」、「休閒阻礙」、「休閒效益」及「忠誠度」五項構面的模型適配度經過多次修正後，評鑑指標大多皆能符合標準數值，如表 4.21 所示。本研究之研究構面：休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙及休閒效益之卡方值與自由度比，分別為 3.8、4.6、4.4、4.4，雖未小於標準值 3，但仍屬可以接受的範圍（卡方值與自由度比 <5 ），另忠誠度之卡方值與自由度比小於標準值，符合標準。

在 AGFI 的數值部分，各研究構面除休閒動機及休閒阻礙之數值分別為 0.89 及 0.85 接近標準值外，其餘構面數值皆符合標準。RMR 部分僅休閒阻礙構面數值 0.07 屬於接近標準值（ $RMR < 0.08$ ），其餘構面數值皆符合標準。RMSEA 部分，除了忠誠度符合標準值外，休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益之數值皆為接近標準值，分別為 0.07、0.08、0.08、0.06，但仍屬可接受之範圍（ $RMSEA < 0.08$ ）。PNFI 部分休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益之數值皆為接近標準值，分別為 0.38、0.47、0.43、0.32，但仍屬可接受之範圍。PGFI 部分休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度之數值皆為接近標準值，分別為 0.32、0.40、0.36、0.39、0.4，但仍屬可接受之範圍。

綜合前述數值分析結果，本研究測量模型雖無法全部符合標準值，但

皆介於各項指標之寬限值內，符合研究之要求，

表 4.21 各構面測量模型適配度評鑑表(刪題後一階模型)

評鑑指標	標準值	休閒 涉入	休閒 動機	休閒 阻礙	休閒 效益	忠誠度	
絕對 適配度 指標	χ^2	P>0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	
	χ^2/df	<3	3.8◎	4.6◎	4.4◎	4.4◎	0.22
	GFI	>0.9	0.97	0.94	0.94	0.97	0.99
	AGFI	>0.9	0.90	0.86◎	0.85◎	0.93	0.99
	RMR	<0.05	0.02	0.04	0.07◎	0.01	0.001
	RMSEA	<0.05	0.07◎	0.08◎	0.08◎	0.06◎	0.00
增值 適配度 指標	NFI	>0.9	0.98	0.96	0.97	0.98	0.99
	CFI	>0.9	0.98	0.97	0.98	0.98	0.99
簡約 適配度 指標	PNFI	>0.5	0.38◎	0.47◎	0.43◎	0.32◎	0.16
	PGFI	>0.5	0.32◎	0.40◎	0.36◎	0.39◎	0.4◎
	CN	>200	204	212	221	315	869

資料來源：本研究整理

備註：◎表示接近標準值，但達較寬標準

4.5.2 測量模式驗證性分析

即使整個模式的配適度皆合乎標準，但個別參數可能是無意義的。因此，為了符合理論的假設，應該深入了解研究中的每一個參數，才能確保研究的結果是可被驗證的。國外學者 Bagozzi & Yi(1988)提出兩種常用且合適的指標，可以衡量個別參數的意義，分別是潛在變項的組合信度

(CR) 以及平均變異萃取量 (AVE)。組合信度可以用來測量變項的信度，CR 值如大於 0.7，且 AVE 值大於 0.5 且則代表資料內部具有一致性，符合信度標準，且具有收斂效度；另外，標準化因素負荷量應大於 0.5 才算符合標準。

休閒涉入構面之驗證性分析如表 4.22 所示。休閒涉入各題項之標準化因素負荷量 (SFL) 皆大於 0.5，顯示各題項皆達到顯著水準且具有不錯的收斂效度。另外，各次構面之組合信度 (CR) 皆大於 0.7，顯示各潛在變項間具有高度的內部一致性；平均變異萃取量 (AVE) 皆大於 0.5，顯示此測量已具有一定的收斂效度。

表 4.22 休閒涉入構面之驗證性分析表

構面	題項	SFL	t 值	CR	AVE
吸引力	參與水域活動是我感到最有樂趣的活動之一。	0.888	-	0.83	0.56
	對我而言，水域活動充滿了吸引力。	0.735	18.98		
	我樂於與朋友分享參與水域活動的經驗。	0.740	18.96		
	參與水域活動可以紓解我的壓力、放鬆身心。	0.604	15.21		
中心性	我的生活和水域活動是息息相關的。	0.876	-	0.91	0.72
	我認為參與水域活動可以充實我的生活。	0.763	20.62		
	我喜歡和朋友討論水域活動相關訊息。	0.840	23.47		
	水域活動是我與朋友的主要休閒活動。	0.919	29.89		
自我表現	在水域活動時，可以展現真實的自我。	0.932	-	0.95	0.83
	透過水域活動使我更了解自己的處事能力。	0.927	38.20		
	參與水域活動，使我更肯定我自己。	0.965	32.98		
	參與水域活動讓我很有成就感。	0.826	28.45		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量

休閒動機構面之驗證性分析如表 4.23 所示。其中「刺激需求」次構面之 AVE 值小於 0.5，故選擇刪除因素負荷量最低的「為了體驗新鮮的事物」題項；而在「滿足自我」次構面之 AVE 值小於 0.5，故選擇刪除因素負荷量最低的「為了體驗與他人競爭的感覺」題項。另外，考量「社交取向」次構面之題目較多，因此決定刪除因素負荷量較低的「為了遇見新朋友」題項。

休閒動機各題項之標準化因素負荷量 (SFL) 皆大於 0.5，顯示各題項皆達到顯著水準且具有不錯的收斂效度。另外，各次構面之組合信度 (CR) 皆大於 0.7，顯示各潛在變項間具有高度的內部一致性；平均變異萃取量 (AVE) 皆大於 0.5，顯示此測量已具有一定的收斂效度。

表 4.23 休閒動機構面之驗證性分析表

構面	題項	SFL	t 值	EV	CR	AVE
休閒 樂趣	為了忘記日常工作的煩惱。	0.643	-	0.59	0.74	0.5
	為了打發時間，避免無聊。	0.627	12.16	0.61		
	為了遠離日常的規範。	0.827	11.00	0.32		
刺激 需求	為了尋求自我挑戰。	0.838	-	0.30	0.84	0.64
	為了尋求刺激的體驗。	0.832	18.357	0.31		
	為了體驗冒險活動。	0.721	19.981	0.48		
技巧 發展	為了學習水域活動技術。	0.922	-	0.15	0.92	0.74
	為了獲得水域活動知識。	0.953	35.939	0.10		
	為了成為專業玩家。	0.750	19.202	0.44		
滿足 自我	為了提升水域活動技巧。	0.806	22.905	0.35	0.85	0.66
	因為完成活動後會很有成就。	0.938	-	0.12		
	為了建立我的自信心。	0.818	21.596	0.33		
	為了滿足我的好奇心。	0.658	16.717	0.57		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量

表 4.23 休閒動機構面之驗證性分析表(續)

構面	題項	SFL	t 值	EV	CR	AVE
社交 取向	為了與他人分享技巧與知識	0.869	-	0.24	0.92	0.8
	與了遇見具有相似興趣的人	0.977	28.726	0.04		
	為了與朋友一起遊玩	0.830	21.814	0.3		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量

休閒阻礙構面之驗證性分析如表 4.24 所示。其中「結構阻礙」次構面之 AVE 值小於 0.5，故選擇刪除因素負荷量最低的「日月潭水域活動的費用過高」題項。

休閒阻礙各題項之標準化因素負荷量 (SFL) 皆大於 0.5，顯示各題項皆達到顯著水準且具有不錯的收斂效度。另外，各次構面之組合信度 (CR) 皆大於 0.7，顯示各潛在變項間具有高度的內部一致性；平均變異萃取量 (AVE) 皆大於 0.5，顯示此測量已具一定的收斂效度。

表 4.24 休閒阻礙構面之驗證性分析表

構面	題項	SFL	t 值	EV	CR	AVE
個人 阻礙	我因為害怕水，所以不敢參加水域活動。	0.839	-	0.30	0.93	0.70
	我認為日月潭水域有遊艇穿梭太過危險而不敢參加。	0.606	13.573	0.63		
	我的身體狀況不適合從事水域活動。	0.924	23.491	0.15		
	我對水域活動不感到興趣。	0.969	33.948	0.06		
	我沒有多餘的金錢參與活動。	0.746	17.457	0.44		
	我沒有多餘的體力或時間參與水域活動。	0.896	21.835	0.20		

表 4.24 休閒阻礙構面之驗證性分析表(續)

構面	題項	SFL	t 值	EV	CR	AVE
人際 阻礙	沒有志同道合的家人或朋友可以結伴同行。	0.841	-	0.30	0.93	0.70
	親友因為住得太遠，無法與我一起參與水域活動。	0.755	16.794	0.42		
	親友因為沒有交通工具，無法與我一起參與水域活動。	0.848	17.043	0.28		
	親友因為沒有足夠金錢，無法與我一起參與水域活動。	0.947	18.954	0.10		
	親友因為沒有時間，無法與我一起參與水域活動。	0.792	18.705	0.37		
	家人或朋友反對我參加水域活動。	0.851	17.367	0.28		
結構 阻礙	日月潭水域活動場所提供的器具太過老舊。	0.777	-	0.40	0.87	0.64
	我不知道從何管道得知日月潭水域活動的資訊。	0.728	9.835	0.47		
	日月潭水域活動的設施不完善。	0.781	11.44	0.39		
	日月潭水域活動設施附近救生員人數不足。	0.896	11.684	0.20		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量

休閒效益構面之驗證性分析如表 4.25 所示。各題項之標準化因素負荷量 (SFL) 皆大於 0.5，顯示各題項皆達到顯著水準且具有不錯的收斂效率。另外，各次構面之組合信度 (CR) 皆大於 0.7，顯示各潛在變項間具有高度的內部一致性；平均變異萃取量 (AVE) 皆大於 0.5，顯示此測量已具有一定的收斂效率。

表 4.25 休閒效益構面之驗證性分析表

構面	題項	SFL	t 值	EV	CR	AVE
生理 效益	讓我維持健康體能。	0.96	-	0.08	0.96	0.88
	讓我的身體得到適度休息。	0.99	27.668	0.02		
	讓我自己的活動能力得到考驗。	0.871	25.605	0.24		
心理 效益	讓我獲得成就感。	0.797	-	0.36	0.91	0.77
	讓我更有自信心。	0.852	21.951	0.27		
	讓我心情愉快。	0.972	25.229	0.05		
放鬆 效益	參與日月潭水域活動後讓我感到心情放鬆了	0.943	-	0.11	0.96	0.90
	參與日月潭水域活動後讓我的壓力紓解許多	0.945	40.742	0.10		
	參與日月潭水域活動後讓我的情緒變緩和了	0.967	30.303	0.06		
社交 效益	讓我結交到新朋友	0.841	-	0.29	0.95	0.86
	讓我促進親友間的感情	0.958	18.479	0.08		
	讓我和親友有更多互動	0.986	14.041	0.02		
教育 效益	讓我增廣見聞，了解更多知識	0.967	-	0.06	0.93	0.82
	讓我學習到相關技能	0.899	31.070	0.19		
	讓我更珍惜大自然的美景	0.850	19.924	0.27		
美學 效益	讓我欣賞到天然美景	0.946	-	0.1	0.96	0.89
	讓我享受到環境帶來的美感	0.954	39.382	0.08		
	日月潭的美景讓我忘記水域活動的限制時間	0.945	36.696	0.1		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量

忠誠度構面之驗證性分析如表 4.26 所示。各題項之標準化因素負荷量 (SFL) 皆大於 0.5，顯示各題項皆達到顯著水準且具有不錯的收斂效度。另外，各次構面之組合信度 (CR) 皆大於 0.7，顯示各潛在變項間具有高度的內部一致性；平均變異萃取量 (AVE) 皆大於 0.5，顯示此測量已具有一定的收斂效度。

表 4.26 忠誠度構面之驗證性分析表

構面	題項	SFL	t 值	EV	CR	AVE
忠誠度	我未來將會再次到日月潭體驗水域活動	0.72	-	0.48	0.86	0.62
	即使體驗水域活動的費用較高，我仍會進行體驗	0.71	14.098	0.49		
	我會主動向親朋好友推薦到日月潭參與水域活動	0.84	18.144	0.29		
	我願意體驗其他種類的日月潭水域活動	0.88	17.525	0.22		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量

區別效度 (Discriminant validity) 是指將同一構面中的兩個不同次構面進行相關分析，分析結果如果顯示兩個次構面的相關程度低，就代表此兩個次構面間具有區別效度 (Anderson & Gerbing, 1988)。本研究中針對各量表構面間之區別效度判斷標準為每個構面之平均變異萃取量 (AVE) 平方根的數值，需大於各構面相關係數，若區別效度數值不高，則表示兩個構面之間可以合併為同一個構面。本研究五個構面之內在結構配適度分析說明如下。

觀察表 4.27 可以得知，休閒涉入 AVE 平方根數值介於 0.748-0.91 之間，除了吸引力之 AVE 值小於吸引力與中心性之相關係數 0.809，其餘都在範圍之內，顯示休閒涉入量表區別效度並不佳，各構面之相關係數相當高，且如果想要了解參與者之休閒涉入程度，可以綜合吸引力、中心性、自我表現等三構面進行衡量，故本研究將休閒涉入各次構面合併為「休閒涉入」構面，並以二階驗證性因素分析檢驗之。

表 4.27 休閒涉入區別效度檢定表

	吸引力	中心性	自我表現
吸引力	0.748	-	-
中心性	0.809	0.85	-
自我表現	0.644	0.81	0.91

資料來源：本研究整理

註：灰色區塊代表各次構面 AVE 平方根數值

觀察表 4.28 可以得知，休閒動機 AVE 平方根數值介於 0.7-0.89 之間，皆大於其他構面之相關係數，顯示休閒動機量表雖具有區別效度，但有部分相關係數已呈高度相關。其中休閒樂趣、刺激需求、滿足自我三個構面有高相關，故合併休閒樂趣、刺激需求、滿足自我三個次構面為「滿足玩樂」構面，在滿足玩樂構面得到高分數之參與者，推論大多皆是為了水域活動的樂趣、刺激以及滿足感的一般遊客；另技巧發展及社交取向構面之間有高相關，故合併技巧發展、社交取向次構面為「技巧交友」構面，在技巧交友構面得到高分數之參與者，推論大多是為了磨練技巧並參與社群的專業玩家。構面合併後為求符合各項指標，本研究以二階驗證性因素分析檢驗之。

表 4.28 休閒動機區別效度檢定表

	休閒樂趣	刺激需求	技巧發展	滿足自我	社交取向
休閒樂趣	0.70	-	-	-	-
刺激需求	0.346	0.79	-	-	-
技巧發展	0.230	0.514	0.86	-	-
滿足自我	0.363	0.783	0.676	0.81	-
社交取向	0.296	0.541	0.740	0.672	0.89

資料來源：本研究整理

註：灰色區塊代表各次構面 AVE 平方根數值

觀察表 4.29 可以得知，休閒阻礙 AVE 平方根數值介於 0.8-0.84 之間，皆大於其他構面之相關係數，顯示休閒阻礙量表具有區別效度。

表 4.29 休閒阻礙區別效度檢定表

	個人阻礙	人際間阻礙	結構性阻礙
個人阻礙	0.83	-	-
人際間阻礙	0.74	0.84	-
結構性阻礙	0.52	0.61	0.80

資料來源：本研究整理

註：灰色區塊代表各次構面 AVE 平方根數值

觀察表 4.30 可以得知，休閒效益 AVE 平方根數值介於 0.87-0.95 之間，皆大於其他構面之相關係數，顯示休閒效益量表雖有達到區別效度，但各構面之間的相關係數已呈高度相關，且當水域活動參與者體驗活動後，通常獲得之效益各類皆有，較難明確的區分不同種類之效益，故本研究將休閒效益之各構面合併為「休閒效益」構面，並以二階驗證性因素分析檢驗之。

表 4.30 休閒效益區別效度檢定表

	生理 效益	心理 效益	放鬆 效益	社交 效益	教育 效益	美學 效益
生理 效益	0.94	-	-	-	-	-
心理 效益	0.90	0.87	-	-	-	-
放鬆 效益	0.77	0.80	0.95	-	-	-
社交 效益	0.62	0.53	0.54	0.93	-	-
教育 效益	0.79	0.85	0.76	0.66	0.90	-
美學 效益	0.62	0.71	0.78	0.43	0.68	0.94

4.5.3 休閒動機、休閒涉入、休閒效益二階驗證性因素分析

由表 4.31 可以得知休閒涉入二階模式適配度大多符合各項指標，除了卡方除以自由度未小於 3，但仍接近標準值(3.02)以及 RMSEA 未小於 0.05，但仍接近標準值(0.06)，另 PNFI 及 PGFI 未大於 0.5，但仍接近標準值(0.38、0.32)仍屬於可接受的範圍。

另一方面，休閒動機二階模式適配度也大多符合各項指標，除了 PNFI 及 PGFI 未大於 0.5，但仍接近標準值(0.38、0.32)仍屬於可接受的範圍。

最後在休閒效益二階模式適配度部分，其數值大多符合各項指標，除了卡方除以自由度未小於 3，但仍接近標準值(4.32)以及 RMSEA(0.08)未小於 0.05，但亦符合較寬標準值，另 PNFI 及 PGFI 未大於 0.5，但仍接近標準值(0.47、0.4)仍屬於可接受的範圍。

表 4.31 休閒涉入、休閒動機、休閒效益二階模型適配度評鑑表

評鑑指標	標準值	休閒涉入	休閒動機	休閒效益	
χ^2	$P > 0.05$	0.00	0.00	0.00	
χ^2/df	< 3	3.02◎	2.59	4.32◎	
絕對 適配度指標	GFI	> 0.9	0.97	0.96	0.93
	AGFI	> 0.9	0.92	0.91	0.92
	RMR	< 0.05	0.01	0.04	0.02
	RMSEA	< 0.05	0.06◎	0.05	0.08◎
	增值 適配度指標	NFI	> 0.9	0.98	0.98
CFI		> 0.9	0.99	0.98	0.98
簡約 適配度指標	PNFI	> 0.5	0.38◎	0.42◎	0.47◎
	PGFI	> 0.5	0.32◎	0.37◎	0.4◎
	CN	> 200	252	263	233

資料來源：本研究整理

由表 4.32 休閒涉入二階驗證性分析表，可以得知 CR 值大於 0.7，AVE 值大於 0.5，因此休閒涉入二階模型具有收斂效度，故將休閒涉入以二階

模式整合主構面進入整體模型分析。

表 4.32 休閒涉入二階驗證性分析表

構面對題目	SFL	t 值	EV	CR	AVE
休閒涉入→吸引力	0.87	20.61	0.24		
休閒涉入→中心性	0.96	23.08	0.07	0.93	0.80
休閒涉入→自我表現	0.86	22.02	0.26		
吸引力→參與水域活動是我感到最有興趣的活動之一。	0.89	-	0.20		
吸引力→對我而言，水域活動充滿了吸引力。	0.97	22.06	0.05		
吸引力→我樂於與朋友分享參與水域活動的經驗。	0.71	18.34	0.49	0.88	0.66
吸引力→參與水域活動可以紓解我的壓力、放鬆身心。	0.64	17.39	0.59		
中心性→我的生活和水域活動是息息相關的。	0.86	-	0.26		
中心性→我認為參與水域活動可以充實我的生活。	0.76	20.84	0.42		
中心性→我喜歡和朋友討論水域活動相關訊息。	0.81	24.88	0.34	0.90	0.71
中心性→水域活動是我與朋友的主要休閒活動。	0.94	31.21	0.11		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量

表 4.32 休閒涉入二階驗證性分析表(續)

構面對題目	SFL	t 值	EV	CR	AVE
自我表現→在水域活動時，可以展現真實的自我。	0.92	-	0.15		
自我表現→透過水域活動使我更了解自己的處事能力。	0.93	38.61	0.13		
自我表現→參與水域活動，使我更肯定我自己。	0.96	32.79	0.07	0.95	0.83
自我表現→參與水域活動讓我很有成就感。	0.83	28.81	0.31		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量

由表 4.33 休閒動機二階驗證性分析表，可以得知 CR 值大於 0.7，AVE 值大於 0.5，因此休閒動機二階模型具有收斂效度，故將休閒動機以二階模式整合主構面進入整體模型分析。

表 4.33 休閒動機二階驗證性分析表

構面對題目	SFL	t 值	EV	CR	AVE
滿足玩樂→休閒樂趣	0.85	-	0.27		
滿足玩樂→刺激需求	0.86	7.16	0.26	0.92	0.79
滿足玩樂→滿足自我	0.96	7.12	0.07		
技巧交友→技巧發展	0.93	-	0.13		
技巧交友→交友取向	0.82	15.9	0.32	0.86	0.76

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量

表 4.33 休閒動機二階驗證性分析表(續)

構面對題目	SFL	t 值	EV	CR	AVE
休閒樂趣→為了忘記日常工作的煩惱。	0.72	-	0.48		
休閒樂趣→為了打發時間，避免無聊。	0.78	11.74	0.39	0.81	0.58
休閒樂趣→為了遠離日常的規範。	0.80	11.71	0.36		
刺激需求→為了尋求自我挑戰。	0.84	-	0.29		
刺激需求→為了體驗新鮮的事物。	0.97	24.26	0.05	0.93	0.81
刺激需求→為了尋求刺激的體驗。	0.90	26.27	0.19		
滿足自我→因為完成活動後會很有成就感。	0.95	-	0.09		
滿足自我→為了建立我的自信心。	0.79	23.98	0.37	0.86	0.67
滿足自我→為了體驗與他人競爭的感覺。	0.71	17.19	0.49		
技巧發展→為了學習水域活動技術。	0.89	-	0.20		
技巧發展→為了獲得水域活動知識。	0.98	37.21	0.03	0.91	0.72
技巧發展→為了成為專業玩家。	0.73	20.42	0.46		
技巧發展→為了提升水域活動技巧。	0.78	23.53	0.39		
社交取向→為了與他人分享技巧與知識。	0.84	-	0.29		
社交取向→與了遇見具有相似興趣的人。	0.99	29.05	0.01	0.93	0.82
社交取向→為了遇見新朋友。	0.89	21.79	0.20		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量

由表 4.34 休閒效益二階驗證性分析表，可以得知 CR 值大於 0.7，AVE 值大於 0.5，因此休閒效益二階模型具有收斂效度，故將休閒效益以二階模式整合主構面進入整體模型分析。

經由上述模式檢測後，不論是適配度、組成信度、標準化因素負荷量、收斂效度、區別效度等檢驗，模式內外品質皆符合標準，因此將進行整體結構模式分析，以驗證各潛在變數之間的因果關係。

表 4.34 休閒效益二階驗證性分析表

構面對題目	SFL	t 值	EV	CR	AVE
休閒效益→生理效益	0.93	-	0.13		
休閒效益→心理效益	0.98	31.63	0.03		
休閒效益→放鬆效益	0.92	28.17	0.15		
休閒效益→美學效益	0.83	23.06	0.31	0.95	0.76
休閒效益→教育效益	0.97	19.42	0.05		
休閒效益→社交效益	0.55	14.32	0.69		
生理效益→讓我維持健康體能。	0.86	-	0.26		
生理效益→讓我的身體得到適度休息。	0.90	30.61	0.19	0.90	0.76
生理效益→讓我自己的活動能力 得到考驗。	0.87	29.7	0.24		
心理效益→讓我獲得成就感。	0.81	-	0.34		
心理效益→讓我更有自信心。	0.70	23.81	0.51	0.85	0.65
心理效益→讓我心情愉快。	0.91	27.87	0.17		
放鬆效益→讓我感到心情放鬆了。	0.90	-	0.19		
放鬆效益→讓我的壓力紓解許多。	0.98	38.10	0.03	0.96	0.91
放鬆效益→讓我的情緒變緩和了。	0.98	57.43	0.03		
社交效益→讓我結交到新朋友。	0.88	-	0.22		
社交效益→讓我促進親友間的感情。	0.89	27.67	0.20	0.89	0.74
社交效益→讓我和親友有更多互動。	0.81	17.95	0.34		
教育效益→讓我增廣見聞，了解更多知 識。	0.71	-	0.49		
教育效益→讓我學習到相關技能。	0.73	38.21	0.46	0.79	0.56
教育效益→讓我更珍惜大自然的美景。	0.81	25.38	0.34		
美學效益→讓我欣賞到天然美景。	0.91	-	0.17		
美學效益→讓我享受到環境帶來的 美感。	0.99	52.72	0.01	0.97	0.92
美學效益→日月潭的美景讓我忘記水域 活動的限制時間。	0.98	48.67	0.03		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量

4.6 結構方程整體模式分析

4.6.1 整體模式分析

根據本研究之研究架構圖建構出整體模型後，整體模式適配度如表 4.35 所示。在各項適配度評鑑指標中，卡方考驗值未小於 3，但仍屬於可接受的範圍(<5)內。GFI 及 AGFI 數值分別為 0.84 及 0.81，未大於 0.9，但仍屬於可接受的範圍(>0.8)以上。RMSEA 的數值 0.07 雖大於 0.05，但仍屬可接受的範圍內(RMSEA<0.08)。其餘各項指標皆符合各項評鑑指標之標準值，因此本研究之整體模式的適配度評鑑外在品質良好。

表 4.35 整體模式適配度評鑑表

評鑑指標	標準值	整體模式	
絕對 適配度指標	χ^2	P>0.05	0.000
	χ^2/df	<3	4.231◎
	GFI	>0.9	0.84◎
	AGFI	>0.9	0.81◎
	RMR	<0.05	0.042
	RMSEA	<0.05	0.072◎
增值 適配度指標	NFI	>0.9	0.92
	CFI	>0.9	0.932

資料來源：本研究整理

備註：◎表示接近標準值，但達較寬標準

從表 4.36 中可以發現，整體模式中的題目與構面之驗證性因素分析，各題項之標準化因素負荷量 (SFL) 皆大於 0.5，顯示各題項皆達到顯著水準且具有不錯的收斂效度。另外，各構面間組合信度 (CR) 皆大於 0.7，顯示各潛在變項間具有高度的內部一致性；平均變異萃取量 (AVE) 皆大於 0.5，顯示此整體模式已具一定的收斂效度。

表 4.36 整體模式驗證性因素分析表

構面對題目	SFL	t 值	EV	CR	AVE
滿足玩樂→休閒樂趣	0.62	-	0.61		
滿足玩樂→刺激需求	0.65	13.01	0.57	0.80	0.58
滿足玩樂→滿足自我	0.98	12.91	0.03		
技巧交友→技巧發展	0.85	-	0.27		
技巧交友→社交取向	0.85	27.78	0.27	0.83	0.72
休閒涉入→吸引力	0.77	-	0.40		
休閒涉入→中心性	0.96	31.83	0.07	0.89	0.73
休閒涉入→自我表現	0.83	28.03	0.31		
個人阻礙→我因為害怕水，所以不敢參加水域活動。	0.72	-	0.48		
個人阻礙→我認為日月潭水域有遊艇穿梭太過危險而不敢參加。	0.77	15.81	0.40		
個人阻礙→我的身體狀況不適合從事水域活動。	0.72	25.87	0.48	0.87	0.54
個人阻礙→我對水域活動不感到興趣。	0.75	38.87	0.43		
個人阻礙→我沒有多餘的金錢參與水域活動。	0.71	17.04	0.49		
個人阻礙→我沒有多餘的體力或時間參與水域活動。	0.77	22.32	0.40		
人際阻礙→沒有志同道合的家人或朋友可以結伴同行。	0.71	-	0.49		
人際阻礙→親友因為住得太遠，無法與我一起參與水域活動。	0.72	23.71	0.48		
人際阻礙→親友因為沒有交通工具，無法與我一起參與水域活動。	0.84	23.67	0.29		
人際阻礙→親友因為沒有足夠金錢，無法與我一起參與水域活動。	0.80	24.09	0.36	0.91	0.65
人際阻礙→親友因為沒有時間，無法與我一起參與水域活動。	0.88	26.23	0.22		
人際阻礙→家人或朋友反對我參加水域活動。	0.89	22.88	0.20		

表 4.36 整體模式驗證性因素分析表(續)

構面對題目	SFL	t 值	EV	CR	AVE
結構阻礙→日月潭水域活動場所提供的器具太過老舊。	0.85	-	0.27		
結構阻礙→我不知道從何管道得知日月潭水域活動的資訊。	0.57	16.48	0.67		
結構阻礙→日月潭水域活動的設施不完善	0.89	34.28	0.20	0.87	0.63
結構阻礙→日月潭水域活動設施附近救生員人數不足。	0.83	30.87	0.31		
休閒效益→生理效益	0.90	-	0.19		
休閒效益→心理效益	0.97	45.31	0.05		
休閒效益→放鬆效益	0.80	32.53	0.36		
休閒效益→社交效益	0.90	28.46	0.19	0.95	0.76
休閒效益→教育效益	0.92	36.63	0.15		
休閒效益→美學效益	0.73	24.01	0.46		
忠誠度→我未來將會再次到日月潭體驗水域活動。	0.78	-	0.39		
忠誠度→即使體驗水域活動的費用較高，我仍會進行體驗。	0.59	16.66	0.65		
忠誠度→我會主動向親朋好友推薦到日月潭參與水域活動。	0.96	29.33	0.07	0.88	0.65
忠誠度→我願意體驗其他種類的日月潭水域活動。	0.87	26.41	0.24		

資料來源：本研究整理

透過結構模式之路徑分析可以進行本研究假說之驗證，分析結果數據如表 4.37，其結果說明如下：

- (一) H1-a：休閒動機之滿足玩樂對於休閒涉入具正向顯著影響，路徑值為 0.74；其 P 值小於 0.001，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之滿足玩樂動機越高，則其休閒涉入也越高。
- (二) H1-b：休閒動機之技巧交友對於休閒涉入具正向顯著影響，路徑值為 0.84；其 P 值小於 0.001，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之技巧交友動機越高，則其休閒涉入也越高。

與者之技巧交友動機越高，則其休閒涉入也越高。

- (三) H2-a：滿足玩樂動機對於個人阻礙具負向顯著影響，路徑值為-0.22；其P值為0.002，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之滿足玩樂動機越高，則其個人阻礙越低。
- (四) H2-b：滿足玩樂動機對於人際阻礙具負向顯著影響，路徑值為-0.03；其P值為0.037，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之滿足玩樂動機越高，則其人際阻礙也越低。
- (五) H2-c：滿足玩樂動機對於結構阻礙具負向顯著影響，路徑值為-0.06；其P值為0.01，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之滿足玩樂動機越高，則其結構阻礙也越低。
- (六) H2-d：技巧交友動機對於個人阻礙具負向顯著影響，路徑值為-0.51；其P值小於0.001，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之技巧交友動機越高，則其個人阻礙也越低。
- (七) H2-e：技巧交友動機對於人際阻礙具負向顯著影響，路徑值為-0.09；其P值小於0.001，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之技巧交友動機越高，則其人際阻礙也越低。
- (八) H2-f：技巧交友動機對於結構阻礙具負向顯著影響，路徑值為-0.18；其P值小於0.001，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之技巧交友動機越高，則其結構阻礙也越低。

- (九) H3：休閒涉入對於休閒效益具正向顯著影響，H3 路徑值為 0.84，其 P 值小於 0.001，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之休閒涉入越高，則其休閒效益越高。
- (十) H4-a：個人阻礙對於休閒效益具負向顯著影響，路徑值為-0.003；路徑值為 0.38 不顯著，代表假說不成立，日月潭水域活動參與者之個人阻礙與休閒效益之影響不顯著。
- (十一) H4-b：人際阻礙對於休閒效益具負向顯著影響，路徑值為-0.201；其 P 值小於 0.001，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之人際阻礙越高，則其休閒效益越低。
- (十二) H4-c：結構阻礙對於休閒效益具負向顯著影響，路徑值為-0.094；其 P 值小於 0.001，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之結構阻礙越高，則其休閒效益越低。
- (十三) H5：休閒效益對於忠誠度具正向顯著相關，H5-a 路徑值為 0.84，其 P 值小於 0.001，代表假說成立，當日月潭水域活動參與者之休閒涉入越高，則其休閒效益越高。

表 4.37 路徑關係檢定表

假說	路徑	路徑值	t 值	P 值	假說是 否成立
H1(動機→涉入)	H1-a 滿足玩樂→休閒涉入	0.74	12.34	***	成立
	H1-b 技巧交友→休閒涉入	0.84	22.66	***	成立

表 4.37 路徑關係檢定表(續)

假說	路徑	路徑值	t 值	P 值	假說是 否成立
H2(動機→阻礙)	H2-a 滿足玩樂→個人阻礙	-0.22	-3.12	**	成立
	H2-b 滿足玩樂→人際阻礙	-0.03	-2.08	*	成立
	H2-c 滿足玩樂→結構阻礙	-0.06	-2.57	*	成立
	H2-d 技巧交友→個人阻礙	-0.51	-5.80	***	成立
	H2-e 技巧交友→人際阻礙	-0.09	-4.42	***	成立
	H2-f 技巧交友→結構阻礙	-0.18	-6.25	***	成立
H3(涉入→效益)	H3 休閒涉入→休閒效益	0.84	24.59	***	成立
H4(阻礙→效益)	H4-a 個人阻礙→休閒效益	-0.003	-0.87	0.38	不成立
	H4-b 人際阻礙→休閒效益	-0.201	-10	***	成立
	H4-c 結構阻礙→休閒效益	-0.094	-5.29	***	成立
H5(效益→ 忠誠度)	H5-a 休閒效益→忠誠度	0.786	20.66	***	成立

資料來源：本研究整理

備註：*表示 P 值<0.05，**表示 P 值<0.01，***表示 P 值<0.001

藉由上述各構面間之路徑關係檢定，可以整理出整體模式路徑圖，如圖 4.1 所示。以下針對各路徑關係檢定之結果，進行推論分析：

(一) H1-a：「滿足玩樂」動機對於休閒涉入具正向顯著影響

當日月潭水域活動參與者之「滿足玩樂」動機越高，則其休閒涉入也越高。在休閒動機之「滿足玩樂」構面對於休閒涉入有顯著相關，代表當參與者因尋求刺激、樂趣、滿足自我的需求而產生的動機越強，相對也會提高其參與水域活動的吸引力、參與活動的時間與頻率，而有高動機的參與者也更能獲得自我表現的成就感，進而可能讓水域休閒活動成為參與者

日常休閒活動的一部分，

(二) H1-b：「技巧交友」動機對於休閒涉入具正向顯著影響

當日月潭水域活動參與者之「技巧交友」動機越高，則其休閒涉入也越高。在休閒動機之「技巧交友」構面對於休閒涉入有顯著相關，代表當參與者為了提高自己的水域活動技巧或知識，以及交到更多同好朋友的動機越強，相對也更容易令參與者成為水域活動的專業玩家。一般遊客可能為了學會操控技術、與朋友一起遊玩而參與水域活動，當此動機越強，水域活動吸引力也增強，可能導致原本的一般遊客成為專業玩家，讓水域活動成為其主要的休閒方式。

(三) H2-a：「滿足玩樂」動機對於「個人阻礙」具負向顯著影響

在休閒動機之「滿足玩樂」構面對於休閒阻礙之「個人阻礙」構面有負向顯著影響。推論其結果可能原因為當遊客因尋求刺激、樂趣、滿足自我的需求而產生的動機越強，則越能克服自身的個人阻礙因素如身體狀況、體力因素等。

(四) H2-b：「滿足玩樂」動機對於「人際阻礙」具負向顯著影響

在休閒動機之「滿足玩樂」構面對於休閒阻礙之「人際阻礙」構面有負向顯著影響。推論其原因可能是當遊客有較為強烈的尋求刺激、樂趣、滿足自我的參與動機時，會盡可能排除人際阻礙因素，想辦法尋找親友結伴參加活動，以達到順利參與活動的效果。

(五) H2-c：「滿足玩樂」動機對於「結構阻礙」具負向顯著影響

在休閒動機之「滿足玩樂」構面對於休閒阻礙之「結構阻礙」構面有負向顯著影響。推論其原因可能是當遊客有較為強烈的尋求刺激、樂趣、滿足自我的參與動機時，會盡可能排除結構阻礙因素，會更積極尋找水域活動相關資訊、對於活動費用與設施具有較高的接受度，因此當遊客對於水域活動有高動機時，會較容易克服結構阻礙因素而順利參與活動。

(六) H2-d：「技巧交友」動機對於「個人阻礙」具負向顯著影響

在休閒動機之「技巧交友」構面對於休閒阻礙之「個人阻礙」構面有負向顯著影響。當參與者主要之參與動機為增加技巧、結交更多同好，可以推論其多為專業玩家身分，與一般遊客體驗水域活動較為不同，專業玩家參與動機為提升技術、與同好交流，因此在面臨個人阻礙因子出現時，會盡可能克服個人身體健康因素、時間、體力甚至是金錢等，對於有高度參與動機的專業玩家來說，其個人阻礙因素通常較少。

(七) H2-e：「技巧交友」動機對於「人際阻礙」具負向顯著影響

在休閒動機之「技巧交友」構面對於休閒阻礙之「人際阻礙」構面有負向顯著影響。推論原因可能是專業玩家的參與動機除了提升技巧之外，尋找同好並互相交流也是非常重要的。因此專業玩家多會組成同好社團或是建立彼此間的聯絡管道，藉此克服人際阻礙因子，達到提升技巧也與同好交流的效果。

(八) H2-f：「技巧交友」動機對於「結構阻礙」具負向顯著影響

在休閒動機之「技巧交友」構面對於休閒阻礙之「結構阻礙」構面有負向顯著影響。推論原因可能是專業玩家多會自己準備獨木舟或立式划槳的器材，且因為有同好交流的社團，活動資訊流通快速，因此較容易克服結構阻礙因素，順利參與水域活動。

(九) H3 休閒涉入對於休閒效益具正向顯著影響

當日月潭水域活動參與者之休閒涉入越高，則其獲得之休閒效益也越高。在休閒涉入對於休閒效益有顯著相關，可以推論得知當參與者經常參與水域活動，且喜愛水域活動，甚至是將水域活動做為自己休閒生活的一部分，當其參與水域活動後也會獲得較高的休閒效益。例如經常參與水域活動的玩家，在參與水域活動後也會獲得更多的心理、生理、放鬆、社交、教育、美學效益等。

(十) H4-a：「個人阻礙」對於休閒效益不具有顯著影響

在休閒阻礙之「個人阻礙」構面對於休閒效益並無呈現負向顯著相關。從前述問卷敘述性統計結果發現個人阻礙之平均數只有 2.09，標準差大約 0.8 左右，代表現場受試者都不認為其有個人阻礙，故對於休閒效益的影響，看不出其顯著性。

(十一) H4-b：「人際阻礙」對於休閒效益具有負向顯著影響

在休閒阻礙之「人際阻礙」構面對於休閒效益呈現負向顯著相關。推測其可能原因為參與水域活動者多為結伴參加，當親友皆無法一同參與活動時，其獲得之休閒效益也勢必大打折扣，因此呈現人際阻礙越大，則獲得之休閒效益越少的結果。

(十二) H4-c：「結構阻礙」對於休閒效益具有負向顯著影響

在休閒阻礙之「結構阻礙」構面對於休閒效益呈現負向顯著相關。推測其可能原因為當參與水域活動時，業者提供之相關資訊不足、設施損壞度高、體驗費用也較其他地區高，則參與水域活動者能獲得之休閒效益也勢必減少許多，因此呈現結構阻礙越大，則獲得之休閒效益越少的結果。

(十三) H5：休閒效益對於忠誠度具正向顯著相關

當日月潭水域活動參與者之休閒涉入越高，則其休閒效益越高。在休閒效益對於忠誠度有顯著相關，可以推論得知當參與者在參與水域活動後，能獲得不同種類的休閒效益，例如心理、生理、放鬆、社交、教育、美學效益等，則其對於該水域活動的忠誠度也會提高，除了會提升再次體驗的次數外，也會讓參與者想要推薦給親朋好友參加，可見有獲得高休閒效益，也會提升其忠誠度。

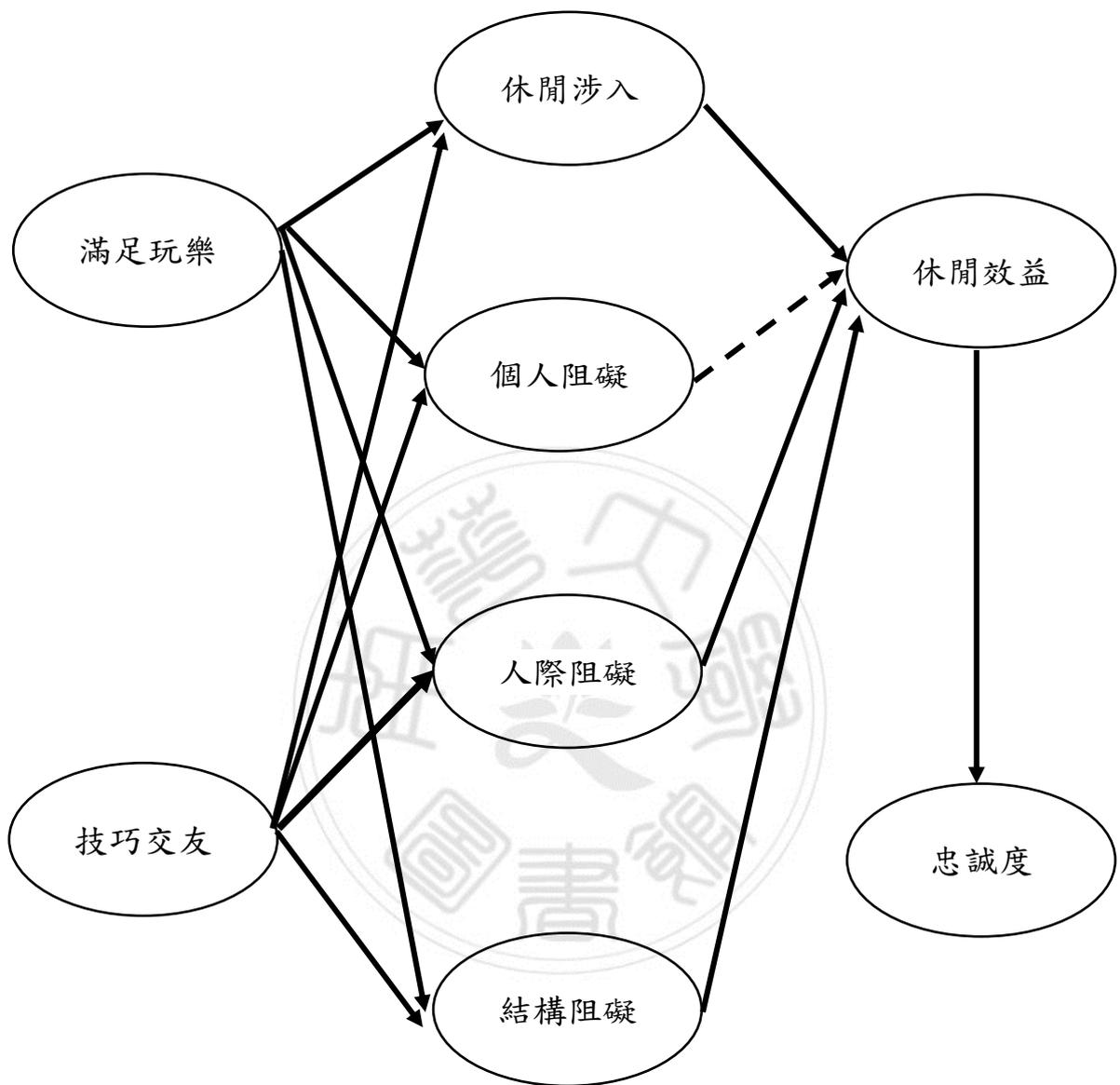


圖 4. 1 整體模式路徑圖

註：在顯著水準 $\alpha=0.05$ 標準下，實線表示顯著路徑；虛線表示不顯著路徑。

4.7 差異分析

為了解不同人口統計變項在日月潭水域活動遊客的休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度間是否有顯著差異，本節將針對本研究回收之樣本，進行人口統計變項之差異分析。

其中，變項如果只有兩組，則採用獨立樣本 t 檢定分析，當 t 值之顯著性（P 值）大於 0.05 則代表無顯著性差異；小於 0.05 則代表有顯著性差異。

當變項為三組以上同質性樣本時採用單因子變異數分析（ANOVA）；不同質樣本則改採用獨立樣本 t 檢定進行分析。此三組以上之樣本分析後，當 Levene F 統計量 P 值大於 0.05 表示各組間無顯著性差異；小於 0.05 則表示至少有一組有顯著性差異。

4.7.1 性別對於各構面之差異分析及討論

本小節以性別變項作為自變數，對於休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度進行差異分析，以了解不同性別的日月潭水域活動參與者在不同構面間是否有顯著差異，其分析結果如表 4.38，並依照各構面之分析結果分析並討論如下：

不同性別之受訪者在休閒涉入構面之「吸引力」、「中心性」、「自我表現」等次構面中皆有顯著差異，且皆為男性大於女性，可得知男性受訪者在平常的生活情境中，對於水域活動之休閒涉入更高於女性受訪者。

不同性別之受訪者在休閒動機構面中僅有「刺激需求」次構面無顯著差異，其餘次構面「休閒樂趣」、「技巧發展」、「滿足自我」、「社交取向」皆有顯著差異，且皆為男性大於女性，可得知男性受訪者對於參與水域活動之動機整體上仍高於女性受訪者。而在「刺激需求」次構面中雖顯示男

性及女性之參與動機無顯著差異，但其兩者之平均數皆高於 4，顯示男性及女性參與者皆有相當高的「刺激需求」參與動機。

不同性別之受訪者在休閒阻礙構面中僅有「人際間阻礙」有顯著差異，且為女性大於男性，可了解到女性受訪者在參與水域活動時，是否有親友陪伴參加，是決定其是否參與的重要因素。而在「個人阻礙」及「結構阻礙」兩項次構面中，男性及女性間皆無顯著差異。

不同性別之受訪者在休閒效益構面中「心理效益」、「社交效益」、「教育效益」以及「美學效益」等次構面有顯著差異，且皆為男性大於女性，可見在參與完水域活動後，男性受訪者在心理、社交、教育、美學效益高於女性受訪者。而男性及女性在「生理效益」及「放鬆效益」上並無顯著差異，且平均數皆高於 4，顯示不同性別之受訪者參與完水域活動後，皆能獲得高度的生理、放鬆效益。

不同性別之受訪者在忠誠度構面中並無顯著差異，但男性與女性之忠誠度平均數皆高於 4，顯示男性及女性對於日月潭水域活動皆有相當高的忠誠度。

表 4.38 性別變項對於各構面差異分析統計表

變項	主構面	次構面	差異分析統計量	P 值	事後檢定
		吸引力	t=2.939	0.004**	1>2
性別	休閒涉入	中心性	t=6.574	<0.001***	1>2
		自我表現	t=5.338	<0.001***	1>2

資料來源：本研究整理

備註：*表示 P<0.05、**表示 P<0.01、***表示 P<0.001

備註：1 表示男性、2 表示女性

表 4.38 性別變項對於各構面差異分析統計表(續)

變項	主構面	次構面	差異分析統計量	P 值	事後檢定
性別	休閒動機	休閒樂趣	t=5.620	<0.001***	1>2
		刺激需求	t=1.304	0.193	無顯著差異
		技巧發展	t=4.854	<0.001***	1>2
		滿足自我	t=4.762	<0.001***	1>2
		社交取向	t=9.417	<0.001***	1>2
	休閒阻礙	個人阻礙	t=-1.141	0.255	無顯著差異
		人際間阻礙	t=-2.155	0.032*	2>1
		結構性阻礙	t=1.342	0.180	無顯著差異
	休閒效益	生理效益	t=1.573	0.117	無顯著差異
		心理效益	t=2.185	0.029*	1>2
放鬆效益		t=-0.601	0.548	無顯著差異	
社交效益		t=4.552	<0.001***	1>2	
教育效益		t=2.591	0.01**	1>2	
美學效益		t=5.376	<0.001***	1>2	
忠誠度	忠誠度	t=0.987	0.324	無顯著差異	

資料來源：本研究整理

備註：*表示 P<0.05、**表示 P<0.01、***表示 P<0.001

備註：1 表示男性、2 表示女性

4.7.2 年齡對於各構面之差異分析及討論

本小節以年齡變項作為自變數，對於休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度進行差異分析，以了解不同年齡的日月潭水域活動參與者在不同構面間是否有顯著差異，其分析結果如表 4.39，並依照各構面之分析結果分析並討論如下：

不同年齡之受訪者在休閒涉入構面中，在「吸引力」及「自我表現」兩項次構面上有顯著差異，而在「中心性」次構面上並無顯著差異。其中「吸引力」次構面中年齡「21 歲以上」之受訪者大於「21 歲以下」之受訪者，但在「自我表現」次構面中則是「21 歲以下」之受訪者大於「21 歲以上」之受訪者，顯示年紀較輕的受訪者較注重水域活動參與之自我表現之回饋；而年紀較長的受訪者則較重視活動本身之吸引力。

不同年齡之受訪者在休閒動機構面之每項次構面皆呈現顯著差異，在「休閒樂趣」方面，「21 歲以下」及「41 歲-50 歲」參與者大於其餘年齡層；「刺激需求」方面「21 歲以下」之受訪者較其他年齡層更為注重；「技巧發展」方面，中高年齡層之受訪者較低年齡層更為重視；「滿足自我」方面，「21 歲以下」之受訪者較其他年齡者更容易被吸引；最後在「社交取向」方面「51 歲以上」之受訪者顯著高於其餘年齡層之受訪者，表示高齡參與者更為重視參與水域活動之社交功能。整體而言，年輕族群之參與動機多以休閒樂趣、尋求刺激、滿足自我為主；而中高齡族群則較為重視參與水域活動是否能學習到相關技巧或希望能藉由參與活動結交到更多好友。

不同年齡之受訪者在休閒阻礙構面之每項次構面皆呈現顯著差異，其中「個人阻礙」部分，中高齡族群較年輕族群更容易受到影響，推測可能會擔心個人之身體因素是否能負荷有關。而「人際阻礙」部分則以

「21 歲以下」之受訪者顯著高於其餘年齡層之受訪者，得知年輕人相較中

高齡參與者，更重視親友是否能共同參與。且年輕的受訪者相較其他年齡層也更容易受到「結構阻礙」的因素影響而無法參與相關活動，推測可能因體驗之費用較高而造成此結果。

不同年齡之受訪者在休閒效益構面之各次構面中僅有「教育效益」無顯著差異，其餘次構面皆具有顯著差異。其中「21歲以下」之受訪者在「生理效益」及「心理效益」顯著高於其餘年齡層；而「21-50歲」之受訪者則是在「放鬆效益」及「社交效益」部分顯著高於其餘年齡層之受訪者；另「41-50歲」之受訪者在「美學效益」部分較其餘年齡層之受訪者獲得更高分數。因此綜合前述結果可以推論較年輕的受訪者在參與水域活動後得到更多生理及心理上之效益，中高齡之受訪者則獲得更多放鬆、美學、社交效益。

不同年齡之受訪者在忠誠度構面中具有顯著差異，研究結果顯示「21歲以下」之受訪者忠誠度顯著低於其餘年齡層之受訪者，推測原因可能因年輕人喜好求新求變，追求新鮮感與刺激體驗有關。

表 4.39 年齡變項對於各構面差異分析統計表

變項	主構面	次構面	差異分析統計量	P 值	事後檢定
		吸引力	f=4.094	0.003**	2.3.4.5>1
年齡	休閒涉入	中心性	f=2.181	0.070	無顯著差異
		自我表現	f=3.024	0.018*	1>2.3.4.5

資料來源：本研究整理

備註：*表示 P<0.05、**表示 P<0.01、***表示 PM<0.001

備註:1 表示 21 歲以下、2 表示 21-30 歲、3 表示 31-40 歲、4 表示 41-50 歲、5 表示 51 歲以上

表 4.39 年齡變項對於各構面差異分析統計表 (續)

變項	主構面	次構面	差異分析統計量	P 值	事後檢定	
	休閒動機	休閒樂趣	f=21.827	<0.001***	1>4>2.3.5 3>2	
		刺激需求	f=15.216	<0.001***	1>2.3.4.5 3.4>2 3>5	
		技巧發展	f=11.730	<0.001***	2.3.4.5>1 4>1.2.3 5>2.3	
		滿足自我	f=7.927	<0.001***	1>2.3.4.5 3.4.5>2	
		社交取向	f=21.956	<0.001***	2.3.4.5>1 3.4>2 5>1.2.3.4	
	年齡	休閒阻礙	個人阻礙	f=9.309	<0.001***	2.3.4.5>1 3.4>2>1
			人際間阻礙	f=4.366	0.002**	1>2.3.4.5
			結構性阻礙	f=7.868	<0.001***	1>2.3.4.5 4.5>2
	休閒效益	生理效益	f=13.563	<0.001***	1>4>2.3.5	
		心理效益	f=8.756	<0.001***	1>2.3.4.5 4>5	
放鬆效益		f=5.437	<0.001***	2.3.4>1 2.4>5		
社交效益		f=16.115	<0.001***	2.3.4.5>1 4.5>2.3		
教育效益		f=1.143	0.335	無顯著差異		
美學效益		f=2.558	0.038*	4>1.3		
	忠誠度	忠誠度	f=2.935	0.02*	2.3.4.5>1	

資料來源：本研究整理

備註：*表示 P<0.05、**表示 P<0.01、***表示 P<0.001

備註：1 表示 21 歲以下、2 表示 21-30 歲、3 表示 31-40 歲、4 表示 41-50 歲、5 表示 51 歲以上

4.7.3 職業對於各構面之差異分析及討論

本小節以職業變項作為自變數，對於休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度進行差異分析，以了解不同職業的日月潭水域活動參與者在不同構面間是否有顯著差異，其分析結果如表 4.40，並依照各構面之分析結果分析並討論如下：

不同職業之受訪者在休閒涉入構面中，在「吸引力」、「中心性」及「自我表現」三項次構面中皆具有顯著差異。其中「吸引力」次構面中職業「家管」之受訪者明顯大於其他職業之受訪者；而在「中心性」次構面中則是職業「家管」及「學生」之受訪者大於其他職業之受訪者；另外在「自我表現」次構面中仍然以「家管」及「學生」之受訪者大於其他職業之受訪者，又以「軍警公教」職業為最低。上述分析顯示職業為「家管」的受訪者相較其他職業，對於水域活動是具有較高的休閒涉入，「學生」族群也較常於生活中接觸水域相關活動並重視參與成就感，推論此兩種職業類別的受訪者相較其他職業之受訪者，時間安排較有彈性有關。

不同職業之受訪者在休閒動機構面之每項次構面皆呈現顯著差異，在「休閒樂趣」方面，「家管」大於其餘職業之參與者；「刺激需求」方面「工業」、「學生」之受訪者較其他職業更為注重；「技巧發展」方面，「軍警公教」之受訪者低於其餘職業類別；「滿足自我」方面，「家管」之受訪者較其他職業更容易被吸引；最後在「社交取向」方面「家管」職業之受訪者顯著高於其餘職業之受訪者，而「學生」職業之受訪者低於其餘職業之受訪者表示家管職業更為重視參與水域活動之社交功能。整體而言，家管職業受訪者之參與動機多以休閒樂趣、滿足自我、社交取向為主；而從事工業工作及學生族群則較為重視參與水域活動的刺激性；最後，軍警公教職業類別的受訪者，學習水域活動相關技巧的動機，顯著低於其他職業類別的參與者。

不同職業之受訪者在休閒阻礙構面之每項次構面皆呈現顯著差異，其中「個人阻礙」部分，職業「家管」的受訪者相較其他職業為高；而「學生」族群則有較低的個人阻礙。推測可能學生相較家管有更高的自由度。而「人際阻礙」部分則以「家管」之受訪者高於其餘年齡層職業之受訪者，得知家管相較其他職業，更重視親友是否能共同參與。而從事「軍警公教」、「商業」之受訪者相較其他職業更容易受到「結構阻礙」的因素影響而無法參與相關活動。

不同職業之受訪者在休閒效益構面之各次構面中皆具有顯著差異。其中「學生」受訪者在「生理效益」、「心理效益」及「教育」次構面顯著高於其餘職業；「家管」之受訪者則是在「放鬆效益」及「社交效益」部分顯著高於其餘職業之受訪者；另從事「工業」及「學生」受訪者在「美學效益」部分較其餘年齡層之受訪者獲得更高分數。因此綜合前述結果可以推論學生在參與水域活動後得到更多生理、心理、教育、美學上之效益，家管之受訪者則獲得更多放鬆、社交效益，工業之受訪者能獲得更高之美學效益。

不同職業之受訪者在忠誠度構面中具有顯著差異，研究結果顯示「家管」之受訪者忠誠度顯著高於其餘年齡層之受訪者，推測原因可能因其休閒涉入、休閒動機、休閒效益皆較高於其他職業，雖然休閒阻礙也較其他職業高，但只要克服這些阻礙因素後，其忠誠度也會高於其他職業之參與者。

表 4.40 職業變項對於各構面差異分析統計表

變項	主構面	次構面	差異分析統計量	P 值	事後檢定
職業	休閒涉入	吸引力	f=7.975	<0.001***	2.6>1.4.7 8>1.2.3.4.5.6.7
		中心性	f=9.560	<0.001***	6>1.2.3.4.5.7 8>1.2.3.4.5.6.7
		自我表現	f=18.643	<0.001***	3.4.5.6.4>1 6>2.3.4.5.7 8>1.2.3.4.5.6.7
	休閒動機	休閒樂趣	f=7.492	<0.001***	7>1.2.4 8>1.2.3.4.5.6.7
		刺激需求	f=3.343	0.002**	3.6>7
		技巧發展	f=8.175	<0.001***	2.3.4.5.6.7>1 5.6>4
		滿足自我	f=14.995	<0.001***	3>7 3.5>1.2 6>1.2.3.4.5.7 8>1.2.4.7
		社交取向	f=8.618	<0.001***	2.3.4.5.7.8>1 5>2.4 8>2.3.4.6.7
		個人阻礙	f=30.861	<0.001***	1.2.3.4.5>6 1.2.4>3 2>4.5 7>3.4.5.6 8>1.3.4.5.6.7
	休閒阻礙	人際間阻礙	f=9.199	<0.001***	1.2.7>3 2.7>5 8>1.3.4.5.6
		結構性阻礙	f=18.647	<0.001***	1>3.4.5.6 2>3.5.6 4.5.7.8>3 7>2 7.8>4.5.6

資料來源：本研究整理

備註：*表示 P<0.05、**表示 P<0.01、***表示 PM<0.001

備註:1 表示軍警公教、2 表示商業、3 表示工業、4 表示服務業、5 表示自由業、6 表示學生、7 表示專業人員(律師、機師、建築師)、8 表示家管

表 4.40 職業變項對於各構面差異分析統計表 (續)

職業	生理效益	f=9.269	<0.001***	6>1.2.3.4.5.7
	心理效益	f=13.126	<0.001***	3>1.4.7 6>1.2.3.4.5.7
	放鬆效益	f=5.764	<0.001***	2.3.6>1 6>4.7 8>1.2.4.5.7
	休閒效益			2.3.4.5.6.7.8>1
	社交效益	f=9.714	<0.001***	5>1.2.4 8>1.2.3.4.5.6.7
	教育效益	f=9.615	<0.001***	2.5>1 6>1.2.3.4.5.7
	美學效益	f=8.803	<0.001***	3.4.5.6>1 3>1.2.4.5.7 6>1.2.4.7
忠誠度	忠誠度	f=9.106	<0.001***	2>1 6>1.4.5 8>1.2.3.4.5.6.7

資料來源：本研究整理

備註：*表示 P<0.05、**表示 P<0.01、***表示 P<0.001

備註：1 表示軍警公教、2 表示商業、3 表示工業、4 表示服務業、5 表示自由業、6 表示學生、7 表示專業人員(律師、機師、建築師)、8 表示家管

4.7.4 月收入對於各構面之差異分析及討論

本小節以月收入變項作為自變數，對於休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度進行差異分析，以了解不同月收入的日月潭水域活動參與者在不同構面間是否有顯著差異，其分析結果如表 4.41，並依照各構面之分析結果分析並討論如下：

不同月收入之受訪者在休閒涉入構面中，在「吸引力」、「中心性」及「自我表現」三項次構面中皆具有顯著差異。其中「吸引力」次構面中月收入「2 萬元以下」之受訪者明顯高於其他月收入之受訪者；而在「中心性」及「自我表現」次構面中則是月收入「2 萬元以下」及「8 萬元以上」之受訪者大於其他職業之受訪者。上述分析顯示月收入為「2 萬元以下」的受訪者相較其他受訪者，對於水域活動是具有較高的休閒涉入，此

族群之職業很可能為學生，與前項職業差異分析研究結果相符。另月收入「2萬元以下」及「8萬元以上」的受訪者較常於生活中接觸水域相關活動並重視參與成就感，推論此兩種月收入的受訪者相較其他受訪者，更有休閒時間或更重視休閒運動。

不同月收入之受訪者在休閒動機構面之每項次構面皆呈現顯著差異，在「休閒樂趣」方面，月收入「2萬元以下」、「4-6萬」及「8萬元以上」之參與者大於「2-4萬元」；「刺激需求」方面月收入「2萬元以下」、「4-6萬」及「8萬元以上」之參與者相較其餘受訪者更為注重；「技巧發展」方面，月收入「2萬元以下」及「8萬元以上」之受訪者相較於其他受訪者更為重視；「滿足自我」方面，月收入「2萬元以下」之受訪者顯著高於其他年齡者；最後在「社交取向」方面月收入6萬元以上之受訪者顯著高於其餘年齡層之受訪者，表示高月收入的參與者更為重視參與水域活動之社交功能。整體而言，低月收入參與者之參與動機多以滿足自我為主；而中高月收入的族群則較為重視參與水域活動的社交性。

不同月收入之受訪者在休閒阻礙構面之「個人阻礙」及「人際阻礙」次構面呈現顯著差異，而「結構性阻礙」未呈現顯著差異。其中「個人阻礙」部分，月收入「2萬元以下」之受訪者顯著低於其他受訪者，此類別之受訪者職業多為學生或是家管，與前項研究結果相符。而「人際阻礙」部分則以「2-4萬元」之受訪者顯著高於月收入「8萬元以上」之受訪者，得知小資族比高收入的族群，更重視親友是否能共同參與。

不同月收入之受訪者在休閒效益構面之次構面皆具有顯著差異。其中月收入「2萬元以下」之受訪者在「生理效益」、「心理效益」、「教育效益」顯著高於其餘受訪者；而月收入「6-8萬」之受訪者則是在「放鬆效益」及「美學效益」部分低於其餘受訪者；另月收入「2萬元以下」及「8萬元以上」之受訪者在「社交效益」部分較其餘受訪者獲得更高分數。因

此綜合前述結果可以推論月收入低的受訪者在參與水域活動後得到多元之效益，中高收入之受訪者在放鬆、美學效益部分獲得較少。

不同月收入之受訪者在忠誠度構面中具有顯著差異，研究結果顯示月收入「2萬元以下」及「8萬元以上」之受訪者忠誠度顯著高於其餘年齡層之受訪者，推測原因可能因此兩個族群有較高的休閒涉入、休閒動機，且參與活動後所獲得之休閒效益也較高，而導致有較高忠誠度。

表 4.41 平均月收入變項對於各構面差異分析統計表

變項	主構面	次構面	差異分析統計量	P 值	事後檢定
平均 月收入	休閒涉入	吸引力	f=11.985	<0.001***	1>2.3.4.5 5>2.4
		中心性	f=32.265	<0.001***	1.5>2.3.4
		自我表現	f=40.496	<0.001***	1>2.3.4.5 5>2.3.4
	休閒動機	休閒樂趣	f=7.284	<0.001***	1.3.5>2
		刺激需求	f=12.775	<0.001***	1.3.5>2.4
		技巧發展	f=6.778	<0.001***	1>2.3.4 5>2.3
		滿足自我	f=22.858	<0.001***	1>2.3.4.5
		社交取向	f=7.619	<0.001***	4>3 5>2.3.4

資料來源：本研究整理

備註：*表示 P<0.05、**表示 P<0.01、***表示 PM<0.001

備註：1 表示 2 萬元以下、2 表示 2-4 萬元、3 表示 4-6 萬元、4 表示 6-8 萬元、5 表示 8 萬元以上

表 4.41 平均月收入變項對於各構面差異分析統計表（續）

變項	主構面	次構面	差異分析統計量	P 值	事後檢定
平均 月收入	休閒阻礙	個人阻礙	f=14.907	<0.001***	2.3.4.5>1
		人際間阻礙	f=4.253	0.002**	2>5
		結構性阻礙	f=1.716	0.145	-
	休閒效益	生理效益	f=25.763	<0.001***	1>2.3.4.5 3>2.4 5>2.3.4
		心理效益	f=27.589	<0.001***	1>2.3.4.5 3>4 5>2.4
		放鬆效益	f=11.560	<0.001***	1>2.3.4 2.3.5>4
		社交效益	f=14.614	<0.001***	1.5>2.3.4
		教育效益	f=14.884	<0.001***	1>2.3.4.5 3.5>4
		美學效益	f=8.064	<0.001***	1>2.3.4 2.3.5>4
		忠誠度	忠誠度	f=20.481	<0.001***

資料來源：本研究整理

備註：*表示 P<0.05、**表示 P<0.01、***表示 P<0.001

備註：1 表示 2 萬元以下、2 表示 2-4 萬元、3 表示 4-6 萬元、4 表示 6-8 萬元、5 表示 8 萬元以上

第五章 結論與建議

本研究目的在於驗證休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度之間的關聯性，本章將依據研究架構及目的作為基礎，以實證分析結果，提出本研究之結論與建議如下：

5.1 結論

依據前一章節之實證分析數據與結果，提出本研究之結論如下：

一、 日月潭水域活動參與者之基本屬性分析

本研究以日月潭水域活動參與者為研究對象，並實際到日月潭伊達邵碼頭進行問卷發放並成功回收有效問卷 508 份。透過樣本屬性分析可以了解，本研究之受訪者以男性居多（占比 65.8%），年齡多是 31-40 歲（占比 38.5%），職業多為服務業（占比 28.2%），平均月收入以 2-4 萬元較多（占比 44.7%），多數受訪者多具有游泳技能（占比 88.2%）。較多受訪者參與之水域活動項目為獨木舟（占比 60.9%），受訪者體驗次數大多超過三次以上（占比 65.4%），受訪者在日月潭停留時間多為兩天一夜（占比 50.3%），受訪者總花費多為二千元以下（占比 45.4%）。

在描述性統計分析部分，休閒涉入構面以吸引力構面題項「參與水域活動可以紓解我的壓力、放鬆身心。」平均數得到最高分，由此可以得知日月潭水域活動對於參與者具有相當程度的吸引力，可以讓參與者為了想達到放鬆、舒緩壓力的效果，而參與相關活動。

另外，休閒動機構面之下，以社交取向構面題項「為了遇見新朋友。」平均數得到最高分。由前述的資料分析可以得知受訪者之體驗次數大多超過三次，推論其可能為專業玩家或是具有濃厚興趣的遊客，多已有互相交流的團體，或有技術交流、社交的需求，因此得到分數最高。

在休閒阻礙構面部分，以結構性阻礙構面題項「日月潭水域活動設施附近救生員人數不足。」平均數得到最高分，顯示受訪者認為救生員數量是造成休閒阻礙的重要因素。推論其可能原因為日月潭水域雖為平靜的湖泊水域，但參與過程中的安全性仍是參與者最為重視的部分，因此，當救生員人數不足，或是相關的安全防護設施不夠，則容易成為參與者進行水域活動的阻礙因素。

在休閒效益構面部分，以美學效益構面題項「讓我欣賞到天然美景。」平均數得到最高分，顯示受訪者認為欣賞到天然美景是參與水域活動最大的效益。日月潭作為世界知名景點，景色優美程度無庸置疑，參與者藉由參與水域活動而欣賞到天然景色，享受美景帶來的療癒效果，因此，美學效益是日月潭水域活動參與者的主要休閒效益。

在忠誠度構面部分，以題項「我未來將會再次到日月潭體驗水域活動。」平均數得到最高分，顯示多數的受訪者在參與日月潭水域活動後，仍會想要再次參加活動。經由前述分析結果推論其可能原因為參與者到日月潭參與水域活動後，能獲得高效益、且多數參與者平常對於水域活動即有高涉入及高動機，因此讓多數參與者願意再次到日月潭進行水域活動。

二、 H1：休閒動機對於休閒涉入具正向顯著影響，假說成立

當休閒動機之滿足玩樂動機越強，休閒涉入越高；當休閒動機之技巧交友動機越強，休閒涉入越高。此研究結果與相當多學者之研究結果相符。徐新勝(2007)以衝浪活動參與者為研究對象，研究結果發現衝浪活動參與者之休閒動機與涉入程度呈現顯著正向相關，當參與者之休閒動機越高，則其對於衝浪活動的涉入程度越高；楊琬琪(2009)以自行車活動者為研究對象，其研究結果發現自行車活動參與者之休閒動機對休閒涉入有顯著正向相關，當參與者之休閒動機越高，則休閒涉入也越高；謝旻珊(2015)針對女性水肺潛水者進行研究，其研究結果發現休閒動機與休閒涉

入間呈現顯著正向相關，代表當女性水肺潛水者之休閒動機越強，休閒涉入也會越強。綜合以上分析結果，可以得出結論：日月潭水域活動參與者之休閒動機越強，休閒涉入也會越高，假說驗證成立。

三、 H2：休閒動機對於休閒阻礙具負向顯著影響，假說成立

當休閒動機之滿足玩樂動機越強，則其個人、人際、結構阻礙會越小；當休閒動機之技巧交友動機越強，則其個人、人際、結構阻礙會越小。此研究結果與相當多學者之研究結果相符。李懷生(2009)以墾丁水域運動參與者為研究對象，研究結果發現，水域運動參與者之參與動機與休閒阻礙之關聯性呈現顯著負相關，當到墾丁參與水域運動者動機越高，則休閒阻礙越低。蔡淑湏(2013)，以屏東國小教師為研究對象，研究結果得知，休閒動機會負向影響阻礙，當教師之休閒動機越高，則阻礙越低。鍾政偉、曾宗德(2015)以新移民為研究對象，研究結果發現新移民之休閒動機會負向影響休閒阻礙，當其休閒動機提升，則休閒阻礙會降低。綜合以上分析結果，可以得出結論：日月潭水域活動參與者之休閒動機越強，休閒阻礙越小，假說驗證成立。

四、 H3：休閒涉入對於休閒效益具正向顯著影響，假說成立

當休閒涉入越強，休閒效益越大。此研究結果與相當多學者之研究結果相符。徐新勝(2007)以衝浪活動參與者為研究對象，其研究結果發現衝浪活動參與者之涉入程度與休閒效益呈現顯著正相關，當參與者之涉入程度越高，則其在衝浪活動中獲得的休閒效益也越高。林宇涵(2019)以羽球運動參與者為研究對象，其研究結果發現羽球運動參與者之休閒涉入對休閒效益有顯著正向影響，當參與者之休閒涉入越高，則其參與活動所獲得之休閒效益也越高。鄒巧筠(2019)針對臺北市幼兒園教保服務人員進行研究，其研究結果發現休閒涉入與休閒效益間呈現顯著正相關，代表當幼兒園教保服務人員之休閒涉入越強，獲得的休閒效益也會越多。綜合以上分析結果，可以得出結論：日月潭水域活動參與者之休閒涉入越強，休閒效益越大，假說驗證成立。

五、 H4：休閒阻礙對於休閒效益具負向顯著影響，假說部分成立

研究結果發現除有一條路徑不具顯著影響之外，其餘路徑皆具有顯著影響，故假說部分成立。休閒阻礙中個人阻礙構面對於休閒效益不具顯著影響，根據前述研究結果推測其可能原因為現場參與者多不認為其個人有個人阻礙，因此測量不出其個人阻礙與休閒效益之關聯性，因此假說部分成立。此研究結果與多位學者之研究結果相符，劉昌緯(2018)針對自行車參與者進行研究，發現休閒阻礙與休閒效益間呈現顯著負向相關，代表當自行車參與者之休閒阻礙越強，獲得的休閒效益則會越少。陳世強(2019)以台灣重機騎士為研究對象，其研究結果發現台灣重機騎士之休閒阻礙與休閒效益呈現顯著負向相關，當騎士之休閒阻礙越高，則其在騎乘重機時獲得的休閒效益也會越低。綜合以上分析結果，可以得出結論：日月潭水域活動參與者之休閒阻礙越大，休閒效益越小，假說驗證成立。

六、 H5：休閒效益對於忠誠度具正向顯著影響，假說成立

當休閒效益越高，則參與者之忠誠度也越高。此研究結果與多位學者之研究結果相符。陳胤嘉(2014)以到宜蘭縣進行農業旅遊之遊客為研究對象，其研究結果發現到宜蘭縣進行農業旅遊之遊客休閒效益與忠誠度呈現顯著正向相關，當遊客之休閒效益越高，則其對與旅遊地點的忠誠度也會越高。鄭怡君(2015)針對從事健身運動之中老年人進行研究，其研究結果發現休閒效益與忠誠度間呈現顯著正向相關，代表當中老年人參與健身運動之休閒效益越高，則其對於健身活動之忠誠度也越高。綜合以上分析結果，可以得出結論：日月潭水域活動參與者之休閒涉入效益越大，忠誠度越強，假說驗證成立。

5.2 建議

根據以上研究結論，本研究就學術及實務方面提出相關建議，供水域活動愛好者、水域活動相關業者、政府有關單位及後續研究者作為參考。

一、學術方面之建議

(一) 研究變項

本研究針對休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度之間的關係進行探討，結果顯示具有顯著影響。但本研究未探討休閒動機對於休閒效益之影響，未來之研究者可以針對這部分做進一步的研究，以了解水域活動參與者之休閒動機是否會影響其休閒效益。

(二) 研究地點

本研究因人力、物力資源有限，因此研究地點選擇日月潭水域為主，未來研究者可以針對臺灣其他內陸水域之水域活動進行研究，甚至是針對海域範圍的水域活動進行探討，以釐清研究結果是否會因為水域地點的不

同而具有差異性。

(三) 研究方法

本研究採用實體問卷於研究地點發放的方式進行研究樣本的蒐集，建議後續研究可以加入網路問卷的方式進行填答，以蒐集更多研究樣本，以了解沒有實際到現場參與水域活動之受訪者，在個人阻礙方面的阻礙因素為何？並調查其對於參與水域活動的卻步原因。另外因問卷調查可能因受訪者主觀意識，而讓研究結果產生偏頗或誤差，建議未來後續研究可採用質性研究方式進行，以訪談或參與觀察等方式也許能夠更深入了解水域活動參與者之休閒涉入、休閒動機、休閒阻礙、休閒效益及忠誠度，甚至能了解水域活動業者的行銷策略、推行水域活動遇到之阻礙等。

二、實務方面之建議

(一) 日月潭水域活動行銷策略

根據前述研究結果可以發現，多數到日月潭進行水域活動之參與者，第一次參與者較少，可見只有少數一般遊客參與水域活動，實屬可惜。建議政府相關單位除了舉辦日月潭泳渡之外，也可以結合節慶或氣溫較高適合玩水的夏季辦理各項水域活動體驗課程或是競賽。

此外，根據研究結果得知，日月潭水域活動參與者之休閒阻礙，以結構性阻礙為主。大多遊客想到日月潭，只想到「搭船遊潭」，卻甚少知道可以「划船遊潭」，因此建議政府相關單位在日月潭活動簡介三折頁或網站中可以加入各項水域活動體驗宣傳文案，甚至可以與水域活動業者合作推出旅遊套票等，加強行銷日月潭水域活動。

經由前述研究結果可以知道，男性與女性在休閒阻礙上具有顯著差異，尤其以女性在人際間的阻礙為最，且女性參與者明顯少於男性。因此建議政府單位或水域活動業者可以針對此點進行行銷策略上的安排，以提

升女性參與者的參與度。例如，可以針對女性推出雙人套票優惠，甚至是體驗活動搭配下午茶點心之組合套票，相信可以提升女性的參與動機。

（二）環境規劃與管理

從前述研究結果可以發現，日月潭水域活動參與者之休閒阻礙，以結構性阻礙為最，其中又以沒有足夠的救生員為最大阻礙因素。因此建議水域活動業者除了法定應有之救生員數量外，應多增聘一至兩位救生員以維護水域活動安全，此外，救生員也應穿著明顯可辨識其身分之衣物，讓參與者能感受到環境之安全，降低其休閒阻礙，吸引更多遊客進行水域活動體驗。



參考文獻

一、中文部分

1. 于健，林谷恆(2018)，露營旅遊者的涉入程度與心流體驗之相關性研究，觀光與休閒管理期刊，6(1)，167-176。
2. 王怡菁，施慧珉(2008)，籃球活動參與者在休閒效益與幸福感之分析，台中；弘光學報，55。
3. 呂建政(1999)，休閒教育的課程內涵與實施，公民訓育學報，8，181-195。
4. 呂榮晉(2009)，臺灣與韓國國際認證休閒潛水教練參與技術潛水動機與阻礙因素之研究。輔仁大學體育學系碩士班碩士論文，新北市。
5. 李佳容(2018)，登山健行活動者人格特質、休閒動機、休閒阻礙與休閒效益之研究。南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班未出版之碩士論文。
6. 李枝樺(2004)，台中縣市國小高年級學童休閒參與、休閒阻礙與休閒滿意度之相關研究。臺中師範學院環境教育研究所碩士論文，台中市。
7. 李懷生(2009)，墾丁水域運動參與者參與動機與休閒阻礙之研究。國立屏東教育大學體育學系碩士論文，屏東縣。
8. 林宇涵(2019)，羽球運動參與者之休閒涉入與休閒效益之研究—以高雄市國小教師為例。國立屏東大學生態休閒教育教學碩士學位學程碩士論文，屏東縣。
9. 林志哲(2012)，中學教師休閒運動參與動機及休閒阻礙因素之研究。

長榮大學高階管理碩士在職專班碩士論文，台南市。

10. 林岳霆(2011)，參與動機、休閒阻礙、生活品質與工作滿意度之研究—以嘉義縣市慢跑者為例。南華大學旅遊事業管理學系碩士班碩士論文，嘉義縣。
11. 林惠美(2017)，勞工之旅遊動機、休閒阻礙及旅遊型態之關聯性研究—以花蓮縣為例。南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文，嘉義縣。
12. 林耀南(2000)，服務品質、體驗價值、關係品質與顧客忠誠度關係之研究。復興崗學報，(99)，103-124。
13. 洪嘉蓉(2004)，服務品質、滿意度與忠誠度關係之研究—以中華電信公司 ADSL 顧客為例。大葉大學資訊管理學系碩士班碩士論文，彰化縣。
14. 范欣宜(2008)，臺北市立動物園遊憩吸引力與遊客滿意度、忠誠度之關係研究。國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文，臺北市。
15. 徐新勝(2007)，衝浪活動參與者之休閒動機、涉入程度與休閒效益關係之研究。國立中正大學運動與休閒教育研究所未出版之碩士論文。
16. 馬英華(2013)，藝文活動參與者之休閒動機、休閒涉入對休閒效益之影響—以松山文化創意園區為例。中國文化大學觀光事業學系碩士論文，台北市。
17. 張少熙(1994)，青少年自我概念與休閒活動傾向及其阻礙因素之研究，台灣師大體育研究所碩士論文。台北市。
18. 張有義(2019)，立式划槳參與者休閒動機、休閒效益及滿意度關係之

研究，嶺東科技大學觀光與休閒管理研究所未出版之碩士論文。

19. 張良漢(2006)，建構登山健行者活動涉入對地方依戀之影響。體育學報，39(4)，163-178。
20. 張栢綸(2009)，休閒潛水活動認知、動機及休閒阻礙之探討。真理大學休閒遊憩事業學系碩士班碩士論文，新北市。
21. 張培廉(1994)，水域遊憩活動安全維護手冊(上冊)。台北：中華民國海浪救生協會。
22. 曹校章，鄭志富(2006)，東北角海域運動參與者運動選擇、參與動機、阻礙因素與忠誠度分析。臺灣體育運動管理學報，4，83-97。
23. 許惠玲(2008)，參與登山健行之高齡者其休閒涉入、休閒效益及幸福感關係之研究-以高雄縣市郊山為例。國立嘉義大學觀光休閒管理研究所碩士論文，嘉義市。
24. 郭芯怡(2015)，中高齡登山者休閒動機與休閒效益之相關研究。國立屏東大學生態休閒教育教學碩士學位學程碩士論文，屏東縣。
25. 郭芳坤，郭芳琪(2019)，宜蘭烏石港衝浪活動參與者涉入程度與環境偏好之研究。運動知識學報，16，120-137。
26. 陳世強(2019)，台灣重機騎士認真性休閒、休閒阻礙與休閒效益關係之研究。大葉大學觀光餐旅碩士在職學位學程碩士論文，彰化縣。
27. 陳志宥(2014)，馬祖海釣遊客休閒動機與休閒效益之研究。國立屏東大學生態休閒教育教學碩士學位學程未出版之碩士論文。
28. 陳秀香(2019)，女性羽球運動愛好者休閒阻礙、休閒涉入與休閒效益關係之研究—以雲林縣為例。國立虎尾科技大學休閒遊憩系碩士在職專班碩士論文，雲林縣。

29. 陳恬君(2011)，認真性休閒、遊憩專門化、休閒效益與幸福感之關係。國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理研究所碩士論文，台中市。
30. 陳胤嘉(2014)，影響遊客旅遊忠誠度及遊憩效益因素之探討—以宜蘭縣農業旅遊為例。國立宜蘭大學應用經濟與管理學系應用經濟學碩士班碩士論文，宜蘭縣。
31. 陳庭萱(2016)，卡通主題餐廳消費者消費動機、滿意度及忠誠度之研究—以高雄為例。國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文，高雄市。
32. 陳素芬(2014)，休閒運動參與動機、家庭支持、休閒阻礙及休閒效益關係之研究—以網球活動為例。南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文，嘉義縣。
33. 彭秀梅(2015)，臺北市地政士休閒參與、休閒阻礙與休閒無聊感之研究。國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所碩士論文，台北市。
34. 彭衍芳(2010)，休閒農業體驗活動參與動機與休閒效益之研究。國立臺東大學身心整合與運動休閒管理學系碩士論文，台東縣。
35. 覃群博(2018)，小琉球休閒水肺潛水參與動機、休閒涉入與地方依附相關之研究。樹德科技大學經營管理研究所碩士論文，高雄市。
36. 黃秀卿，孫嘉億(2017)，法式滾球參與者運動涉入程度、休閒效益與生活品質之相關研究，運動休閒管理學報，14(3)，47-57。
37. 黃坤得，許成源(2002)，水域休閒運動之發展趨勢，大專體育，62，174 - 180。

38. 黃瑞珠(2015)，石門山登山健行者之休閒動機、休閒涉入、遊憩衝突、調適行為與地方依戀之研究。大葉大學休閒事業管理學系碩士在職專班碩士論文，彰化縣。
39. 楊琬琪(2009)，自行車活動者之休閒動機、休閒涉入與休閒效益關係之研究。休閒暨觀光產業研究，4(2)，84-95。
40. 楊德宣(2012)，歌仔戲迷休閒態度、休閒動機與休閒效益之研究。國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學位學程碩士論文，台中市。
41. 葉日武(1997)，行銷學—理論與實務。前程企業管理有限公司。
42. 葉妤貞，黃芳銘，林珊如(2007)。大學生線上遊戲休閒涉入量表之發展。運動休閒管理學報，4(2)，頁 16-32。
43. 鄒巧筠(2019)，臺北市幼兒園教保服務人員休閒涉入與休閒效益之相關研究。臺北市立大學體育學系碩士在職專班碩士論文，臺北市。
44. 廖國翔(2008)，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班碩士論文，臺北市。
45. 廖淑芬(2018)，獨木舟活動參與者參與動機、遊憩體驗和滿意度之研究。臺灣觀光學院觀光與餐旅管理研究所碩士論文，花蓮縣。
46. 劉昌緯(2018)，自行車參與者參與動機、休閒阻礙與休閒效益之研究—以大鵬灣車道為例。美和科技大學運動與休閒系碩士班碩士論文，屏東縣。
47. 蔡琿昕(2018)，華山 1914 親子遊客休閒動機、體驗價值與忠誠度之探究。臺北市立大學歷史與地理學系未出版之碩士論文。
48. 蔡淑湏(2013)，國小教師休閒動機與阻礙之研究—以屏北地區為例。大

- 仁科技大學休閒健康管理研究所碩士論文，屏東縣。
49. 鄭怡君(2015)，從事健身運動之中老年人其參與動機、休閒效益及忠誠度之研究—以臺南市長青運動委員會為例。國立臺灣體育運動大學體育研究所碩士論文，台中市。
50. 賴家馨(2002)，休閒阻礙量表之編製—以台北市大學生為例。國立體育學院體育研究所碩士論文，桃園縣。
51. 謝旻珊(2015)，女性水肺潛水者休閒動機、休閒涉入與休閒阻礙關係之研究。樹德科技大學經營管理研究所未出版之碩士論文，高雄市。
52. 謝金燕(2003)，宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究—以高雄佛光山為例。南華大學旅遊事業管理研究所，嘉義縣。
53. 鍾政偉、曾宗德(2015)，新移民休閒動機、休閒阻礙、休閒參與和休閒效益之關係模式。休閒產業管理學刊，8(1)，1-22。
54. 顏良安(2012)，消費者休閒動機、體驗價值、滿意度與忠誠度之研究—以宜蘭國際童玩藝術節為例。國立屏東商業技術學院休閒遊憩與創意產業管理研究所碩士論文，屏東縣。
55. 顧庭瑄(2018)，休閒潛水者知覺風險與知覺價值對其活動參與忠誠度之影響。國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文，雲林縣。

二、英文部分

1. Backman,S.J.&Crompton,J.L., (1991). Differentiation Between High , Spurious ,Latent and Low Loyalty Participants in Two Leisure Activities, *Journal of Park and R ecreation Administration* , 9(2) , 1-17.
2. Bammel, G. and Burrus-Bammel, L. L., 1982. *Leisure and Human Behavior*. Dubuque, IA: Wm. C. Brown Company.
3. Beard, J. G., & Ragheb, M. G.(1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 219-228.
4. Blackwell, R. D., Miniard, P. W., Engel, J. F., (2005) *Consumer Behavior* , 10th. New York,NY: Dryden Press.
5. Brown, G. H., (1952). Brand loyalty-fact or fiction. *Advertising Age*,23,52-55.
6. Cordes, K. A., & Ibrahim, H. M. (1999). *Applications in recreation and leisure for today and the future*. Boston : McGraw-Hill.
7. Crandall, R. (1980). Motivations for leisure. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 45-54.
8. Crawford, A. W. & Godbey, G. (1987), Reconceptualizing barriers to family leisure, *Leisure Sciences*, 9, pp. 119-127.
9. Crawford, D. W., Jackson, E. L., & Godbey, G. (1991), A hierarchical model of leisure constraints, *Leisure Sciences*, 13(4), pp. 309-352.
10. Day, G. S. (1970). *Buying attitude and brand choice*. New York, NY: The Free Press.
11. Dimanche, Havitz, &Howard (1991). Testing the Involvement Profile (IP) Scale in the Context of Selected Recreational and Touristic Activities. *Journal of Leisure Research*, 23(1), 51-66.
12. Driver, B. L., Brown, P. J.,& Peterson, G. L.(1991), *Benefits of leisure*. State College PA: Venture Publish.
13. Gronholdt, L., Martensen, A., & Kristensen, K. (2000). The relationship between customer satisfaction and loyalty: Cross-industry differences. *Total Quality Management*, 11, 509-514.
14. Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1990). Propositions for testing the involvement construct in recreational and tourism contexts. *Leisure Sciences*, 12(2), 179-195.
15. Hovland, Carl I.; Sherif, Muzafer. *Social judgment: Assimilation and contrast effects in communication and attitude change*. Westport: Greenwood. 1980.
16. Iso-Ahola, S. E. & Allen, J. R.(1982).The dynamics of leisure motivation : The effects of outcome on leisure needs.*Research Quarterly for Exercise and Sport*,53(2),141-149

17. Jones, T.O. & Sasser, W. E. (1995). Why satisfied customer defect. *Harvard Business Review*, 88-99.
18. Kelly, J. R. (1972). Work and leisure: A simplified paradigm. *Journal of Leisure*
19. Krugman, H. E. (1967). The measurement of advertising involvement. *Public Opinion Quarterly*, 30(4), 583-596.
20. Kyle, G. T., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian trail. *Journal of Leisure Research*, 35(3), 249-273.
21. Laurent, Gilles, and Jean-Noel Kapferer(1985),“Measuring Consumer Involvement Profiles,”*Journal of Marketing Research*,Vol.22, pp.41-53.
22. Lounsbury, J. W. & Franz, C. P. G.(1990).Vacation discrepancy: A leisure motivation approach. *Psychological Reports*, 66, 699-702.
23. Mannell, R.C., and Stynes, D.J. "A retrospective: The benefits of leisure," *Benefits of leisure*) 1991, pp 461-473.
24. McIntyre, N., & Pigram, J. (1992). Recreation specialization reexamined: The case of Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
25. Robertson, T.S., Zielinski, S. and Ward, J., (1985), “Consumer Behavior, Illinois: Scott Foresman and Company,”
26. Rothschild, M. L. (1984). Perspectives on involvement: Current problems and future
27. Selin, & Howard (1988). Ego Involvement and Leisure Behavior: A Conceptual Specification. *Journal of Leisure Research*, 20, 237-244.
28. Sherif, M., & Cantil, H. (1947). *The psychology of ego-involvement*. New York, NY: John Wiley and Sons.
29. Silva & Weinberg, R.(1984). *Psychological Foundation of sport*. Champaign, IL: Human Kinetics vehicle-base campers. *Leisure Sciences*, 14, 3-15.
30. Stum, D. L., and Thiry, A. (1991). Building customer loyalty. *Training and Development Journal*, 45, 34-36.
31. Wankel, L. M., & Berger, B. G. (1991). The personal and social benefits of sport and physical activity. In B. L. Driver, P. J. Brown & G L. Peterson (Eds.), *Benefits of Leisure*, (P121-144). PA: Venture Publishing.
32. Zaichkowsky(1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer*.

附錄 問卷調查

敬愛的先生，小姐，您好：

感謝您願意撥空填寫，這是一份學術性研究問卷，目的是想了解日月潭水域活動參與者的遊憩動機、休閒阻礙、旅遊效益、忠誠度間的關係。本問卷採不記名方式，僅供學術用途，您填答的資料絕不會對外公開，敬請安心填答。懇請您耐心填答每一項問題，您的意見對於本研究相當重要，再次感謝您的協助！

敬祝

平安喜樂

南華大學旅遊管理學系在職進修碩士班

指導教授：丁誌紋博士

研究生：吳仕強敬上

第一部分：受訪者基本資料

說明：以下是關於個人的基本資料填答，本資料僅作為研究用途，絕不公開，敬請安心填寫，並請依照實際情形，在□中打勾，謝謝您的合作。

一、性別：

1. 男性 2. 女性

二、年齡：

1. 21歲以下 2. 21-30歲 3. 31-40歲 4. 41-50歲 5. 51歲以上

三、職業：

1. 軍警公教 2. 商業 3. 工業 4. 服務業 5. 自由業 6. 學生
7. 專業人員（律師、機師、建築師） 8. 家管 9. 其他_____

四、平均月收入：

1. 2萬元以下 2. 2-4萬元 3. 4-6萬元 4. 6-8萬元 5. 8萬元以上

五、游泳技能：

1. 會游泳 2. 不會游泳

六、本次或最近一次在日月潭體驗之水域活動項目（可複選）：

1. 獨木舟 2. 立式划槳（SUP） 3. 水上（電動）腳踏車

七、上述活動曾參與次數（含日月潭以外地點體驗經驗）：

1. 今日或最近一次是首次體驗 2. 第二次體驗 3. 第三次體驗以上

八、本次或最近一次旅遊行程在日月潭停留時間：

1. 半天以內 2. 半天至一日（不過夜） 3. 兩天一夜 4. 三天兩夜以上

九、本次或最近一次日月潭旅遊行程總花費：

1. 二千元以下 2. 二至三千元 3. 三至四千元 4. 四至五千元 5. 五千元以上

第二部分：休閒動機

說明：以下問項主要是想了解您參與日月潭水域活動的動機因素。5-1 分的分數分別代表非常同意至非常不同意，請勾選您認為最適合的選項作答。
感謝您的協助！

題項	內容	非常同意 5	同意 4	普通 3	不同意 2	非常不同意 1
1	為了忘記日常工作的煩惱。					
2	為了打發時間，避免無聊。					
3	為了遠離日常的規範。					
4	為了尋求自我挑戰。					
5	為了體驗新鮮的事物。					
6	為了尋求刺激的體驗。					
7	為了體驗冒險活動。					
8	為了學習水域活動技術。					
9	為了獲得水域活動知識。					
10	為了成為專業玩家。					
11	為了提升水域活動技巧。					
12	為了建立我的自信心。					
13	因為完成活動後會很有成就感。					
14	為了體驗與他人競爭的感覺。					
15	為了滿足我的好奇心。					
16	為了遇見具有相同興趣的人。					
17	為了遇見新朋友。					
18	為了與親友一起遊玩。					
19	為了與他人分享技巧與知識。					

第三部分：休閒阻礙

說明：以下問項主要是想了解您參與日月潭水域活動的阻礙因素。5-1 分的分數分別代表非常同意至非常不同意，請勾選您認為最適合的選項作答。
感謝您的協助！

題項	內容	非常同意 5	同意 4	普通 3	不同意 2	非常不同意 1
1	我因為害怕水，所以不敢參加水域活動。					
2	我認為日月潭水域有遊艇穿梭太過危險而不敢參加。					
3	我的身體狀況不適合從事水域活動。					
4	我對水域活動不感到興趣。					
5	我沒有多餘的金錢參與水域活動。					
6	我沒有多餘的體力或時間參與水域活動。					
7	沒有志同道合的家人或朋友可以結伴同行。					
8	親友因為住得太遠，無法與我一起參與水域活動。					
9	親友因為沒有交通工具，無法與我一起參與水域活動。					
10	親友因為沒有足夠金錢，無法與我一起參與水域活動。					
11	親友因為沒有足夠時間，無法與我一起參與水域活動。					
12	家人或朋友反對我參加水域活動。					
13	日月潭水域活動場所提供的器具太過老舊。					
14	我不知道從何管道得知日月潭水域活動的資訊。					
15	日月潭水域活動的遊憩設施不夠完善。					
16	日月潭水域活動的體驗費用比其他地區高。					
17	日月潭水域活動設施附近救生員人數不足。					

第四部分：休閒效益

說明：以下問項主要是想了解您參與日月潭水域活動的休閒效益。5-1 分的分數分別代表非常同意至非常不同意，請勾選您認為最適合的選項作答。
感謝您的協助！

題項	內容	非常同意 5	同意 4	普通 3	不同意 2	非常不同意 1
	參與日月潭水域活動					
1	讓我維持健康體能。					
2	讓我的身體得到適度休息。					
3	讓我自己的活動能力得到考驗。					
4	讓我獲得成就感。					
5	讓我更有自信心。					
6	讓我心情愉快。					
7	參與日月潭水域活動後讓我感到心情放鬆了。					
8	參與日月潭水域活動後讓我的壓力紓解許多。					
9	參與日月潭水域活動後讓我的情緒變緩和了。					
10	讓我結交到新朋友。					
11	讓我認識有相同興趣的人。					
12	讓我和親友有更多互動。					
13	讓我增廣見聞，了解更多知識。					
14	讓我學習到相關技能。					
15	讓我更珍惜大自然的美景。					
16	讓我欣賞到天然美景。					
17	讓我享受到環境帶來的美感。					
18	日月潭的美景讓我忘記水域活動的限制時間。					

第五部分：忠誠度

說明：以下問項主要是想了解您參與日月潭水域活動的忠誠度。5-1 分的分數分別代表非常同意至非常不同意，請勾選您認為最適合的選項作答。
感謝您的協助！

題項	內容	非常同意 5	同意 4	普通 3	不同意 2	非常不同意 1
1	我未來將會再次到日月潭體驗水域活動。					
2	即使在日月潭體驗水域活動的費用較其他地區高，我仍會選擇日月潭進行體驗。					
3	我會主動向親朋好友推薦到日月潭參與水域活動。					
4	我願意體驗其他種類的日月潭水域活動。					

第六部分：休閒涉入

說明：以下問項主要是想了解您參與日月潭水域活動的休閒涉入。5-1 分的分數分別代表非常同意至非常不同意，請勾選您認為最適合的選項作答。
感謝您的協助！

題項	內容	非常同意 5	同意 4	普通 3	不同意 2	非常不同意 1
1	參與水域活動是我感到最有樂趣的活動之一。					
2	對我而言，水域活動充滿了吸引力。					
3	我樂於與朋友分享參與水域活動的經驗。					
4	參與水域活動可以紓解我的壓力、放鬆身心。					
5	我的生活和水域活動是息息相關的。					
6	我認為參與水域活動可以充實我的生活。					
7	我喜歡和朋友討論水域活動相關訊息。					
8	水域活動是我與朋友的主要休閒活動。					
9	在水域活動時，可以展現真實的自我。					
10	透過水域活動使我更了解自己的處事能力。					
11	參與水域活動，使我更肯定我自己。					
12	參與水域活動讓我很有成就感。					

【填答到此結束，感謝您的協助！】