

南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM MANAGMENT

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

人格特質、遊憩專門化、流暢體驗與休閒效益關係之研究—以

某房車車友為例

**A STUDY ON RELATIONS AMONG PERSONALITY, RECREATION
SPECIALIZATION, FLOW EXPERIENCE AND LEISURE BENEFITS IN FANS
OF A CERTAIN CAR**

研究生：莊漢平

GRADUATE STUDENT : HAN-PING CHUANG

指導教授：丁誌紋 博士

ADVISOR : CHIH-WEN TING Ph.D.

中 華 民 國 一 百 零 一 年 五 月

南 華 大 學

旅 遊 管 理 研 究 所

碩 士 學 位 論 文

人格特質、遊憩專門化、流暢體驗與休閒效益關係之

研究—以某房車車友為例

研究生：莊漢平

經考試合格特此證明

口試委員：林俊昇
許澤宇
丁慧敏

指導教授：丁慧敏

系主任(所長)：丁慧敏

口試日期：中華民國 101 年 5 月 18 日

謝誌

感謝辛苦的指導老師丁誌紋博士，沒有您的教誨與督促，本篇論文將無法順利完成，尤其在論文資料統計分析與研究方向上給予相當大的協助，丁老師對研究的堅持、對學生的用心，著實令人感佩，能跟著丁老師學習是一件非常幸福的事情。另外，要感謝口試委員林俊昇校長、許澤宇教授不吝提供寶貴的意見，使得本論文能更加完善。

感謝和我一起學習的同學，亮妤、雅文與美綸，大家一起討論與研究的過程讓我成長許多，謝謝妳們在論文寫作上的激勵與協助，讓兩年的求學階段充滿歡樂與回憶。

感謝同事們的鼓勵與關心，謝謝元銘主任的經驗傳承並提供許多寶貴意見，謝謝素華與美杏在論文寫作上的幫忙，謝謝幫忙填寫問卷的 E34 車友們。

最後要感謝我的家人，謝謝你們的支持與關心，謝謝爸媽的栽培與忍讓，謝謝姐姐的專業指導，謝謝弟弟的熱情相挺。

莊漢平

謹誌於 2012 年 6 月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所
100學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：人格特質、遊憩專門化、流暢經驗與休閒效益關係之
研究—以某房車車友為例

研究生：莊漢平

指導教授：丁誌旻 博士

論文摘要內容：

社會多元化與國際化的結果，讓個人的休閒活動需求隨之改變，冒險式遊憩、主動式休閒或體驗式活動已漸漸成為主要休閒活動。本研究嘗試以E34車友為對象來探討人格特質、遊憩專門化、流暢體驗與休閒效益之關聯性。以滾雪球抽樣方式，針對E34車友進行問卷調查，發放450份問卷，回收有效問卷273份，以結構方程模式（SEM）驗證研究之假設關係。結果顯示：(1) 不同人格特質的E34車友對遊憩專門化有不同程度的影響；(2) 不同人格特質的E34車友對流暢體驗皆無顯著影響；(3) 不同人格特質的E34車友對休閒效益皆無顯著影響；(4) E34車友的遊憩專門化程度對流暢體驗有顯著影響；(5) E34車友的流暢體驗對休閒效益有顯著影響。

關鍵詞：人格特質、遊憩專門化、流暢體驗、休閒效益

Title of Thesis : A STUDY ON RELATIONS AMONG PERSONALITY,
RECREATION SPECIALIZATION, FLOW EXPERIENCE
AND LEISURE BENEFITS IN FANS OF A CERTAIN CAR

Name of Institute : Master program of Tourism Management, Department of
Tourism Management , Nan Hua University

Graduate Date : May 2012

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : Han-Ping Chuang

Advisor : Chih-Wen Ting Ph.D.

Abstract

The result of developing multicultural society and internationalization has been making personal recreation change along with it. Adventure Recreation, Active Leisure, and Experiential Activities have become main recreation activities. This study , selecting the fans of E34 as the objects, was conducted to explore the relation among personality, recreation specialization, flow experience ,and leisure benefits. By using the way of Snowball Sampling, there were 450 copies of questionnaires delivered to the fans of E34, and 273 copies of valid questionnaires were received. And the research hypothesis were verified by Structural Equation Modeling (SEM). The result showed : (1) personality had different degrees of influence on recreation specialization; (2) personality had no remarkable influence on flow experience; (3) personality had no remarkable influence on leisure benefits; (4) different degrees of recreation specialization had remarkable influence on flow experience; (5) flow experience had remarkable influence on leisure benefits.

Keywords: personality, recreation specialization, flow experience, leisure benefits

目 錄

中文摘要	· · · · ·	i
英文摘要	· · · · ·	ii
目錄	· · · · ·	iii
表目錄	· · · · ·	v
圖目錄	· · · · ·	vii
第一章	緒論	1
1.1	研究背景與動機	1
1.2	研究目的	4
1.3	研究對象	4
1.4	研究內容	4
1.5	研究流程	6
第二章	文獻探討	7
2.1	人格特質	7
2.2	遊憩專門化	14
2.3	流暢體驗	21
2.4	休閒效益	32
2.5	人格特質、遊憩專門化、流暢體驗、休閒效益 之關係	38
第三章	研究方法	42
3.1	研究架構	42
3.2	研究假設	42
3.3	研究變項操作型定義	43
3.4	問項衡量與問卷設計	45
3.5	研究對象與抽樣方法	49
3.6	資料分析方法	50

3.7	預試結果	52
第四章	實證結果分析	57
4.1	基本資料敘述性分析	57
4.2	研究構面敘述性統計分析	61
4.3	研究構面因素分析與信度檢定	67
4.4	結構方程模式分析	74
第五章	結論與建議	94
5.1	結論	94
5.2	建議	97
5.3	後續研究建議	99
參考文獻	100
	中文部分	100
	英文部分	102
附錄一	問卷量表	107

表 目 錄

表 3- 1	人格特質構面與問項一覽表	46
表 3- 2	遊憩專門化構面與問項一覽表	47
表 3- 3	流暢體驗構面與問項一覽表	48
表 3- 4	休閒效益構面與問項一覽表	49
表 3- 5	人格特質信效度檢定表	53
表 3- 6	遊憩專門化信效度檢定表	54
表 3- 7	流暢體驗信效度檢定表	55
表 3- 8	休閒效益信效度檢定表	56
表 4- 1	基本資料/投入行為分析表	60
表 4- 2	人格特質敘述性統計分析表	62
表 4- 3	遊憩專門化敘述性統計分析表	64
表 4- 4	流暢體驗敘述性統計分析表	66
表 4- 5	休閒效益敘述性統計分析表	67
表 4- 6	人格特質量表因素分析、信度檢定表	69
表 4- 7	遊憩專門化量表因素分析、信度檢定表	71
表 4- 8	流暢體驗量表因素分析、信度檢定表	72
表 4- 9	休閒效益量表因素分析、信度檢定表	73
表 4-10	測量模式適配度檢核表	78
表 4-11	整體模式適配度檢核表	79
表 4-12	人格特質驗證性因素分析表	82
表 4-13	遊憩專門化驗證性因素分析表	83
表 4-14	流暢體驗驗證性因素分析表	84
表 4-15	休閒效益驗證性因素分析表	85
表 4-16	整體模式參數分析表	86
表 4-17	區別效度檢定表	87

表 4-18	整體模式路徑分析表	88
表 4-19	整體模式影響效果表	92

圖 目 錄

圖 1- 1	研究流程圖	6
圖 2- 1	專門化環基本概念	18
圖 2- 2	遊憩專門化環基本概念	19
圖 2- 3	流暢體驗原始模式	22
圖 2- 4	四向度流暢體驗模式	23
圖 2- 5	八向度流暢體驗模式	25
圖 2- 6	休閒利益三因素模式	35
圖 3- 1	研究架構	42
圖 4- 1	結構模式概念圖	75
圖 4- 2	整體模式路徑圖	93

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

1.1.1 研究背景

台灣隨著經濟環境改變，人民生活水平提升，資訊傳輸發達與國際化的趨勢，使人們在可支配所得及自由時間許可下，休閒活動的需求漸漸多元化。例如衝浪、登山、攀岩、輕航機、溯溪、激流泛舟與飄沙等休閒運動慢慢受到國人青睞。交通部觀光局(2011)公布「99年國人旅遊狀況調查」報告顯示旅遊時主要交通工具「自用汽車」佔65.2%，旅遊時最喜歡的遊憩活動中「駕車兜風(汽車、機車、協力車、單車)」由94年的2.9%上升到99年4.7%，由此可發現汽車、機車與單車等除了是日常生活所需的交通工具外，駕車兜風、車友聚會交流，也已發展成閒暇時休閒活動重要的型態。

汽車可以是男人的大型玩具，也可以是家庭另一個安全的堡壘，BMW汽車品牌在台灣與全世界有許多的擁護者，這家位於德國南部Bayerische(巴伐利亞省)從製造飛機引擎出身，進而成為世界知名品牌的汽車製造商，其特有的螺旋槳標誌配上巴伐利亞省傳統的藍白配色廠徽，以及著名的「雙腎」水箱罩，從1933年起走進世界無數個家庭(<http://mook.u-car.com.tw/>)。BMW 第三代 5 Series (底盤代號 E34) 誕

生於 1988 年，車型除了很明顯地加大車身尺碼與內裝空間外，依舊搭載了經典的雙圓型頭燈、雙腎形水箱護罩與低腰線的車身設計，但風格上已更加成熟、穩重，且同樣採前置引擎、後輪驅動的底盤設定，安全系統則是搭載了當時仍不算普及的多具氣囊、4 輪 ABS 防鎖死剎車系統和循跡控制系統等。生產週期從 1988 至 1996 年的第 3 代 5 Series，總生產數量高達 1,333,438 輛(<http://mook.u-car.com.tw/>)。E34 車型搭載經典的直列六汽缸引擎與 V8 引擎，渾厚的排氣聲浪、優雅的車身線條及扎實的底盤，在 90 年代台灣經濟起飛時，成為 BMW 在台灣最暢銷的車款。經過 20 年後，至今仍有許多具有熱情及喜愛 E34 的車迷，並為其建立數個網路平台提供車友經驗分享、技術交流及聚會聯誼。例如：E34 CULB、BMW CCT、BMW 老鯊專業討論等等。因此經典車款的聚會活動與駕駛體驗無疑是車友的重要休閒活動之一。

1.1.2 研究動機

休閒活動為個體自由選擇從事可直接帶給個人快樂或滿意之任何形式的經驗或活動(Butler, 1974)。係指在工作之外的閒暇時間內，自由自在的選擇自己喜愛的活動，以達到消愁解悶、恢復、調劑身心的狀態(林連聰，2001)。而決定從事休閒活動的是個人，因此不能忽視心理層面(陳彰儀，1990)，相關研究亦指出人格特質影響休閒活動價值觀與休閒滿意

度(黃韞臻、林淑惠, 2011), 而人格特質對休閒參與有正向相關(陸洛、高旭繁, 2009), 可見研究休閒行為議題時人格特質為重要影響因素。

BMW E34車型儘管其先天性體質良好, 但經過歲月與環境的摧殘, 為保持其引擎系統、底盤系統及車體結構的完整, 維持出廠時的性能與動力, 或進行車體裝備整理以符合車主心中的狀態, 其投入的時間心力與成本, 是需要車主的熱情投入, 正符合因對運動與活動場所偏好, 而擁有的設備與技巧, 從一般性到特殊性活動的連續性運動過程與行為(Bryan, 1977)的定義。歐雙磐、侯錦雄(2007)認為登山者專門化類型在選擇登山難度上會有所偏好, 由此可知遊憩專門化程度將影響個人心裡的感受。

一個人若將其行為原因歸之於個人的內在特質, 會使人可以對自己的行為控制並負責, 這種免於外界控制的自由感覺, 可以讓人獲得正向的情緒感受, 這種由內在動機引發的行為才能真正有休閒的感受(陳彰儀, 1990)。流暢經驗會激發內在動機, 進而繼續參與該項活動(Lipscombe, 1999; Jones al.et, 2000), 如果將注意力集中投入情境中, 過濾掉不相關的知覺, 即進入一種流暢的狀態(Csikszentmihalyi, 1975), 當休閒活動不受外在因素影響時, 更能感受參與休閒活動的樂趣及成就感。

參與休閒活動過程中, 可改善身心狀態和滿足個人需求(高俊雄,

1995)，不老騎士環島故事、偉士牌車友俱樂部、重型機車車聚、FSC車友會等，以不同以往的活動方式來滿足個人需求，本研究嘗試以E34 車友為樣本來探討人格特質、遊憩專門化、流暢經驗、休閒效益四者之間的關聯性。

1.2 研究目的

基於前述之研究背景與動機，本研究針對 E34 車友進行研究，歸納出研究目的如下：

- 一、探討 E34 車友人格特質對遊憩專門化之影響關係。
- 二、探討 E34 車友人格特質對流暢經驗之影響關係。
- 三、探討 E34 車友人格特質對休閒效益之影響關係
- 四、探討 E34 車友遊憩專門化對流暢經驗之影響關係。
- 五、探討 E34 車友流暢經驗對休閒效益之影響關係。

1.3 研究對象

本研究在探討房車車友人格特質、遊憩專門化、流暢經驗與休閒效益之關係，問卷調查以 BMW E34 車友作為實證調查對象。

1.4 研究內容

本研究旨在探討 E34 車友的人格特質、遊憩專門化、流暢體驗與休閒效益之間的關聯，其研究內容架構如下：

一、緒論

包含研究背景動機、研究目的、研究對象、研究內容及研究流程。

二、文獻探討

確立研究目的後，針對人格特質、遊憩專門化、流暢經驗與休閒效益等，進行文獻整理與探討，作為本研究之理論基礎。

三、研究方法

依據相關文獻資料收集與探討，擬定研究架構與假設，並依此提出問卷設計與衡量變項，經由專家修正問卷內容，進行預試，依據項目分析，修正問卷題項。

四、資料整理與分析

進行正式問卷調查，整理回收的有效問卷，利用統計軟體進行資料處理分析。

五、研究結果與建議

依據資料分析結果，整理所得的結論，並依結論提出建議事項，研究結果提供相關單位參考。

1.5 研究流程

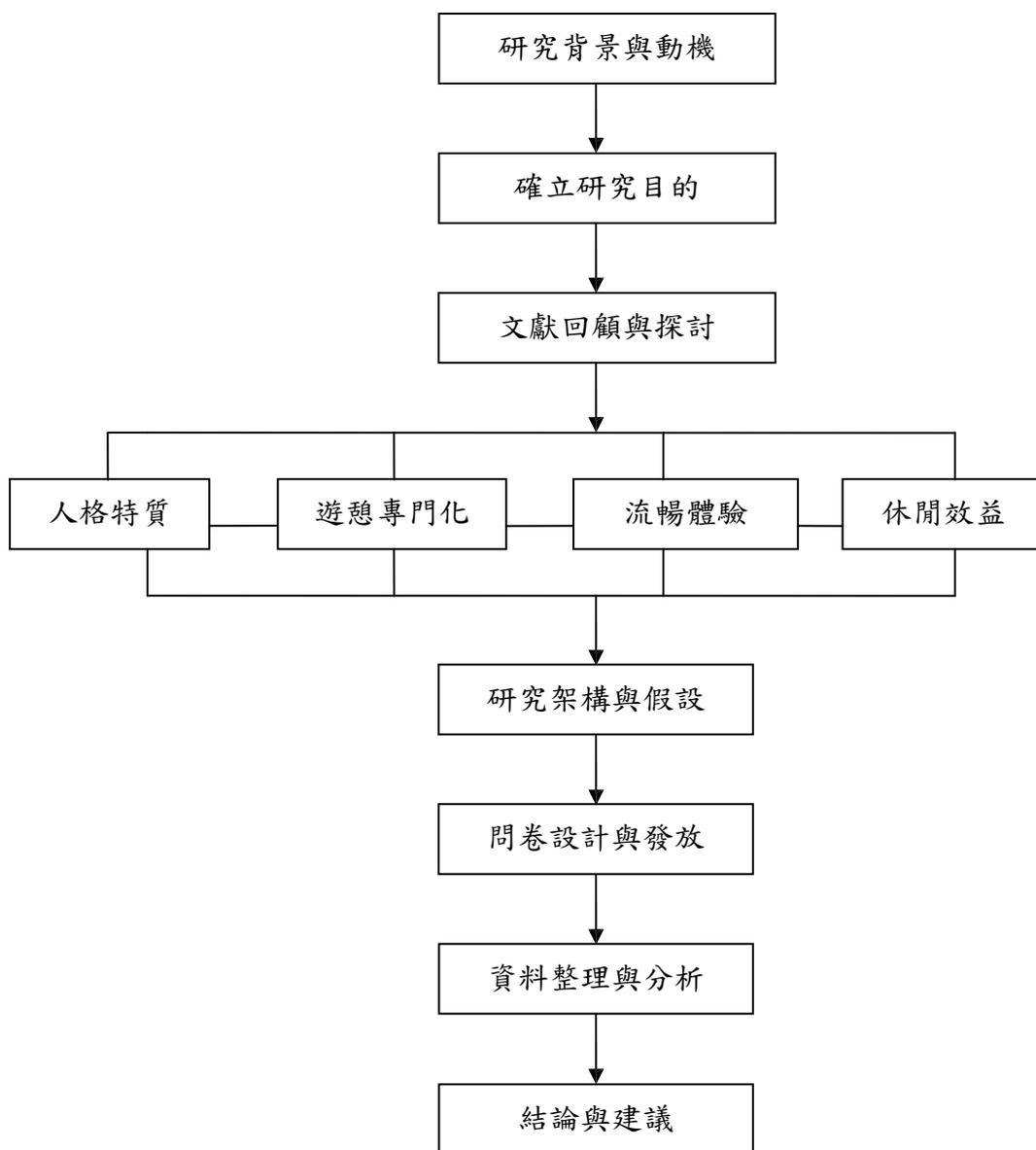


圖 1.1 研究流程圖

第二章 文獻探討

2.1 人格特質

2.1.1 人格的意義

人格(personality)係指人的心理系統成長及發展之動態組織(dynamic organization)，由心理及身體共同作用而組成的一個單位，也是一種個體有別於他人思想與行為的持久特性(Allport, 1961)。是一種傾向，可藉以預測一個人在給定情境中的所作所為，它是與個體的外顯和內隱行為聯繫在一起的(Cattell, 1965)，黃堅厚(1999)認為人格是卸下面具後的真人，也就是他本來的面目。

實證研究上對於人格仍有許多不同的定義，Phares 和 Chaplin(1997)定義人格為一個人思想、情感及行為的特有模式，它和另一個人的型式不相同，並且在不同時間和情境中維持一致。Eysenck(1970)認為人格是一個人的性格、氣質、智力和體格相當穩定而有持續性的組織，其決定了個人對於環境適應的獨特性。Libert 和 Libert(1998)將人格定義為一個人生理、心理品質的獨特、動態組織，影響其對物理及社會環境的行為和反應。Guilford(1959)則認為人格是個人得以異於他人的一種持續且特殊的特質，亦指人格代表一種使個人有別於他人的持久特性。

國內學者張春興(1991)定義人格是個體對人、對己及一切環境中事

物適應時，所顯示異於別人的性格；個體的性格是在遺傳與環境交互作用下，逐漸發展的心理特徵所構成；而其心理特徵表現於行為時，則具有相當統合性及持久性。楊國樞(1993)則認為人格是個體與環境交互作用過程中所形成的一種獨特的身心組織，而此一變動緩慢的組織使個體適應環境時，在需要動機、興趣、態度、價值觀、氣質、性向、外形及生理等諸方面，各有不同於其他個體之處。黃希庭(1998)定義人格是個體在行為上的傾向性，他表現個體適應環境時，在能力、氣質、性格、需求、動機、價值觀、和體質等方面的整合，是具有動力一致性和連續性的自我，是個體在社會化過程中所形成的有特色的身心組織。

綜合上述學者的觀點，本研究歸納出：「人格是個體適應環境時，表現於心理及行為上異於他人的獨特性，其內隱因素與外顯行為具有一致性。」

2.1.2 人格特質論與人格特質五因素模式

特質(trait)是指廣泛、持久、穩定性地用來推測和解釋人類行為的特點；而人格則是穩定的，使人的行為持續一致的內部因素；人格是人格特質的整體表現，無法用單一的特質描述個體的人格(Allport, 1961; Catell, 1946; Eysenck, 1994)。個體的行為反映個體獨特的人格特徵，如害羞、順從、富想像力、具攻擊性等這些特徵若持續出現在許多不同的情

境中，則稱為人格特質(Costa & McCrae, 1992)。人格並非有絕對的類型，而是存在一些特質向度，每個人在這些特質向度上有所表現，只是程度上的不同。根據不同人不同的特色表現程度，就形成了不同的特質結構(張進輔、馮維，2002)。

目前人格理論包括心理分析論、認知論、現象論、特質論、行為論與社會認知論等(Pervin, 1993)；各學派理論對人格的解釋有一定的貢獻，以 Allport 和 Cattell 為代表的特質論(trait theory)學派，強調隱含在行為之下的機制，注重的並非行為的解釋，而是人格的描述與行為的預測，並致力於瞭解在某特質連續向度上得到某分數的人，一般會有怎樣的行為表現，他們的目標是要證明人格特質的同一性，研究焦點關注在整體的人類本質與後天潛能、自我實現，並認同特質形成中遺傳的重要性(李序僧，1972)。特質是建構人格的基本磚塊，具有影響人類外顯行為的作用(Pervin, 1993)。本研究探討 E34 車友行為表現的特性，正符合上述特質論之觀點，故本研究擬採用特質論觀點，作為人格特質衡量的理論依據。

人格科學領域的研究，經過多年的理論實證，漸漸達成比較一致性的共識。Cattell(1965)利用系統觀察法、科學實驗法與因素分析法確定十六種人格特質，說明了根源特質是人類潛在、穩定的人格特徵。Norman

(1963, 1967) 蒐集大量成人相互評定的結果發現五大因素簡單結構，分別為和善性(Surgency)、嚴謹自律性(Conscientiousness)、外向性(Agreeableness)、情緒穩定性(Emotional Stability)、文雅性(Culture)。人格「五因素模式」(簡稱 big five or big 5)，也稱「五大因素人格理論」隨之成型，後續學者研究發現，五大人格基本因素均能涵蓋成人在評定他人時的主要特質(黃堅厚，1999)，且在研究與探討時具有較大的穩定性(Goldberg, 1981, 1990; Salgado, 1997; Hayes & Joseph, 2003)。Costa 和 McCrae(1976)初期研究以神經質(Neuroticism)、外向性(Extraversion)、開放性(Openness)三個構面作為人格衡量指標，其後將五因素模式帶入研究衡量模式，加入嚴謹性(Conscientiousness)、友善性(agreeableness)而成五大人格。John (1990) 將各指標單字的第一個字母組合成「OCEAN」，成為人格五因素模式方便記憶的名詞，也成為目前最多研究採用的人格特質構面分法。Costa 和 McCrae 五項人格特質特徵及基本涵義如下：

一、外向性：

係指一個人對於與他人相處時的關係感到舒適之程度高低，若一個人對和他人相處之舒適的關係越高，則表示其越外向。構面得分高者之人格特質的特徵為善交際的、熱情的、多話的、主動的及喜歡交朋友。

他們通常是樂觀健談、活潑好動、充滿活力的。

二、神經質：

係指能激起一個人負面情緒之刺激所須之數量及強度，當一個人所能接受的刺激越少，則其情緒反應越高。構面得分高者之人格特質的特徵：憂鬱的、不安定的、情緒化、自卑的、情緒容易失控、負面情緒傾向(例如害怕、易緊張、軟弱)。

三、嚴謹性：

係指一個人對追求目標的專心程度、集中程度，若一個人目標越少，越專心致力於其上，則其嚴謹自律程度越高。構面得分高者之人格特質的特徵：盡忠職守、有條有理的、循規蹈矩、謹慎的、堅忍的、守紀律、自我要求高、細心、有責任感的。

四、開放性：

係指一個人對興趣之多寡及深度。若個人興趣越多樣化，但相對深度較淺，則其開放性越高，對新奇事物及新思維的接受度高。構面得分高者之人格特質的特徵：好奇的、富創造力的、非傳統的。充滿想像力、喜歡思考、求新求變。

五、友善性：

係指一個人對於他人所定下之規定的遵守程度，若對上級、配偶等

人規範之遵循程度越高，則其友善性程度越高。構面得分高者之人格特質的特徵：可信賴的、溫和的、合作的、寬恕的、仁慈的、有規矩、待人和善、容易相處、寬容的。

2.1.3 人格特質的衡量

人格心理學有許多學派，許多學者研究人格有不同的認定方式，其研究對於人格特質存有許多的差異如 Cattell(1965)利用系統觀察法、科學實驗法與因素分析法確定十六種人格特質，Norman (1967) 發現五大因素結構，分別為和善性、嚴謹自律性、外向性、情緒穩定性與文雅性等，此五項主要人格特質能普遍地被學者研究證實(引自黃堅厚，1999)，也稱為五大人格特質(Big-Five)或人格五因素模式(Five Factor Model; FFM)，Costa 和 McCrae(1976)研究以神經質、外向性、開放性，嚴謹性與友善性而成五大人格，是目前人格心理學家們所引用最廣泛的人格分類標準。Costa 和 McCrae(1992)編制較完整的人格特質量表，在此量表中，每一構面因素又分為六個次構面，各有八題，全部共二百四十題。人格特質測量的評量工具很多，目前最常被引用的評量是採用量表或問卷型式，於是本研究以人格五因素作為研究人格特質的基礎，由於 NEO-PI-R (NEO Personality Inventory - Revised) 量表題目太多，施測上有困難，故另參考 Buchanan (2005) 的施測問項，建置本研究的人格特

質量表。

2.1.4 人格特質相關研究

Bongguk 和 David (1995) 在一項針對大學生的研究中指出，內向型與外向型的學生，在休閒活動偏好上有顯著差異，內向型較偏好心靈及語言類活動；外向型的女學生較偏好主動式、個人式、冒險式的休閒參與方式；而在參與休閒活動的形式（主動/被動、個人/團體、非冒險/冒險）上，內向與外向型最有預測力。胡夢蕾、李怡君(2004) 在探討餐旅學生之的學習型態、人格特質與學習表現之關係研究，結果發現：人格特質中「情緒敏感性」、「經驗開放性」、「親和性」顯著影響學習型態；「嚴謹自律性」與「經驗開放性」對學習型態均有顯著正相關人格特質中僅有「情緒敏感性」、「嚴謹自律性」、「經驗開放性」可以有效預測學習表現。李維靈、施建彬和邱翔蘭（2007）探討退休老人休閒活動參與及其幸福感之研究結果發現：外向人格與休閒活動參與、休閒滿意度及幸福感三者間均呈顯著正相關；神經質人格與幸福感達顯著負相關。陸洛、高旭繁(2009) 在以台灣一般社區民眾為樣本，探討人格特質、休閒參與、及休閒滿意之間的關係。結果發現：人格特質之外向性及刺激尋求與休閒參與有正向相關；刺激尋求與休閒滿意有正向相關。

綜上所述，本研究嘗試以人格特質的角度切入，並以 E34 車友為對

象，應用於休閒領域實證研究。

2.2 遊憩專門化

2.2.1 遊憩專門化的概念

隨著社會快速變化，周休二日施行，休閒生活漸漸受到重視，多元化的社會發展，一般的遊憩活動與觀光旅遊已無法滿足現代人的需求。Bryan 在 1977 年從釣魚活動研究中發現，隨著投入的時間及活動經驗的增加，遊憩者的設備與技術的提升，逐漸邁向專門化的現象。因此定義遊憩專門化為：從一般的參與遊憩活動，到對活動產生特殊參與的連續性行為，這樣的行為可以從活動的設備、技術以及對於環境的偏好中反映出來。Ditton, Loomis 和 Choi (1992) 認為遊憩專門化為遊憩社交圈 (recreation social worlds) 和次社交圈 (sub-worlds) 相互區隔以及交互結合並成為新的遊憩次社交圈，同時次社交圈和其成員在次序安排上具有連續的情況。謝純安 (1994) 認為遊憩專門化程度是個體對遊憩活動領域的認知、行為及情感之綜合反應，表現出個體的休閒生活態度，也直接影響到參與活動的動機。Bryan(1977)將遊憩專門化的概念融入學習理論中，認為專門化的過程是從低程度涉入的，一般性遊憩活動到中程度涉入產生特殊的參與模式，轉換成高程度涉入的連續性之行為，是經過學習而產生的。

Bryan(1977)在研究中對遊憩專門化提出四項主要論點：(1)遊憩經驗可成為預測遊憩行為的因素，隨著活動時間增加，會更具專門化程度。(2)具專門化的遊憩活動者，會積極參與該活動的社交團體，該團體是具有特殊遊憩價值觀的休閒次文化團體。(3)專門化的遊憩活動者，會從對活動追尋與消費的性質，轉換成對活動本質和環境的關懷。(4)高度的專門化程度對活動和環境有較佳的預測力，因此與特殊資源的關聯性也增加。遊憩專門化層次隨著投入的時間與經驗的累積而呈現不同的參與模式。Bryan (1977)所提出的遊憩專門化概念，經過三十幾年的試驗與應用，後續的研究者仍沿用最初的概念於作為遊憩專門化的理論基礎，包含獨木舟、划船、急流泛舟、賞鳥、自行車、登山、攀岩等。(Donnelly, Vaske & Graefe, 1986; Kuentzel & Kuentzel & McDonald, 1992; McFarlane, 2004; 李素馨, 1994; 歐陽慧真, 2002; 鄭育雄、李英弘和葉源鎰, 2005; 歐雙磐、侯錦雄, 2007; 侯錦雄、蔡瑋庭, 2007)，因此本研究也採用Bryan (1977)的定義：從一般的參與遊憩活動，到對活動產生特殊參與的連續性行為，這樣的行為可以從活動的設備、技術以及對於環境的偏好中反映出來，作為本研究探討遊憩專門化的概念。

Ditton 等 (1992) 結合專門化中社交圈次集團 (social subworlds) 和 Bryan (1977) 的論點，歸納出八點遊憩專門化的特性：(1)個人參與遊

憩活動經過一段時間後，有可能會更具有該活動的專門技術；(2)當遊憩活動的專門化程度增加時，附屬投資（side bets）的價值將可能增加；(3)當遊憩活動專門化程度增加時，則該活動在個人生活中心性的地位可能增加；(4)當遊憩活動專門化程度增加時，則對該活動的規則、規範與程序之接受度與支持度可能增加；(5)當遊憩活動專門化程度增加時，則對裝備與裝備熟練使用的重要性可能增加；(6)當遊憩活動專門化程度增加時，則對特定資源的依賴性可能增加；(7)當遊憩活動專門化程度增加時，則對活動相關的媒體資訊需求可能增加(8)當遊憩活動專門化程度增加時，則活動中特定的體驗要素之重要性將低於相對於其他非特定的體驗要素。

2.2.2 遊憩專門化的衡量

Bryan (1977) 針對釣客類型及活動連續性過程中專門化程度的位置是運用下列變項所評定：環境偏好（setting preferences）、配備的選擇（choice of equipment）、技巧偏好（technique preferences）、參與頻率（frequency of participation）、活動的社交情境（social setting of activity）、資源經營管理偏好（preferences for resource management）。其他學者認為要量測遊憩專業化，還可從過去活動的經驗以及生活型態中心性、持續涉入等因素去測量（Kuentzel & McDonald, 1992; McIntyre & Pigram,

1992)。

Kapferer 和 Laurent (1986) 建議利用多面向的評量方式會優於使用累加的方式，李素馨(1994)認為單一面向指標累加方式在研究實證上有些許爭議，因此部分學者在衡量專門化層次時，即採用多面向方式測量。Virden 和 Schreyer (1988) 在測量健行者遊憩專門化程度時，所採用的面向有一般經驗、最近經驗、設備與經濟承諾以及生活中心性；李素馨 (1994) 測量划獨木舟者遊憩專門化程度時，採用的面向有技術層次、過去划船經驗、裝備以及生活型態/社會參與；Kuentzel 和 McDonald (1992) 測量划船者遊憩專門化程度時，採用的面向有過去經驗、對活動的承諾、生活型態；測量露營者遊憩專門化程度時，採用的面向主要是認知系統、行為系統、情感系統；歐雙磐、侯錦雄(2007)對登山活動者研究時，也採用認知系統、行為系統及情感系統等作為遊憩專門化程度衡量指標。

Little (1976) 主張專家 (specialist) 象徵著：(1)花很多時間與心力於活動上；(2)對活動有強烈參與感；(3)在活動裡學習進階的專門化知識；(4)從活動對象、項目以及與活動緊密地結合中得到愉悅感。於是 Little 提出專門化是由三大系統所組成：認知系統、行為系統、情感系統 (如圖 2-1)，專門化環中的過程被視為反覆性的，而且每一個系統被認

為能互相增強 (mutually reinforcing)。認知系統是指包含對概念的內内容及構造組織；行為系統是指參與活動的頻率與強度；而情感系統是指對活動的興趣與積極的感覺。

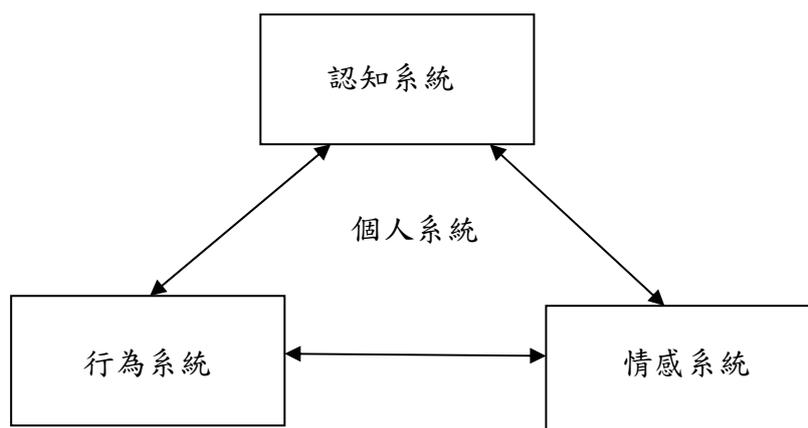


圖 2-1 專門化環基本概念(資料來源:Little, 1976)

McIntyre 和 Pigram (1992) 根據 Little 的模式與概念，將衡量遊憩專門化的諸多變項帶入 Little 的三大系統提出遊憩專門化環(recreation specialization loop) 模型 (如圖 2-2)，架構中的持續性涉入與情感系統有相同的意義，此模型提供探究遊憩專門化程度時多元構面的衡量依據。鄭育雄、李英弘和葉源鎰 (2005) 在遊憩專門化衡量指標之研究—以自行車活動為例的研究中，也驗證了認知、行為與情感三構面之專門化模型能做為量測指標；梁英文、曹勝雄(2007)在認真性休閒與場所依戀之

關係:遊憩專門化扮演的角色之研究中,也沿用 McIntyre 和 Pigram (1992)

遊憩專門化環模型作為施測依據。

綜觀上述研究論點，認知系統、行為系統與情感系統在遊憩專門化的量測上，以為多數學者所採用與驗證，本研究在參考相關文獻後，以此三大系統作為問卷設計的衡量指標。

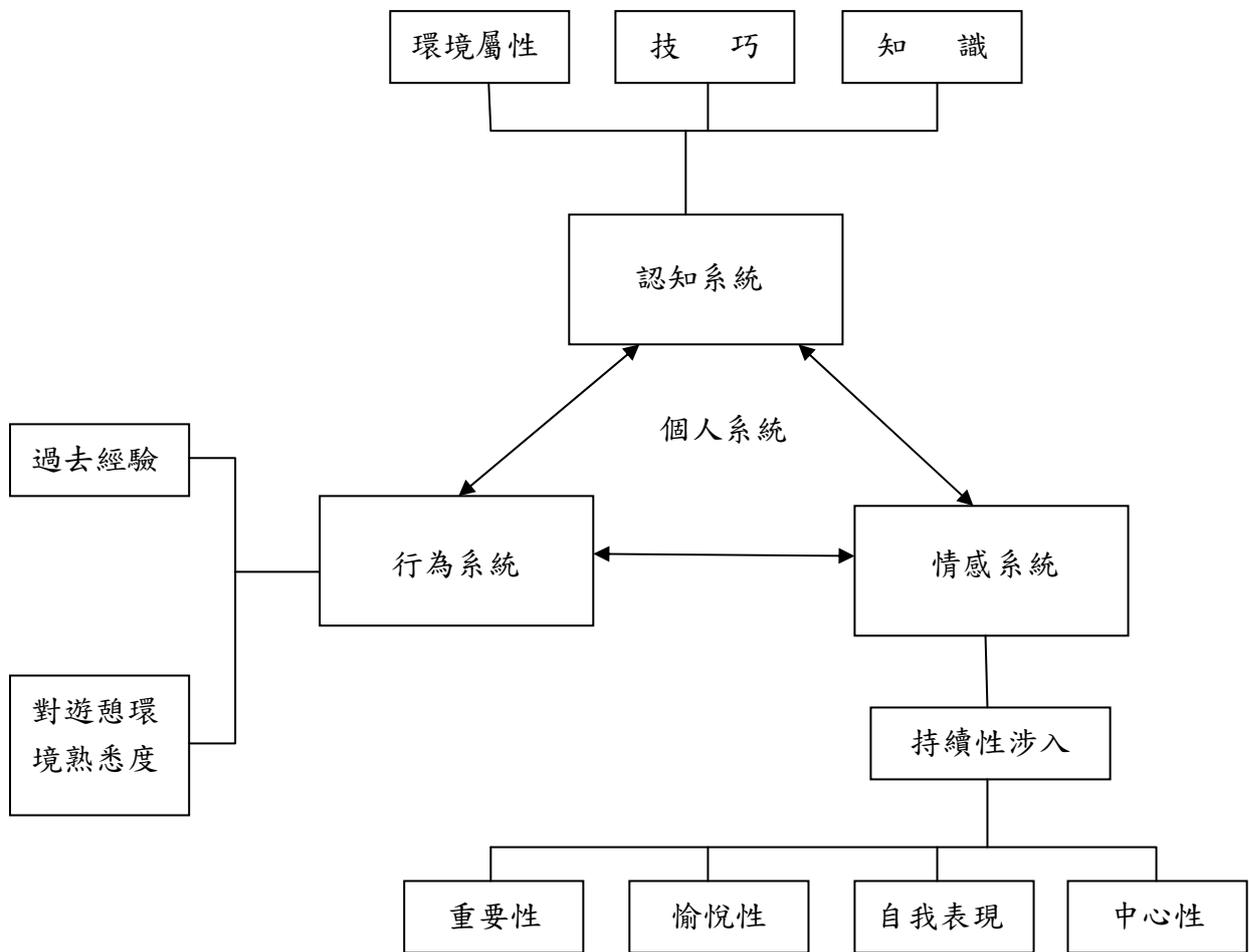


圖 2-2 遊憩專門化環基本概念(資料來源：McIntyre & Pigram, 1992)

2.2.3 遊憩專門化相關研究

Bryan(1977) 以釣魚活動者為研究對象，將遊憩專門化架構分為四個構面，遊憩者過去的經驗、設備、技術程度和生活中心。研究結果發現：釣魚活動技術特別增加特殊環境資源的需求，也提高參與者從活動中建立對自己的認同感。Kuentzel 和 Kuentzel 以及 McDonald (1992) 在探討急流泛舟者的專門化程度時，將專門化分為三大構面，依序為過去經驗 (past experience)、投資 (commitment) 及生活方式 (life style) 等，然後在進一步配合參與動機、擁擠程度及管理行為進行交叉測試，以深入了解急流泛舟者之專門化情形。李素馨(1994)利用典型相關分析進行專業程度、遊憩動機和基地屬性認知關係之探討，研究結果發現：划獨木舟者之活動地點選擇受其專業程度、遊憩動機與地點屬性認知之影響；其專業程度是由以往經驗、技術、用具配備和對該活動的社會參與度組成。歐雙磐、侯錦雄(2007)以登山活動者為樣本探討不同專門化類型的差異是否影響實際登山行為的偏好，研究結果發現：不同專門化類型的登山者在認知、情感以及行為上各有不同程度的展現；登山者專門化類型在高山、中級山與郊山的偏好上有顯著差異。

綜上所述，目前對遊憩專門化的相關研究，對於房車車友活動遊憩專門化的研究仍然是少數，而在休閒活動需求多元化的趨勢下，車友活

動參與者在遊憩專門化的相關因素的探討，有其必要性。

2.3 流暢體驗

2.3.1 流暢體驗的概念

當人們在進行活動時，如果完全的投入情境當中，注意力會集中，且過濾掉所有不相關的知覺，即是進入一種流暢的狀態；流暢是參與者意識集中在一個非常狹窄的範圍，不相關的知覺和想法都被過濾掉，並喪失自覺，只對具體目標和明確的回饋有反應，同時對環境的操控產生一種控制感(Csikszentmihalyi, 1975)；流暢體驗是指在活動當中，能夠明確感受到外在的環境要求以及內在的個人能力，兩者之間達到平衡，而產生的一種相當和諧且愉快的正面心理狀態；當人們高度涉入某種活動而無視於其他事物存在的一種狀態，這種體驗帶來莫大的愉悅，導致於人們一再的想去從事它，即使花費很大的代價(Csikszentmihalyi, 1990)。

Webster 等(1993)認為流暢體驗，是一種短暫性，主觀性的經驗，也是人們為什麼願意繼續從事某種休閒活動或是體育運動之原因。

Csikszentmihalyi (1998)認為想要發生令人愉悅的流暢狀態，最佳方式是透過學習新技能，因此流暢體驗是學習的誘因，讓人們培養挑戰與技能的層級。流暢體驗可以說有益於促進個人滿意、報酬及能力的因素，因此顯現出自我強化是由於流暢體驗的結果(Csikszentmihalyi, 1977)。Tinsley

和 Tinsley (1986) 認為流暢的體驗是休閒效益之重要成份，只有達成流暢體驗時才稱的上是在休閒狀態(leisure state)。

2.3.2 流暢體驗模式

一、流暢三向度模式

Csikszentmihalyi(1975)的研究中，認為流暢狀態意指個體所感受到的環境挑戰與個體所感受到自身技巧之間達到平衡，是以個體主觀對於所感受到的挑戰與技巧是否達到平衡來界定。當個體知覺到本身的技巧低於工作的挑戰時，個體會感覺到焦慮(anxiety)。當個體知覺到本身的技巧高於工作的挑戰時，個體會感覺到無聊(boredom)。當個體知覺到本身的技巧與工作的挑戰達到平衡時，個體就感覺到流暢，如圖 2-3。

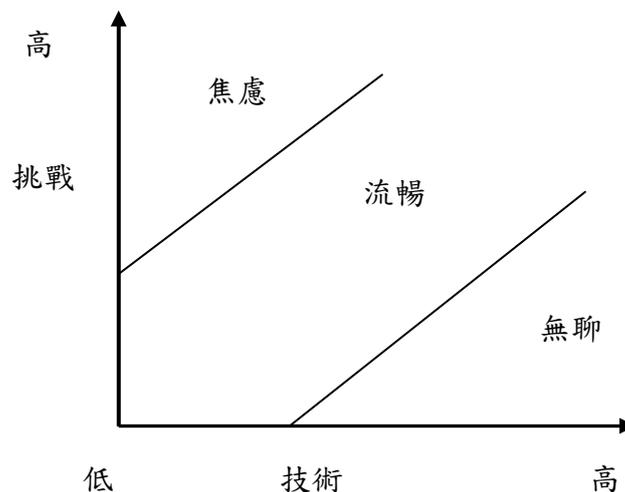


圖 2-3 流暢體驗原始模式
(資料來源：Csikszentmihalyi, 1975)

二、流暢四向度模式

Csikszentmihalyi (1988) 在後續研究結果中發現，在比較不同挑戰情境與個體的技巧下，其實還有許多不同的內在體驗，因此認為三面向流暢模式應該是可以繼續發展的，Massimini 和 Carli (1988)認為相較於個人日常生活的一般經驗，流暢經驗應該在挑戰與技巧都達到一個程度水平時才會發生，因此，低技巧與低工作挑戰的平衡個體所感知的是冷漠(Apathy)。所以，「焦慮-流暢-無聊」三向度模式，應修正為「焦慮-冷漠-流暢-無聊(anxiety-apathy-flow -boredom)」四面向模式，如圖 2-4。

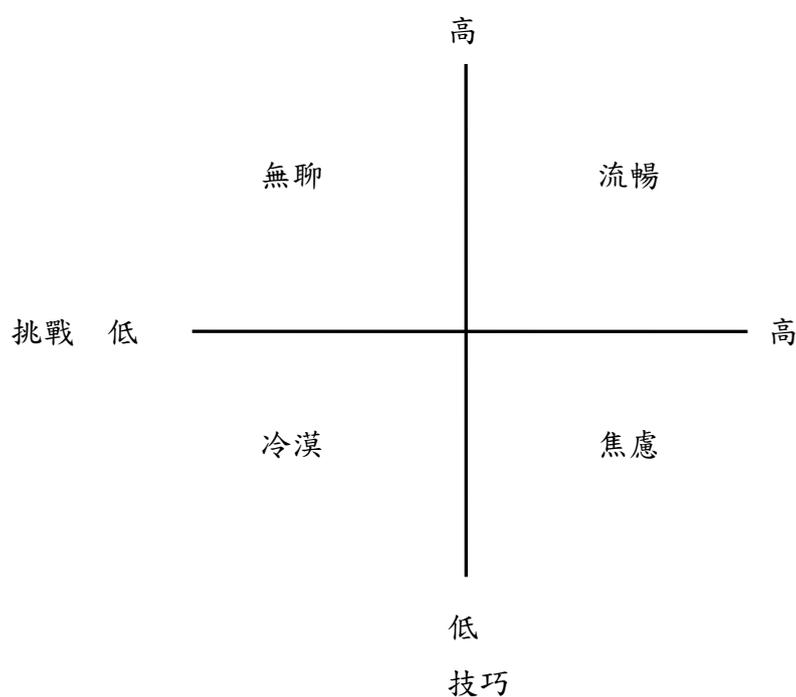


圖 2-4 四向度流暢體驗模式
(資料來源:Ellis , Voelkl & Morris, 1994)

三、流暢八向度模式

在流暢理論發展至四向度模式之後，Massimini 和 Carli(1988)認為，由於 Csikszentmihalyi 的原始流暢模式根據的是高結構性與高投入性的活動(如：下棋、攀岩、外科手術等)所建構，但在一般人們的日常活動中未必都具備這種條件，因而為擴大流暢理論的適用情境，Massimini 和 Carli 認為應該修正為八路徑模式，就是在區分高低二級的挑戰與技巧之間，再加上中間程度(moderate)的四個向度，分別是高度挑戰與中度技巧下的喚醒(arousal)，低度挑戰與中度技巧下的放鬆感(relaxation)，中度挑戰與高度技巧下的掌控感(control)，以及中度挑戰與低度技巧下的憂慮(worry)，如圖 2-5。

2.3.3 流暢體驗特徵

Csikszentmihalyi(1990)指出，真正能帶來心裡滿足感的不是財富，而是肯定自己的人生，是我們感到對自己的心靈、意識與行動有掌控感，是我們感受到一種無比愉快的心情以及深度的愉悅，流暢經驗便發源於此。因此 Jackson 和 Csikszentmihalyi (1999) 將流暢經驗歸納出九種特徵向度，將之分述如下：

(一) 挑戰與技巧的平衡(challenge-skills balance)

Csikszentmihalyi(1988)認為心流經驗發生於當個體本身所擁有的技

術，達到處理這種情境所要求的水準。根據流暢理論假設環境的挑戰性高過個人所擁有的技術，則個體將產生焦慮；若個人所擁有的技術高過環境的挑戰，則個體將產生乏味、無趣感。只有在挑戰與技術達成平衡之下，才有產生流暢經驗的機會。Jackson 和 Csikszentmihalyi (1999)舉出一位長跑選手所言：「對於情境中的種種，我感到有能力處理。」來解釋挑戰與技術的平衡。

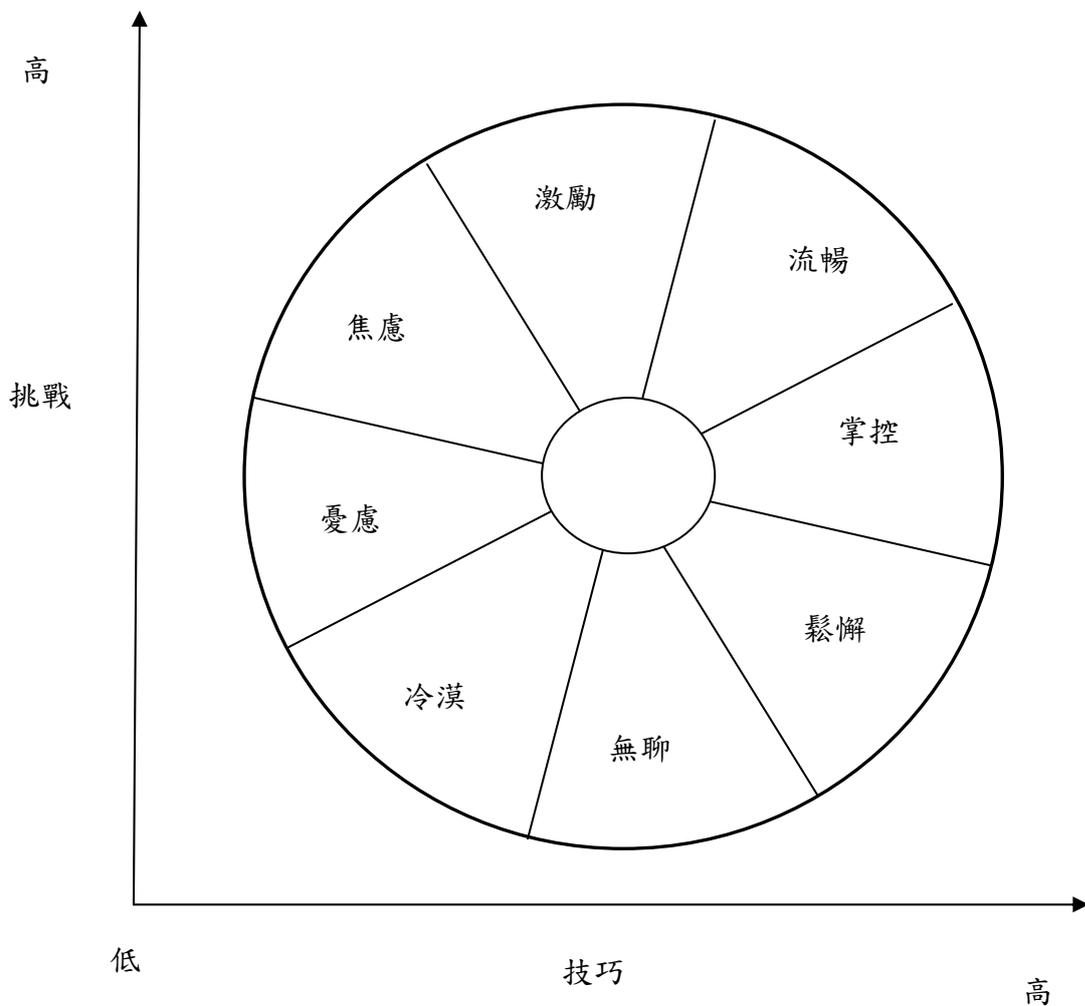


圖 2-5 八向度流暢模式 (資料來源: Massimini & Carli, 1988)

(二) 動作與知覺的合一(merging of action and awareness)

Csikszentmihalyi(1990)指出，在相關的情境要求個體運用相關技術來應付挑戰時，注意力便會完全地投入，而流暢經驗最普遍、最清晰的特質就在此時顯現。此時個體全神貫注，一切動作不假思索，幾乎完全自動自發，人與行動完全合而為一。Csikszentmihalyi 以一位攀岩者敘述其登山途中的感覺來描述此種特徵：「你正專注在目前的活動上，自我與眼前的事完全密合…你覺得自己與所做之事彷彿是一體的。」

(三) 清晰的目標(clear goals)

流暢經驗能達到完全的投入，乃因目標明確，個體清楚的知道下一步該怎麼做 (Csikszentmihalyi, 1990)。此時活動中的目標清楚地被定義，並賦予在流暢狀態下的個體一種強烈的「我將如此做」的感覺，Csikszentmihalyi(1996)亦指出，這種感覺就如同音樂家永遠知道下一個音符是什麼、攀岩者清楚他的下一步該怎麼做，而外科醫生也瞭解手術的下個步驟。

(四) 明確的回饋(unambiguous feedback)

藉由清晰目標的指引，個體從活動中獲得即時的回饋，知道自己的表現好壞與否。Csikszentmihalyi(1990)以畫家為例，說明或許不知道完成後的畫會是什麼樣子，但當繪畫進展到某個階段時，畫家就應該能知道

是否吻合自己所要的。Csikszentmihalyi 推論回饋的本身往往不重要，主要在於回饋的象徵意義是成功達成目標，而這樣的認知能在意識中創造秩序，強化自我結構。

(五) 專心於手邊的事物(concentration on the task at hand)

在 Csikszentmihalyi(1990)的研究中，人們最常敘述流暢經驗的特徵就是，在流暢狀態中會把生活裡所有不愉快的事都忘得一乾二淨。他認為這是因為從活動中汲取樂趣，必須全心全意地專注於手邊的工作，完全沒有容納不相干資訊的空間。他舉出一位舞者的感受予以說明：「這是一種別處找不到的感覺，任何場合都不會如此信心十足。…不論我有什麼問題，一踏進練舞場，都統統丟在門外了。」

(六) 自我掌控感(sense of control)

Csikszentmihalyi(1990)指出，對流暢經驗的典型描述都提到「掌控感」—說得更精確一點，它不像日常生活，時時要擔心事態會失控。他舉出一位棋手的描述予以說明，「我有一種幸福感，覺得能完全控制我的世界。」而對於控制的潛力似乎是這個特徵向度上的關鍵，特別在較具難度的情境中，掌控感的運用是達到流暢之主要因素(Jackson & Marsh, 1996)。

(七) 喪失自我意識(loss of self-consciousness)

當個體完全投入一個活動時，就沒有餘力再去考慮過去或未來，或當前任何不相干的刺激，在這個階段，「自我」從知覺中消失。意識中沒有自我存在，並不表示處於流暢狀態下的人不再控制自己的精神能量，Csikszentmihalyi(1990)指出，自我意識消失並不代表自我隨之消失，甚至意識也依然存在，只不過不再感覺到自我而已。他舉出傑出的徑賽選手在此狀態下，仍能熟知身上的每一塊肌肉、自己的呼吸節奏，以及對手在賽程中的表現，來說明這個狀態下的實際情形是暫時性地忘我，使我們不再想著自己，如此才有機會擴展對自我的概念，進而超越自我。

(八) 時間感改變(transformation of time)

在流暢狀態下，個體的時間感與平時不同。吾人用來衡量外在客觀時間的標準，如晝夜或時鐘等的準確性，都可能被所從事活動的節奏、律動感之不同而推翻。Csikszentmihalyi(1990)並指出，大部分流暢活動都與時間無關，例如打籃球時，球員有自己的步調，自有一套紀錄事件順序的方式，不受實際時間的影響。另外，他也承認在某些情境之下，對於時間的察覺是成功地執行該項活動的必備條件，這也暗示著，失去時間感的這個流暢特徵向度，未必同其他向度那樣具普遍性。

(九) 自成性的經驗(autotelic experience)

除了上述在一般人回想樂趣經驗時所出現的八種元素外，Csikszentmihalyi(1990)闡述這些元素結合而成一種深刻的愉悅感，與帶來無比的報酬，而所形成的流暢經驗本身就是目標，也是最佳經驗的最大特色—自成目標。「自成目標」所指的是一種自我內在動機所引發的目標，它不追求未來或外在的報酬，從事一件事情的本身就是最大的回饋。Csikszentmihalyi 以外科醫生形容自己的工作「充滿樂趣，即使不該我做，我也樂意做」，來說明這種自成目標的經驗。而 Csikszentmihalyi(1990)則進一步指出，自成目標的經驗也就是流暢，它能把生命歷程提升到不同層次；經驗若能產生自動自發的報酬，當下的生命便會有意義，不需再受制於未來可能出現的報酬。Jackson 和 Csikszentmihalyi (1999)亦指出，自成目標的經驗，就是一種內在動機性的自我酬賞，這個向度使運動員強烈的感受到流暢經驗是如此地令人振奮，以致於會一再地想去體驗這種經驗。

2.3.4 流暢體驗的衡量

在流暢體驗的測量方法上，Novak 和 Hoffman(1997)將過去流暢體驗研究的方法歸納成三種，分述如下：

1. 自我陳述問卷法(Narrative Survey)：此種方法提供受訪者接受問卷，請

受訪者回溯自己的活動經驗及曾有過的流暢體驗。

2. 參與活動調查法(Active Survey)：此種方法是請受測者實際參與一項活動後在填達問卷。Webster(1993)建議應於活動結束時立即施測，以求得最貼近的效果，而 Novak, Thomas, Hoffman 和 Donna(1997)等學者則認為在活動進行期間即予以施測，應該比事後回溯更具信度。

3. 經驗取樣法(Experience Sampling Method，簡稱 ESM)：

Csikszentmihalyi 早期於芝加哥大學發明之研究方法，係採用呼叫器或具有設定功能的手錶，提醒受試者案時填寫隨身手冊中的兩頁問卷。受試者於設定訊號聲響時要寫下所在的位置、所作何事、所想的念頭、有誰為伴，再以數字描述當時的意識狀態，例如快樂程度、專心程度、動機高低、自尊心強弱等。此種方法的優點是可以收集到情境中的資料，並且避免受試者回想、扭曲或刻意回答完美答案等問題，但同時受試者也必須能夠正確的評估當下的感覺及描述所處的情境，若無法確實評估，結果也可能有所偏差(Clarke & Haworth, 1994)。

1998 年 Voelkl 和 Ellis 建議可依下列三種方式來測量流暢體驗：(1) 以一般問卷測量的方式，來讓活動參與者評量自己認知的挑戰和技巧；(2) 採用不同語意的項目來測量參與者之情意，如：喜歡、快樂與溫和等等；(3) 以自我證言的方式來測量參與者自己的自信心、自尊心以及

滿意度。葉源鎰(2007)以高爾夫運動為例，探討遊憩參與者對選擇從事該活動之歷程中所可能具有之心流體驗、休閒阻礙及遊憩精熟度之效應及其交互關係的研究中，亦參考 1998 年 Voelkl 和 Ellis 之主張，以「挑戰與技巧」、「情意」及「自我證言」等作為心流體驗的衡量構面，也具有良好之信效度。

綜合上述觀點，基於問卷適合性的考量，本研究參考有關之因子，在探討流暢體驗與其它構面之間的關聯性時，依據「技巧與挑戰」、「情意」及「自我證言」等三個構面作為探討流暢體驗的基礎，參酌 E34 房車車友活動合適的用語，以建構本研究的流暢體驗量表。

2.3.5 流暢體驗相關研究

Deci 和 Ryan (1985) 認為個體在參與某項活動時，若是活動本身即為目的時，表示個體受高度內在動機所驅使，因對參與的活動本身產生高度興趣，極易進入流暢狀態。Jackson (1992)以流暢體驗模式探討運動員的高峰表現，研究結果發現當運動員在高峰表現時，也同時經歷了流暢體驗，也相信自己可以控制流暢體驗，並發現菁英運動員(elite athletes)較一般人更有明顯的流暢體驗表現與感受。Trevino 和 Webster (1992)認為流暢體驗對活動的涉入是一種娛樂性的探索體驗，是一種自我的激發，它帶來愉悅並促進重複行為。葉源鎰(2007)以高爾夫活動者為

抽樣對象，探討心流體驗、休閒阻礙與遊憩精熟度之相關性研究，結果發現：不同精熟度群體之高爾夫運動參與者，在心流表現的差異性檢定上有顯著差異。

綜觀上述，流暢體驗確實發生在參與休閒活動的過程中，而 E34 車友在參與相關活動過程中，流暢體驗的影響因素為本研究探討的方向。

2.4 休閒效益

2.4.1 休閒效益的定義

效益 (Benefits) 是個人、團體、社會、經濟、實質環境及其他情境有所改善時的狀態，是一種獲得 (Gain) 的概念 (Driver, Brown and Peterson, 1991)。Driver 於 1997 年進一步解釋效益為個體或其他實質環境獲得正向的改變。

休閒效益是指休閒目標之達成，包括參與休閒能達成之目標，以及參與者相信休閒能幫助他們達成的目標並獲得某些好處，而後者的重要性更甚於前者 (Ajzen, 1991)。高俊雄 (1995) 定義休閒利益是運用休閒資源的過程中，能夠滿足休閒參與者個人或社會群體需求進而改善現況的內容。Tinsley 和 Tinsley (1986) 指出，個人的休閒效益 (Benefits of leisure) 主要是受到活動經驗之主觀感受影響，而不是活動的本身。陳中雲 (2001) 認為休閒效益乃是個人在休閒活動與過程中與活動後，個人主觀評估可

以幫助個人改善身心狀況或滿足需求的主觀感受。張少熙（2003）也認為休閒運動效益被視為休閒運動者在參與過程中，其休閒運動需求與渴望獲得滿足而產生的利益，對個人與社會層面均達到改善的效果。李詩鎮、陳惠美(2003)將休閒效益定義為在參與探索活動的過程中，可以協助參與者個人改善身心狀態，激發個人潛能，提升人際關係與社交技能，或滿足個人需求的現象。

綜觀上述學者觀點，休閒效益注重參與休閒活動過程中及後，個人主觀的感受，本研究所指的休閒效益，意指個人參與休閒活動過程中及後，滿足個人需求，改善實質情境的主觀感受。

2.4.2 休閒效益的內涵

休閒效益是一種很主觀的個人感受，評估的方向在於個人是否改善身心狀態或滿足個人的需求。Bammel 和 Burrus-Bammel (1992) 認為參與休閒活動有六項效益，內容如下：

(一)生理效益(Physiological benefits)：保持規律運動可增進體適能水準，加快體內代謝速率，並可以降低肥胖機會，減少心血管之疾病，讓日常生活充滿精力。

(二)社交效益(Social benefits)：藉由休閒活動的參與，志同道合，能分享相同嗜好的人聚在一起，更容易培養珍貴的友情，使休閒活動發揮「社

交潤滑劑」的功能。

(三)放鬆效益(Relaxation benefits)：休閒活動讓人們遠離壓力環境、解除憂慮，以達到精神恢復的效果。從事耗用體力的活動，達到完全放鬆的目的，力保持個人身、心及精神各方面的發展。

(四)教育效益(Educational benefits)：休閒活動提供多面向的興趣領域，藉由對活動的涉入，能滿足個體的創作慾、求知慾，達到增廣見聞的效果。

(五)心理效益(Psychological benefits)：休閒活動參與者能從其中得到認同與肯定的機會，以及其他有形、無形的經驗。扮演與日常生活中不同角色也可以獲得成就感，對情緒低落者也具有療養及恢復心態的功能。

(六)美學效益(Aesthetic benefits)：從事藝文活動來增加欣賞天然和人造景物的能力，可以獲得心靈、情感及靈性的滿足；也能夠確認個人價值，使心靈達到高超的境界。

高俊雄（1995）根據休閒行為相關理論，並將過去研究對於休閒參與者個人從參與休閒活動過程中，將個人需求之滿足及身心狀態可以獲得改善的有利結果，加以整合出休閒與促進個人效益的三因素，如圖 2-6 即為其提出之模式：

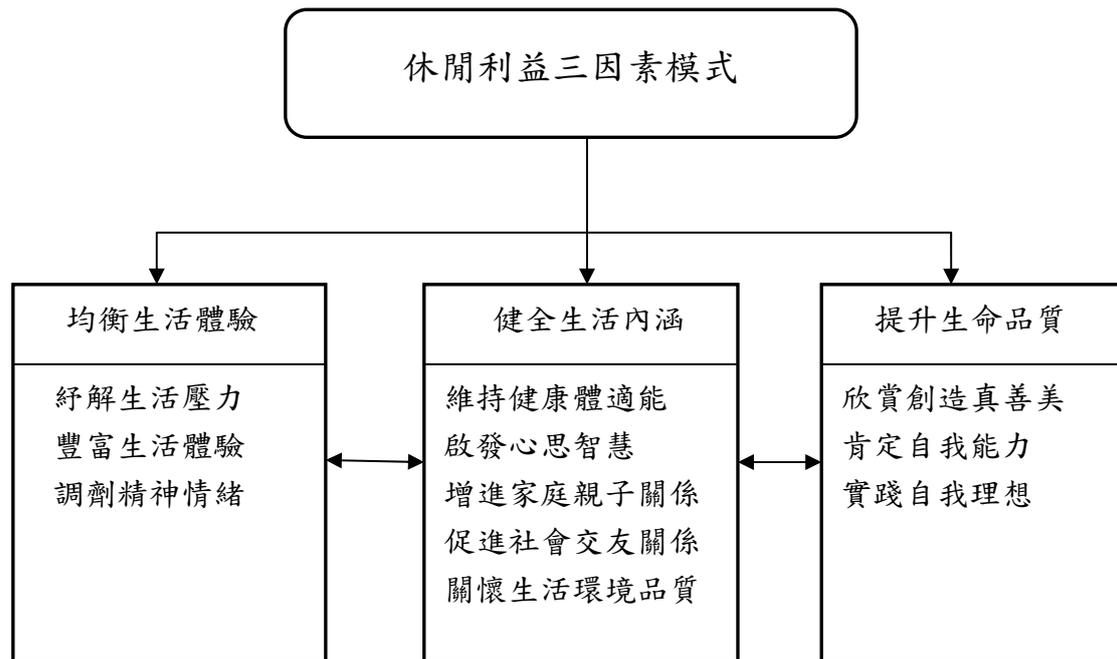


圖 2-6 休閒利益三因素模式(資料來源：高俊雄，1995)

Driver 和 Bruns (1999) 從休閒效益途徑 (Benefits Approach to Leisure, BAL) 的觀點來探討，認為休閒效益有三種形式，改善目前情境、維持情境需求與獲得心理滿足，其敘述如下：

(一)改善目前情境：個人可透過休閒經驗獲得許多效益。獲得身心健康、藉由體能性活動改善心肺能力、抒發情感、解除壓力、從大自然中學習認識環境、增進人際互動、提昇休閒技能、並提升社會適應能力以及獲得自我發展等。

(二)維持情境需求：透過參與休閒活動來維持情境，例如：維持友誼、健康、穩定社群；並且避免不好的社會問題發生，例如：青少年犯罪問

題或觀光等其它事情對實質環境所造成的衝擊。

(三)獲得心理滿足：獲得一種特殊的心理滿足經驗。例如：個人技能的提升、活動結束後，身心獲得改善。這種情境僅僅對於個人而言，並非包含團體或實質環境。

2.4.3 休閒效益的衡量

在休閒效益的衡量上高俊雄(1995) 根據休閒行為相關理論整合出休閒與促進個人效益的三因素，分別為均衡生活體驗、健全生活內涵及提升生命品質，並提供此三個構面完整且有效的題項。之後高俊雄與溫景財(1998)以職棒選手為研究對象，探討從參與休閒活動中所感受的利益，對於選手自覺訓練效果的影響，運用高俊雄(1995)休閒效益三因素模式為研究工具進行休閒效益之量化實證研究，確定構面題項信效度良好並適合休閒效益相關研究。爾後郭進財與高俊雄(2008) 以大專校院優秀運動員為研究對象，探討休閒參與、自由時間管理及休閒效益的情形，進而探討休閒參與、自由時間管理、休閒效益及訓練效果之間的關係。採用高俊雄(1999)休閒效益量表，資料分析結果亦具有良好之信效度。于志睿與林晏州(2010) 探討遛狗活動者從事遛狗活動之休閒效益的研究中，亦運用高俊雄(1995)所提觀點，發展休閒效益衡量題項，結果顯示量表亦具有良好之信效度。

綜觀上述且基於問卷適合性的考量，本研究在探討休閒效與其他構面之間的關聯性時，依據「均衡生活體驗」、「健全生活內涵」、「提升生命品質」三個構面作為探討休閒效益的基礎，參酌 E34 車友活動合適的用語，以建構本研究的休閒效益量表。

2.4.4 休閒效益相關實證研究

高俊雄與溫景財(1998)以職棒選手為研究對象，探討從參與休閒活動中所感受的利益，對於選手自覺訓練效果的影響，結果發現，休閒利益對自覺訓練效果產生關聯性，且影響選手自覺訓練的效果。郭進財(2008)以大專校院優秀運動員為研究對象，探討休閒參與、自由時間管理及休閒效益的情形，進而探討休閒參與、自由時間管理、休閒效益及訓練效果之間的關係。研究發現，休閒參與會影響自由時間管理；自由時間管理會影響休閒效益；優秀運動員的時間管理經休閒效益會間接的影響訓練效果。林聰哲、李世昌(2008)，探討南投縣老年人休閒參與、休閒利益與休閒滿意度之研究，結果發現，不同人口統計變項在休閒利益有顯著差異，休閒利益與休閒滿意度有典型相關。于志睿、林晏州(2010)探討遛狗活動者從事遛狗活動之休閒效益，研究結果顯示，遛狗活動者之整體休閒效益感受頗高，不同的遛狗主要活動在休閒效益構面上存在顯著差異。

綜觀上述，個體參與休閒活動確實存在不同程度的休閒效益，而不同的休閒活動類型，在休閒效益的感受上確實存有某種關聯性，而 E34 車友參與相關活動之休閒效益影響因素為何?為本研究探討之方向。

2.5 人格特質、遊憩專門化、流暢體驗與休閒效益之關聯性

2.5.1 人格特質與遊憩專門化

Mannell(1984)強調人格特質學說在休閒行為理論是重要的，且人格特質學說對於了解休閒行為是有關聯的，由此可知，休閒行為與人格特質息息相關。多位學者從人格特質角度切入，發現人格特質顯著影響學習型態(胡夢蕾、李怡君，2004)。Bryan(1977)亦將遊憩專門化的概念融入學習理論中，認為專門化的過程是從低程度涉入的一般性遊憩活動，到中程度涉入產生特殊的參與模式，轉換成高程度涉入的連續性之行為，是經過學習而產生的。由此可知，人格特質與遊憩專門化之間存在某種關聯性。綜合上述提出假設一：

H1：不同人格特質的 E34 車友遊憩專門化有不同影響。

2.5.2 人格特質與流暢體驗

Clarke 和 Haworth (1994)主張個人的性格會反應在個人的流暢體驗上，因此，應該了解到流暢體驗會因個人特質而有差異。林淑芬、吳淑女(2006)以女性保健志工人格特質、組織承諾與神馳經驗關係之探

討，結果顯示人格特質、組織承諾、教育訓練滿意度對神馳經驗具有顯著的預測力，亦即志工人格特質愈傾向 A 型、對服務單位及教育訓練愈滿意者，其在服務當時整體神馳經驗的體驗愈多。綜合上述提出假設二：
H2：不同人格特質的 E34 車友流暢體驗有不同影響。

2.5.3 人格特質與休閒效益

休閒活動為人格表現的一部份，也是自我表現的方式(陳彰儀，1989)。Bongguk 和 David (1995) 在針對大學生的研究中發現，內向型與外向型的學生，在休閒活動偏好上有顯著差異，內向型較偏好心靈及語言類活動；外向型較偏好主動式、個人式、冒險式的休閒參與方式。張勝凱(2010)在探討自行車騎乘者人格特質、休閒動機、意象與休閒效益影響關係，研究中發現人格特質間接影響休閒效益。由文獻中可知人格特質與休閒效益存在關聯性，據此提出假設三：

H3：不同人格特質的 E34 車友休閒效益有不同影響。

2.5.4 遊憩專門化與流暢體驗

人們是否會投入休閒活動，除其本身之參與動機、興趣之外，端視其個人對於活動的勝任感與掌控感(Iso-Ahola, 1980)。Trevino 和 Webster (1992)認為流暢體驗對活動的涉入是一種娛樂性的探索體驗，是一種自我的激發，它帶來愉悅並促進重複行為。Hoffman 和 Novak (1997)主張

流暢體驗是一種短暫的心理狀態，具有自我增強的機制，一旦參與者體驗到流暢體驗之後，會重複相同的行為，希望能再次體驗到愉快的流暢體驗。Jackson 和 Csikszentmihalyi (1999) 提出流暢是如此令人愉悅，我們會傾向去追求可以體驗流暢的外在條件，這必然會促使技巧的增進和挑戰更高階的挑戰；Lee (2007) 探討獨木舟專門化者的實證結果也支持 Csikszentmihalyi 所提出的流暢體驗模式，遊憩專門化參與者最佳的活動體驗是在挑戰和技巧之間取得平衡。葉源鎰 (2007) 以高爾夫球活動為例，探討心流體驗、休閒阻礙與遊憩專門化彼此之間的關聯的研究發現，專業化程度愈高之參與者，其心流感受之認同度愈高。

根據上述提出假設四：

H4： E34 車友的遊憩專門化程度對流暢體驗有顯著影響。

2.5.4 流暢體驗與休閒效益

流暢體驗是在活動當中，產生的一種相當和諧且愉快的正面心理狀態(Csikszentmihalyi,1990)，Tinsley 和 Tinsley (1986)認為個人的休閒效益主要是受到活動經驗之主觀感受影響，而不是活動的本身；流暢的體驗是休閒效益之重要成份，只有達成流暢體驗時才稱的上是在休閒狀態。由此推論流暢體驗與休閒效益之間存在某中關聯性。賴筱嵐 (2006) 探討園藝活動之流暢體驗與休閒效益之關係，研究發現心流體驗感受越強

烈，其所感受之活動效益也越高；在心流體驗中各狀態特徵對園藝活動效益皆有顯著正相關。陳春安(2011) 探討路跑運動參與者流暢體驗與休閒效益之關係，結果發現路跑運動參與者的流暢體驗與休閒效益具有顯著相關。根據上述提出假設五：

H5： E34 車友的流暢體驗對休閒效益有顯著影響。

第三章 研究方法

3.1 研究架構

本研究架構依據研究目的，並參考相關文獻之理論基礎而設計，主要是以人格特質為自變項，遊憩專門化與流暢體驗為依變項，探討彼此間之影響關係。本研究架構如下圖所示：

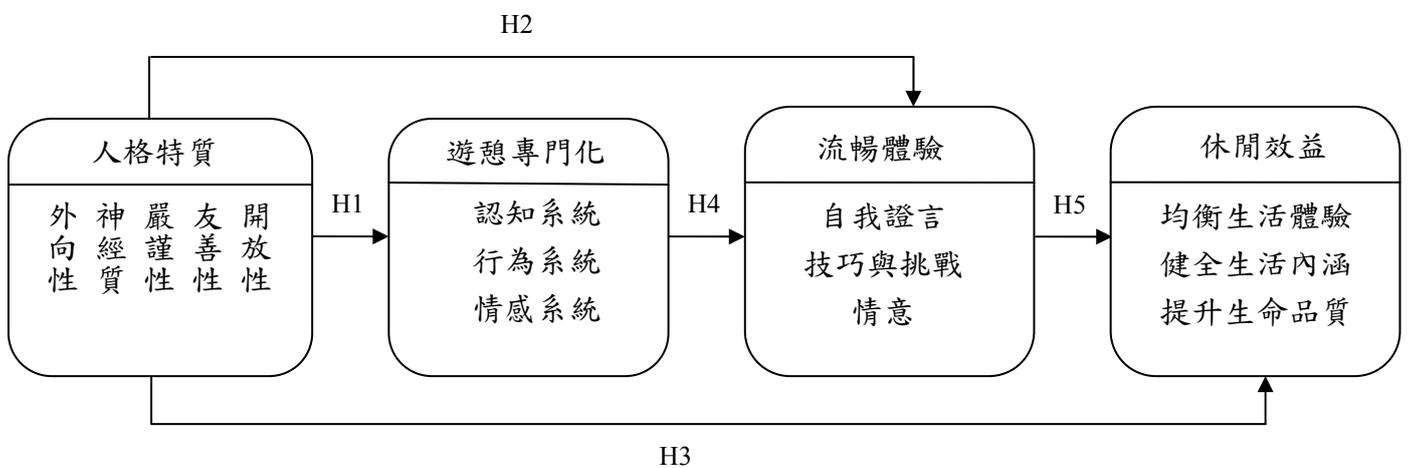


圖 3-1 研究架構圖

3.2 研究假設

本研究根據文獻整理及回顧、研究架構及研究目的，提出欲探究之假設，說明如下：

假設一(H1)：不同人格特質的 E34車友遊憩專門化有不同影響。

假設二(H2)：不同人格特質的 E34車友流暢體驗有不同影響。

假設三(H3)：不同人格特質的 E34車友休閒效益有不同影響。

假設四(H4)：E34車友的遊憩專門化程度對流暢體驗有顯著影響。

假設五(H5)：E34車友的流暢體驗對休閒效益有顯著影響。

3.3 研究變項操作型定義

本研究之研究模型中，包含人格特質、遊憩專門化與流暢體驗等變項，各變項所使用的操作型定義乃是根據相關的文獻探討，以及配合本研究之目的所加以發展而得。有關各變項操作型定義，茲分別敘述如下：

一、人格特質

所謂人格特質係個體在社會生活過程中與環境交互作用所形成之持久而統整的性格特質，具有專屬性與個別性，為決定個人「思想與行為」的獨特型式（Allport, 1961）。1980年代至Digman(1990), Costa 和 McCrae(1992)及Goldberg(1993)等，已將五大人格特質當成最佳典範來探究人格特質。因此本研究採用Costa 和 McCrae(1992)對於五種人格特質：外向性、神經質、嚴謹性、開放性與友善性的定義作為本研究探討E34車友人格特質的基礎。

二、遊憩專門化

Bryan（1977）首先開創出遊憩專門化的觀念並且定義成「一種從一般到特定的連續性行為，會反映在運動的設備和技巧以及活動場所屬性偏好。」大部分的學者對於遊憩專門化的定義幾乎皆傾向採用Bryan的

定義，故本研究對遊憩專門化的定義也採用Bryan的定義加以延伸闡述，即遊憩專門化是從一般的廣泛興趣且是較低涉入到對特定活動產生興趣趨向專門化且高涉入的連續性行為，發展過程中會伴隨著經驗的增加和對活動的承諾，且會反映在運動的設備和技巧以及活動場所屬性偏好上。

三、流暢體驗

Csikszentmihalyi 從1975 年致力於流暢理論，認為人們在進行活動時，如果完全的投入情境之中，注意力會集中，且會過濾掉所有不相關的知覺，也就是進入一種流暢之狀態。根據Csikszentmihalyi 的理論，流暢的意義係指一個人完全投入於某種活動中，無視於其他事物存在的狀態，這種經驗本身為活動者帶來莫大的喜悅，使人願意付出更龐大的代價（Csikszentmihalyi, 1997）。本研究將流暢體驗定義為從事E34車友相關活動時，參與者完全投入活動中，忘卻一切只沈浸在參與活動時一種愉悅的狀態。

四、休閒效益

休閒效益是指休閒目標之達成，包括參與休閒能達成之目標，以及參與者相信休閒能幫助他們達成的目標並獲得某些好處，而後者的重要性更甚於前者（Ajzen, 1991）。高俊雄(1995)定義休閒利益是運用休閒資源的過程中，能夠滿足休閒參與者個人或社會群體需求進而改善現況的

內容。因此本研究定義休閒效益為：指個人參與休閒活動過程中及後，滿足個人需求，改善實質情境的主觀感受。

3.4 問項衡量與問卷設計

本研究共有四個研究構面，加上基本資料，問卷共分為五個部分，除了基本資料外，另外四個構面在進行測量時依據李克特五點尺度量表：「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」分別給予1至5的分數，而問卷中若有反向問題時，則以6 減去原有的問項得分作為轉換後的分數，再進行分析。問卷量表來源分述如下，再經由兩位學者專家及一位E34資深車友修正刪除不適當的題項，編制適合E34車友的問項，建立專家效度。

一、人格特質量表

人格特質研究中，以外向性、神經質、嚴謹性、開放性、友善性五大人格特質最具代表性，故本研究參考Costa 和 McCrae (1992) 所發展的NEO-PI-R 人格量表，並參酌Buchanan (2005) 的研究量表，選擇各構面因素負荷量值較高的前五個問項，以建構適合本研究的人格特質量表，其構面與題項，如表3-1 所示。

表3-1 人格特質的構面與問項一覽表

構面	問項	題項來源
外向性 (Extroversion)	A1：我是團體中的靈魂人物	Costa & McCrae (1992)
	A2：我善於與人交際	
	A3：我很容易交到朋友	
	A4：我懂得引起他人注意	
	A5：我不喜歡說話	
神經質 (Neuroticism)	A6：我時常覺得憂鬱	Buchanan (2005)
	A7：我時常感到情緒低落	
	A8：我不喜歡我自己	
	A9：我時常情緒搖擺不定	
	A10：我容易感到緊張	
嚴謹性 (Conscientiousness)	A11：我隨時做好萬全準備	
	A12：我做事有計畫且忠於它	
	A13：我能實現我的計畫	
	A14：我做事容易分心	
	A15：我只管完成自己份內的工作	
友善性 (Agreeableness)	A16：我會讚美別人	
	A17：我會尊敬他人	
	A18：我總相信別人的出發點是好的	
	A19：我不管他人的感受	
	A20：我會用言語羞辱他人	
開放性 (Openness)	A21：我相信藝術是重要的	
	A22：我有豐富的想像力	
	A23：我樂於聽到新的想法	
	A24：我比較喜歡想改變現況的人	
	A25：在與他人交談時，我總會炒熱氣氛	

二、遊憩專門化

遊憩專門化量表設計上，採用McIntyre 和 Pigram (1992) 所提出的遊憩專門化環模型：認知、行為及情感等構面。參酌Bricker 和Kerstetter (2000)、McFarlane (2004) 以及鄭育雄等 (2005) 的研究，以發展出適合E34車友遊憩專門化測量的量表，其構面與題項，如表3-2所示。

表3-2 遊憩專門化的構面與問項一覽表

構面	問項	題項來源
認知	B1：我認為自己在駕駛E34車型的技巧已很純熟	McIntyre & Pigram (1992) Bricker & Kerstetter (2000) McFarlane (2004) 鄭育雄等 (2005)
	B2：我時常會和車友一起切磋E34車型之開車技巧	
	B3：我能適當地掌控E34車型的速度變化	
	B4：我能清楚的判斷車道類型(路況)對E34車型行車活動的影響	
	B5：成為車隊(俱樂部)的成員對我而言是很重要的事	
	B6：我對E34車型的構造相當了解	
	B7：簡易的E34車型修理保養我做不到	
	B8：我很清楚E34俱樂部的相關活動與訊息	
	B9：我的車體裝備要達到一定的水準，我才會上路	
行為	B10：我經常閱覽跟E34車型相關的網頁與平面資訊	
	B11：我不願意花金錢在維持E34車型的車況上	
	B12：我經常選擇E34車型作為休閒旅遊的交通工具	
	B13：如果有E34車型相關聚會活動我盡可能會去參與	
情感	B14：當我參加E34俱樂部活動時，我可以真實的做我自己	
	B15：當我被生活的問題困擾時，我會想駕駛E34來讓我放鬆	
	B16：駕駛E34汽車可以讓我展現出自我	
	B17：駕駛E34汽車對我來說是很重要的休閒活動	
	B18：整理(或駕駛)E34汽車是我做過最能享樂的一種休閒活動	
	B19：在我從事的休閒活動中，沒有一樣可以比的上駕駛E34。	
	B20：我喜歡和朋友討論有關E34車型的事	
	B21：我發覺我的休閒生活主要是圍繞在E34車型活動上	
	B22：當我知道別人有E34車型時，我可以跟他聊很多	
	B23：我對E34車型根本沒什麼興趣	

三、流暢體驗

流暢體驗量表遵循 Voelkl 和 Ellis (1998) 的建議：(1)以一般問卷測量的方式，來讓活動參與者評量自己認知的挑戰和技巧；(2)採用不同語意的項目來測量參與者之情意如：喜歡、快樂與溫和等等；(3)以自我證言的方式來測量參與者自己的自信心、自尊心以及滿意度。並參酌葉源鎰 (2007) 量表，建構出3個子構面：認知、情意、自我證言，共15個題項。其構面與題項，如表3-3所示。

表3-3 流暢體驗的構面與問項一覽表

構面	問項	題項來源
自我 證言	C1：要能駕馭且發揮 E34 車型的性能是需要知識與技能的	Voelkl & Ellis (1998)
	C2：駕駛E34車型能帶給我自信心	
	C3：駕駛E34車型能帶給我優越感	葉源鎰(2007)
	C4：駕駛E34車型能帶給我滿足感	
	C5：藉由駕駛E34車型讓我獲得心理回饋感(自我價值感)	
技巧 與 挑戰	C6：專注於駕駛E34車型時，我覺得自己需要高度技巧	
	C7：專注於駕駛E34車型時，我覺得該項運動具有高度的挑戰性	
	C8：我可以靈活的運用所學的技巧，並從中得到樂趣	
	C9：當我學會新的技巧，會想做更多練習以求進步	
	C10：當我所學技巧無法征服挑戰時，會想做更多的練習	
	C11：當我所學技巧全部應用在駕駛E34車型時，我會感到愉悅	
情意	C12：從事E34車型駕駛活動讓我感到快樂	
	C13：我覺得駕駛E34車型是一項吸引人的活動	
	C14：專注努力於駕駛E34車型，讓我感到愉悅	
	C15：我會懷著快樂的心情學習E34車型駕駛技巧	

四、休閒效益

休閒效益的衡量上高俊雄(1995) 根據休閒行為相關理論整合出休閒與促進個人效益的三因素，分別為均衡生活體驗、健全生活內涵及提升生命品質，並提供此三個構面完整且有效的題項。基於問卷適合性的考量，本研究在探討休閒效與其他構面之間的關聯性時，依據「均衡生活體驗」、「健全生活內涵」、「提升生命品質」三個構面作為探討休閒效益的基礎，參酌E34車友活動合適的用語，以建構本研究的休閒效益量表。

表3-4 休閒效益的構面與問項一覽表

構面	問項	題項來源	
均衡生活體驗	D1：紓解生活壓力	高俊雄 (1995)	
	D2：豐富生活體驗		
	D3：調劑精神情緒		
健全生活內涵	D4：維持健康體適能		
	D5：啟發心思智慧		
	D6：增進家庭親子關係		
	D7：促進社會交友關係		
健全生活內涵	D8：關懷生活環境品質		
	提昇生活品質		D9：欣賞創造真善美
			D10：肯定自我能力
			D11：實踐自我理想

3.5 研究對象與抽樣方法

本研究主要針對E34車友五大人格特質、遊憩專門化、流暢體驗與休閒效益之間的關係進行研究，因此以E34車友作為抽樣調查之對象。經專

家學者與E34車型資深專業車友建議修正量表問項措詞，之後發放預試問卷100份，回收有效問卷96份。再根據預試結果進行項目分析，並修正問卷中部分問項之措詞以提高問卷品質，修改完成後發放正式問卷。依據文獻理論基礎，依預試所有問項中的最大變異數，利用公式 $n \geq \frac{Z_{\alpha/2}^2 \times \sigma^2}{\varepsilon^2}$ （n為樣本數，z為標準常態分配值， α 為顯著水準， ε^2 為容許誤差， σ^2 為變異數）公式算出樣本數，由前測題項中所得的最大變異數為1.18， α 設為5%， ε^2 設為0.15，則 $n \geq 228$ 。本研究利用E34車型相關聚會活動發放紙本問卷250份，在台灣E34 CLUB論壇、BMW CCT論壇與MOBIL 01汽車版發放網路問卷200份。扣除亂填、系統誤植等不良問卷回收有效紙本問卷168份、網路問卷105份合計273份，已符合上述條件下限要求的樣本數。

3.6 資料分析方法

依據本研究之研究目的與假設，研究資料處理以套裝統計軟體進行資料分析。使用的統計方法包括：敘述性統計、信度效度分析、因素分析、結構方程模式等。

一、敘述性統計（Descriptive Analysis）

本研究利用敘述統計來描述樣本的特性，並了解樣本的基本資料及各研究構面的現況。再對各變項進行初步簡單的分析，並描述樣本結構。

二、信度與效度分析 (Reliability & Validity Analysis)

信度指的是一份問卷測量結果的穩定性或可信度，而信度分析即是檢測問卷衡量的一致性與穩定性。目前社會科學研究中Cronbach's α 係數是最常見的一項檢測信度的方式，用於量測一同義或平行測驗總和的信度，Cronbach's α 係數若大於0.7表示信度相當高，介於0.35~0.7之間表示尚可，並以Nunnally (1978) 提出的可接受標準為0.70，做為衡量的標準值。

效度分析即是指測量結果的有效程度，亦即指測量過程是否測到真正想要測的事物屬性，效度愈高，表示測量結果愈能表現出其所欲測量對象的真正特徵。本研究各構面所使用之問卷內容主要是參考國內、外學者所發展之量表直接修正沿用，因此量表具有相當程度的內容效度。而量表內容、詞語表達也與指導教授反覆討論，擷取適切的題意做為量表的問項，並藉由文獻探討、專家學者的意見以確保本研究量表的內容效度。

三、因素分析 (Factor Analysis)

因素分析的主要目的是對資料找出其結構，以少數幾個因素來解釋一群相互有關係存在的變數，而又能到保有原來最多的資訊，再對找出因素的進行其命名，如此方可達到因素分析的兩大目標：資料簡化和摘

要(陳順宇, 2000)。

四、結構方程模式 (Structural Equation Modeling, SEM)

結構方程模式主要目的在考驗潛在變項與外顯變項間之關係，它結合了因素分析與徑路分析/迴歸分析，亦即SEM 統計模式包含測量模式與結構模式。其中測量模式在於建立測量指標與潛在變項間之關係，對於研究者而言，主要是透過驗證因素分析以考量測量模式的效度（即信度、效度）。至於結構模式則主要在考驗潛在變項間之因果路徑關係，主要針對潛在變項進行路徑分析，以考驗結構模式的適配性。因此，SEM可同時處理一系列互相關聯之相依關係，是一種以多個線性模式呈現分析性變數間關係之統計模式。本研究在探討人格特質、遊憩專門化、流暢體驗及休閒效益之關係，因此利用SEM 進行資料分析探究各變數間之關係。

3.7 預試結果

觀察表3.5、表3.6、表3.7、表3.8，分別為人格特質量表、遊憩專門化量表、流暢體驗量表與休閒效益量表之預試資料分析。各題的因素負荷量，以人格特質量表「外向性」子構面中第5題「我不喜歡說話」因素負荷量0.22，「嚴謹性」子構面中第14題「我做事容易分心」因素負荷量0.48，第15題「我只管完成自己份內的工作」因素負荷量0.40，「友

善性」子構面中第18題「我總相信別人的出發點是好的」因素負荷量0.40；

表 3.5 人格特質信效度檢定

構面	題號	變異數	因素負荷量	解釋變異量(%)	Cronbach's α 值
外向性	A1	0.67	0.82	55.46	0.76
	A1	0.61	0.88		
	A3	0.54	0.87		
	A4	0.57	0.70		
	A5	0.94	0.22		
神經質	A6	0.90	0.87	71.35	0.90
	A7	0.76	0.91		
	A8	0.74	0.84		
	A9	0.93	0.85		
	A10	0.98	0.78		
嚴謹性	A11	0.48	0.83	45.03	0.69
	A12	0.53	0.72		
	A13	0.55	0.83		
	A14	0.97	0.48		
	A15	0.98	0.40		
友善性	A16	0.45	0.69	47.19	0.67
	A17	0.35	0.83		
	A18	0.63	0.40		
	A19	0.91	0.69		
	A20	0.95	0.78		
開放性	A21	0.56	0.74	55.37	0.82
	A22	0.58	0.83		
	A23	0.47	0.75		
	A24	0.53	0.81		
	A25	0.54	0.70		

資料來源：本研究整理

遊憩專門化量表「認知」子構面中第7題「簡易的E34車型修理保養我做不到」因素負荷量0.18，「情感」子構面中，第14題「當我參加E34俱樂部活動時，我可以真實的做我自己」因素負荷量0.46。

表 3.6 遊憩專門化信效度檢定

構面	題號	變異數	因素負荷量	解釋變異量(%)	Cronbach's α 值
認知	B1	0.61	0.74	44.33	0.82
	B2	0.56	0.75		
	B3	0.52	0.77		
	B4	0.43	0.77		
	B5	0.48	0.60		
	B6	0.85	0.72		
	B7	1.18	0.18		
	B8	0.67	0.67		
	B9	0.54	0.67		
行為	B10	0.68	0.78	64.11	0.82
	B11	0.83	0.73		
	B12	0.60	0.85		
	B13	0.45	0.84		
情感	B14	0.72	0.46	60.03	0.92
	B15	0.65	0.77		
	B16	0.69	0.83		
	B17	0.63	0.91		
	B18	0.71	0.89		
	B19	0.90	0.72		
	B20	0.60	0.86		
	B21	0.81	0.72		
	B22	0.51	0.86		
	B23	0.33	0.62		

資料來源：本研究整理

此六題題項因素負荷量低於0.5，但因考量預試資料樣本數較小，題意設計尚可，加上刪除題項並不多，在不會影響構面的情況下，仍先保留，待正式問卷資料分析再予以確認。

表 3.7 流暢體驗信效度檢定

構面	題號	變異數	因素負荷量	解釋變異量(%)	Cronbach's α 值
自我證言	C1	0.58	0.76	80.30	0.94
	C2	0.48	0.91		
	C3	0.58	0.96		
	C4	0.55	0.94		
	C5	0.48	0.91		
技巧與挑戰	C6	0.67	0.85	74.71	0.94
	C7	0.61	0.85		
	C8	0.49	0.91		
	C9	0.54	0.94		
	C10	0.55	0.91		
	C11	0.48	0.86		
情意	C12	0.39	0.92	87.40	0.95
	C13	0.47	0.94		
	C14	0.45	0.96		
	C15	0.45	0.92		

資料來源：本研究整理

各構面的解釋變異量，人格特質量表「嚴謹性」子構面解釋變異量為45.03%，「友善性」子構面解釋變異量為47.19%，遊憩專門化量表「認知」子構面解釋變異量為44.33%，其餘構面解釋變異量皆高於50%。量表各子構面的Cronbach's α 值皆高於0.6，表示本問卷具內部一致性及穩定性。

表 3.8 休閒效益信效度檢定

構面	題號	變異數	因素負荷量	解釋變異量(%)	Cronbach's α 值
均衡生活體驗	D1	0.47	0.94	88.96	0.94
	D2	0.44	0.96		
	D3	0.48	0.95		
健全生活內涵	D4	0.46	0.87	70.55	0.89
	D5	0.61	0.88		
	D6	0.53	0.79		
	D7	0.39	0.80		
	D8	0.49	0.81		
提升生命品質	D9	0.40	0.93	88.76	0.94
	D10	0.36	0.95		
	D11	0.39	0.96		

資料來源：本研究整理

第四章 實證結果分析

本章將針對樣本進行資料分析，對所得到的結果加以說明，第一節為基本資料的敘述性統計分析，第二節為研究構面敘述性統計分析，第三節針對各構面進行因素分析與信效度檢定，第四節利用結構方程模式（SEM）來檢定模型配適指標及探討各變項的因果關係，最後進行假設驗證與討論。

4.1 基本資料敘述性分析

本研究採用問卷調查法的方法，除了人口統計變數「性別」、「年齡」、「職業」、「教育程度」、「婚姻狀況」、「個人月所得」等基本資料外，並增加「接觸E34的時間」、「平均每月花費在E34的金額」、「平均每週E34相關資訊搜索次數」、「是否參加E34相關團體」、「平均每月駕駛E34的次數」以及「對E34投入的程度」等投入行為相關問項，結果如表4.1所示，分析如下：

性別：男性有245人占89.74%，女性有28人占10.26%。

年齡：在年齡分配中，以31~40歲有137人（50.18%）占最多數，其次是21~30歲有72人（26.37%），20歲以下最少，有5人（1.83%）。

職業：以服務業占多數52人（19.05%），其次為工業45人（16.48%）以及製造業29人（10.62%），商業24人（8.79%）、公教人員24人（8.79%），

自由業23人(8.42%)，金融業19人(6.96%)，最低為家管2人(0.73%)。

教育程度：以大學(專科)為最多160人(58.61%)，其次是高中職74人(27.11%)，研究所以上30人(10.99%)，國中及國小最低分別占5人(1.83%)與4人(1.47%)。

婚姻狀況：未婚有138人占50.55%，已婚有135人占49.45%。

個人月所得：20,000元~39,999元95人占34.8%，40,000元~59,999元93人占34.07%，60,000元~79,999元43人占15.75%，80,000元以上21人占7.69%，19,999元以下21人占7.69%。

接觸E34的時間：以1~5年最多有135人(49.45%)，其次5~10年有71人(26.01%)，超過10年有35人(12.82%)，最少為1年以下32人(11.72%)。

平均每月花費在E34的金額：5,000元~10,000元最多有117人(42.86%)，其次為5,000元以下有113人(41.39%)，10,001元~15,000元有2人(8.79%)，20,000元以上有10人(3.66%)，15,001元~20,000元有9人(3.3%)最低。

平均每週E34相關資訊搜索次數：1~4次有101人(37%)，8次以上有93人(34.07%)，5~8次有54人(19.78%)，1次以下有25人(9.16%)。

是否參加E34相關團體：多數為有參加占199人(72.89%)，沒參加有

74人(27.11%)。

平均每月駕駛E34的次數：以17次以上最多占114人(41.76%)，其次為5~8人(24.91%)，最低為13~16次占18人(6.59%)。

對E34的投入程度，若「5」代表投入，「4」以下為消極投入，「6」分以上為積極投入，有75.09%的E34車友認為自己積極投入其中。

經由基本資料分析得知，車友多數是男性，大部份為青壯年且為中產階級居多。另外，由投入行為相關選項中可發現，大多數車友願花費一定金額在維修保養上，並時常瀏覽E34相關資訊，將近七成的車友有參加團體的經驗，七成以上的人認為自己對E34車型的投入程度高。

表 4.1 基本資料/投入行為分析表

基本資料		樣本數	比例 %	投入行為		樣本數	比例 %
性別	男	245	89.74	接觸 E34 時間	1 年以下	32	11.72
	女	28	10.26		1 年~5 年	135	49.45
年齡	20 歲以下	5	1.83		5 年~10 年	71	26.01
	21~30	72	26.37		超過 10 年	35	12.82
	31~40	137	50.18	花費在 E34 的金額 (月)	1~5,000	113	41.39
	41~50	50	18.32		5,001~10,000	117	42.86
	51~60	9	3.30		10,001~15,000	24	8.79
	61 以上	0	0		15,001~20,000	9	3.3
職業	學生	22	8.06		20,001 以上	10	3.66
	農林漁牧	4	1.47	E34 資訊搜索次數 (週)	1 次以下	25	9.16
	工業	45	16.48		1~4 次	101	37
	商業	24	8.79		5~8 次	54	19.78
	軍警人員	12	4.4	8 次以上	93	34.07	
	公教人員	24	8.79	參加 E34 相關團體	是	199	72.89
	服務業	52	19.05		否	74	27.11
	自由業	23	8.42	駕駛 E34 的次數(月)	4 次(含)以下	37	13.55
	金融業	19	6.96		5~8 次	68	24.91
	製造業	29	10.62		9~12 次	36	13.19
	家管	2	0.73		13~16 次	18	6.59
	其他	17	6.23		17 次以上	114	41.76
	教育程度	國小	4	1.47	對 E34 的投入程度	1	1
國中		5	1.83	2		3	1.1
高中/職		74	27.11	3		7	2.56
大學		160	58.61	4		15	5.49
研究所以上		30	10.99	5		42	15.38
婚姻狀況	已婚	135	49.45	6		38	13.92
	未婚	138	50.55	7		35	12.82
個人所得(月)	0~19,999	21	7.69	8		65	23.81
	20,000~39,999	95	34.80	9		26	9.52
	40,000~59,999	93	34.07	10		41	15.02
	60,000~79,999	43	15.75				
	80,000 以上	21	7.69				

資料來源：本研究整理

4.2 研究構面敘述性統計分析

針對「人格特質」、「遊憩專門化」、「流暢體驗」、「休閒效益」之平均數進行樣本敘述性統計分析，藉以了解全部樣本在各研究變項上反應情況。平均數可觀察變項之集中情形，而本研究以5點量表進行計分，平均數3分以下屬於負向，代表對於問項之看法為負向，平均數3分以上屬於正向，代表對於問項之看法為正向意見，若平均數等於3分則代表對於問項之看法為中立意見。

4.2.1 人格特質變數敘述性統計分析

本研究之五大人格特質，分別為「外向性」、「神經質」、「嚴謹性」、「友善性」與「開放性」共25個題項。各構面平均數、標準差與構面平均數，如表4-2所示。五個子構面中以「友善性」子構面的平均總得分（3.91）為最高，其次為「開放性」（3.78），「神經質」的平均得分（2.25）則為最低。

各構面內問項平均數最高的分別為「我很容易交到朋友」（3.6）、「我容易感到緊張」（2.54）、「我做事有計畫且忠於它」（3.62）、「我會尊敬他人」（4.12）及「我樂於聽到新的想法」（4.13）。各構面題項標準差皆小於1，表示受訪者對於問項的看法差異不大。

表 4.2 人格特質敘述性統計分析表

構面	問項	平均數	標準差	T 值	構面排序	總排序	構面平均
外向性	我是團體中的靈魂人物	3.11	0.86	1.66*	5	20	3.38
	我善於與人交際	3.47	0.81	9.29*	2	13	
	我很容易交到朋友	3.60	0.78	12.60*	1	10	
	我懂得引起他人注意	3.33	0.80	6.59*	3	17	
	我不喜歡說話	3.14 ^{註1}	0.88	2.76*	4	19	
神經質	我時常覺得憂鬱	2.33	0.84	13.17*	2	22	2.25
	我時常感到情緒低落	2.25	0.80	15.29*	4	24	
	我不喜歡我自己	1.88	0.81	22.44*	5	25	
	我時常情緒搖擺不定	2.26	0.95	12.63*	3	23	
	我容易感到緊張	2.54	0.97	8.12*	1	21	
嚴謹性	我隨時做好萬全準備	3.46	0.75	9.94*	3	14	3.52
	我做事有計畫且忠於它	3.62	0.72	13.86*	1	9	
	我能實現我的計畫	3.60	0.68	14.11*	2	10	
	我做事容易分心	3.41 ^{註1}	0.90	7.48*	4	16	
	我只管完成自己份內的工作	3.21 ^{註1}	0.96	3.85*	5	18	
友善性	我會讚美別人	3.86	0.69	19.98*	4	6	3.91
	我會尊敬他人	4.12	0.63	28.34*	1	2	
	我總相信別人的出發點是好的	3.56	0.85	10.91*	5	12	
	我不管他人的感受	3.96 ^{註1}	0.87	18.31*	3	4	
	我會用言語羞辱他人	4.07 ^{註1}	0.94	18.75*	2	3	
開放性	我相信藝術是重要的	3.90	0.76	19.09*	2	5	3.78
	我有豐富的想像力	3.76	0.77	16.20*	3	7	
	我樂於聽到新的想法	4.13	0.67	27.32*	1	1	
	我比較喜歡想改變現況的人	3.70	0.77	14.54*	4	8	
	在與他人交談時，我總會炒熱氣氛	3.42	0.83	8.23*	5	15	

註 1：為反向題轉換後得分

註 2：構面平均數乃將反向題轉換後與其它正向題平均而得

註 3：如果平均數值大於 3，則此檢定值是平均數高於 3 的單尾檢定；如果平均數值小於 3，則此檢定值是平均數低於 3 的單尾檢定。

註 4：*表示 $P < .05$

資料來源：本研究整理

4.2.2 遊憩專門變數化敘述性統計分析

遊憩專門化以「認知」、「行為」與「情感」三構面為基礎來探討，共23個題項。平均數、標準差與構面平均數，如表4-3所示。三個構面中，平均數最高者「行為」(4.02)，其次為「情感」(3.89)，最低為「認知」(3.71)。

問項平均數最高的前五名分別為「我對E34車型根本沒什麼興趣(反向題)」(4.53)、「我不願意花金錢在維持E34車型的車況上(反向題)」(4.14)及「我經常選擇E34車型作為休閒旅遊的交通工具」(4.13)、「當我知道別人有E34車型時，我可以跟他聊很多」(4.04)、「整理(或駕駛)E34汽車是我做過最能享樂的一種休閒活動」(4.03)，情感構面有三項，行為構面有兩項，可知E34車友在遊憩專門化表現上以情感和行為得分較高。

表 4.3 遊憩專門化敘述性統計分析表

構面	問項	平均數	標準差	T 值	構面排序	總排序	構面平均
認知	我認為自己在駕駛 E34 車型的技巧已很純熟	3.62	0.78	12.77*	7	19	3.71
	我時常會和車友一起切磋 E34 車型之開車技巧	3.48	0.88	8.95*	9	22	
	我能適當地掌控 E34 車型的速度變化	3.87	0.72	19.22*	2	13	
	我能清楚的判斷車道類型(路況)對 E34 車型行車活動的影響	3.91	0.69	21.12*	1	11	
	成為車隊(俱樂部)的成員對我而言是很重要的事	3.74	0.93	13.76*	5	17	
	我對 E34 車型的構造相當了解	3.58	0.89	10.40*	8	20	
	E34 車型簡單的故障排除我做得好	3.77	0.96	12.76*	4	15	
	我很清楚 E34 俱樂部的相關活動與訊息	3.68	0.97	11.92*	6	18	
	我的車體裝備要達到一定的水準，我才會上路	3.79	0.81	15.46*	3	14	
行為	我經常閱覽跟 E34 車型相關的網頁與平面資訊	3.92	0.86	16.96*	4	10	4.02
	我不願意花金錢在維持 E34 車型的車況上	4.14 ^{註1}	0.82	22.46*	1	2	
	我經常選擇 E34 車型作為休閒旅遊的交通工具	4.13	0.81	22.40*	2	3	
	如果有 E34 車型相關聚會活動我盡可能會去參與	3.92	0.93	16.41*	3	9	
情感	當我參加 E34 俱樂部活動時，我可以真實的做我自己	3.77	0.95	13.12*	8	15	3.89
	當我被生活的問題困擾時，我會想駕駛 E34 來讓我放鬆	3.94	0.87	17.65*	6	8	
	駕駛 E34 汽車可以讓我展現出自我	3.88	0.86	16.28*	7	12	
	駕駛 E34 汽車對我來說是很重要的休閒活動	3.95	0.85	18.09*	4	6	
	整理(或駕駛)E34 汽車是我做過最能享樂的一種休閒活動	4.03	0.81	20.34*	3	5	
	在我從事的休閒活動中，沒有一樣可以比的上駕駛 E34	3.50	1.00	8.72*	9	21	
	我喜歡和朋友討論有關 E34 車型的事	3.95	0.81	18.56*	4	6	
	我發覺我的休閒生活主要是圍繞在 E34 車型活動上	3.34	1.01	5.71*	10	23	
	當我知道別人有 E34 車型時，我可以跟他聊很多	4.04	0.78	21.32*	2	4	
	我對 E34 車型根本沒什麼興趣	4.53 ^{註1}	0.71	34.72*	1	1	

註 1：為反向題轉換後得分

註 2：構面平均數乃將反向題轉換後與其它正向題平均而得

註 3：如果平均數值大於 3，則此檢定值是平均數高於 3 的單尾檢定；如果平均數值小於 3，則此檢定值是平均數低於 3 的單尾檢定。

註 4：*表示 P<.05

資料來源：本研究整理

4.2.3 流暢體驗變數敘述性統計分析

在流暢體驗中分為「技巧與挑戰」、「情意」和「自我證言」三個構面，共15個題項。平均數、標準差與構面平均數，如表4-4所示。各構面中，得分最高者「情意」(4.11)，其次為「自我證言」(3.99)，最低者為「技能與挑戰」(3.88)。

問項平均數最高的前三名分別為「我會懷著快樂的心情學習E34車型駕駛技巧」(4.14)、「從事E34車型駕駛活動讓我感到快樂」(4.14)及「我覺得駕駛E34車型是一項吸引人的活動」(4.11)，平均數前三名皆落在情意構面，可知E34車友在流暢體驗以「情意」的得分較高。

4.2.4 休閒效益變數敘述性統計分析

在休閒效益中分為「均衡生活體驗」、「健全生活內涵」和「提昇生活品質」三個構面，共11個題項。平均數、標準差與構面平均數，如表4-5所示。各構面中，得分最高者「均衡生活體驗」(4.00)，其次為「提昇生活品質」(3.81)，最低者為「健全生活內涵」(3.80)。

問項平均數最高的前三名分別為「促進社會交友關係」(4.07)、「紓解生活壓力」(4.02)及「豐富生活體驗」(4.01)，由此可知，E34車友參加相關活動時，以社會交友紓解壓力及豐富生活體驗為主要休閒效益。

表 4.4 流暢體驗敘述性統計分析表

構面	問項	平均數	標準差	T 值	構面排序	總排序	構面平均
自我證言	要能駕馭且發揮 E34 車型的性能是需要知識與技能的	4.03	0.73	22.56*	2	7	3.99
	駕駛 E34 車型能帶給我自信心	3.98	0.70	23.03*	3	8	
	駕駛 E34 車型能帶給我優越感	3.95	0.76	20.52*	4	9	
	駕駛 E34 車型能帶給我滿足感	4.06	0.73	23.63*	1	6	
	藉由駕駛 E34 車型讓我獲得心理回饋感(自我價值感)	3.92	0.70	21.23*	5	12	
技能與挑戰	專注於駕駛 E34 車型時，我覺得自己需要高度技巧	3.67	0.84	13.74*	6	15	3.88
	專注於駕駛 E34 車型時，我覺得該項運動具有高度的挑戰性	3.71	0.80	14.80*	5	14	
	我可以靈活的運用所學的技巧，並從中得到樂趣	3.94	0.66	22.99*	3	11	
	當我學會新的技巧，會想做更多練習以求進步	3.89	0.70	20.80*	4	13	
	當我所學技巧無法征服挑戰時，會想做更多的練習	3.95	0.72	21.69*	2	10	
	當我所學技巧全部應用在駕駛 E34 車型時，我會感到愉悅	4.07	0.68	25.52*	1	4	
情意	從事 E34 車型駕駛活動讓我感到快樂	4.14	0.62	29.39*	2	2	4.11
	我覺得駕駛 E34 車型是一項吸引人的活動	4.11	0.69	25.98*	3	3	
	專注努力於駕駛 E34 車型，讓我感到愉悅	4.07	0.69	25.11*	4	5	
	我會懷著快樂的心情學習 E34 車型駕駛技巧	4.14	0.66	27.83*	1	1	

註 1：構面平均數乃將反向題轉換後與其它正向題平均而得

註 2：如果平均數值大於 3，則此檢定值是平均數高於 3 的單尾檢定；如果平均數值小於 3，則此檢定值是平均數低於 3 的單尾檢定。

註 3：*表示 $P < .05$

資料來源：本研究整理

表 4.5 休閒效益敘述性統計分析表

構面	問項	平均數	標準差	T 值	構面排序	總排序	構面平均
均衡生活體驗	紓解生活壓力	4.02	0.70	24.31*	1	2	4.00
	豐富生活體驗	4.01	0.69	24.31*	2	3	
	調劑精神情緒	3.98	0.71	22.85*	3	4	
健全生活內涵	維持健康體適能	3.78	0.78	17.11*	2	7	3.80
	啟發心思智慧	3.71	0.81	14.64*	4	10	
	增進家庭親子關係	3.76	0.79	15.71*	3	8	
	促進社會交友關係	4.07	0.72	24.56*	1	1	
	關懷生活環境品質	3.69	0.77	15.14*	5	11	
提昇生活品質	欣賞創造真善美	3.73	0.72	17.26*	3	9	3.81
	肯定自我能力	3.86	0.69	20.88*	1	5	
	實踐自我理想	3.84	0.71	19.38*	2	6	

註 1：為反向題轉換後得分

註 2：構面平均數乃將反向題轉換後與其它正向題平均而得

註 3：如果平均數值大於 3，則此檢定值是平均數高於 3 的單尾檢定；如果平均數值小於 3，則此檢定值是平均數低於 3 的單尾檢定。

註 4：*表示 $P < .05$

資料來源：本研究整理

4.3 研究構面的因素分析與信度檢定

本節將針對「人格特質」、「遊憩專門化」、「流暢體驗」以及「休閒效益」量表進行驗證性因素分析(Confirmatory factory analysis，簡稱 CFA)，以驗證問卷之基本建構效度。依蕭文龍(2007)建議，因素負荷量未超過 0.5 之題項，應予以刪除(Hairs, Anderson, Tatham & Black, 1998)。

各因素衡量變數的信度檢驗內部的一致性程度以 Cronbach's α 係數

值來檢定， α 係數若大於0.7 表示信度相當高，介於0.35~0.7 之間表示尚可；而Nunnally (1978) 則提出的Cronbach's α 值至少需大於0.5，即可接受。

4.3.1 人格特質量表之因素分析與信度檢定

由表4.6知人格特質量表各問項之因素負荷量、各構面解釋變異量以及Cronbach's α 值。

經分析後，「外向性」子構面中，第5題「我不喜歡說話」因素負荷量0.35，「嚴謹性」子構面中，第15題「我只管完成自己份內的工作」因素負荷量0.31，「友善性」子構面中，第18題「我總相信別人的出發點是好的」因素負荷量0.47，低於0.5，考量語意上讓答題者較難填答，予以刪題。刪題之後各問項之因素負荷量皆高於0.6。各子構面的解釋變異量分別為：「外向性」的解釋變異量70.1%，「神經質」的解釋變異量為66.09%，「嚴謹性」的解釋變異量為62.96%，「友善性」的解釋變異量為55.65%，「開放性」的解釋變異量為50%。

各子構面信度皆在0.7以上，屬高信度，表示人格特質量表具內部一致性及穩定性。

表 4.6 人格特質量表因素分析和信度檢定表

構面	題號	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量(%)	Cronbach's α 值
外向性	A1	我是團體中的靈魂人物	0.83	2.80	70.1	0.86
	A2	我善於與人交際	0.89			
	A3	我很容易交到朋友	0.87			
	A4	我懂得引起他人注意	0.76			
神經質	A6	我時常覺得憂鬱	0.85	3.30	66.09	0.87
	A7	我時常感到情緒低落	0.88			
	A8	我不喜歡我自己	0.80			
	A9	我時常情緒搖擺不定	0.83			
	A10	我容易感到緊張	0.69			
嚴謹性	A11	我隨時做好萬全準備	0.83	2.52	62.96	0.80
	A12	我做事有計畫且忠於它	0.83			
	A13	我能實現我的計畫	0.82			
	A14	我做事容易分心	0.68			
友善性	A16	我會讚美別人	0.68	2.23	55.65	0.73
	A17	我會尊敬他人	0.78			
	A19	我不管他人的感受	0.76			
	A20	我會用言語羞辱他人	0.76			
開放性	A21	我相信藝術是重要的	0.64	2.50	50.00	0.75
	A22	我有豐富的想像力	0.78			
	A23	我樂於聽到新的想法	0.78			
	A24	我比較喜歡想改變現況的人	0.67			
	A25	在與他人交談時，我總會炒熱氣氛	0.64			

資料來源：本研究整理

4.3.2 遊憩專門化量表之因素分析與信度檢定

由表4.7知遊憩專門化量表各問項之因素負荷量、各構面解釋變異量以及Cronbach's α 值。

經分析後，「認知」子構面中，第7題「簡易的E34車型修理保養我做不到」因素負荷量0.53，接近於0.5，考量汽車維修保養大部份於專業維修廠處理，則予以刪題，第5題「成為車隊(俱樂部)的成員對我而言是很重要的事」因素負荷量0.59，接近於0.6，因此予以保留。刪題之後各問項之因素負荷量皆高於0.6。各子構面的解釋變異量分別為：「認知」的解釋變異量49.35%，「行為」的解釋變異量為56.81%，「情感」的解釋變異量為62.04%。

各子構面信度皆在0.7以上，屬高信度，表示遊憩專門化量表具內部一致性及穩定性。

表 4.7 遊憩專門化量表因素分析和信度檢定表

構面	題號	問 項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量(%)	Cronbach's α 值
認知	B1	我認為自己在駕駛 E34 車型的技巧已很純熟	0.66	3.95	49.35	0.85
	B2	我時常會和車友一起切磋 E34 車型之開車技巧	0.78			
	B3	我能適當地掌控 E34 車型的速度變化	0.74			
	B4	我能清楚的判斷車道類型(路況)對 E34 車型行車活動的影響	0.76			
	B5	成為車隊(俱樂部)的成員對我而言是很重要的事	0.59			
	B6	我對 E34 車型的構造相當了解	0.73			
	B8	我很清楚 E34 俱樂部的相關活動與訊息	0.68			
	B9	我的車體裝備要達到一定的水準，我才會上路	0.65			
	行為	B10	我經常閱覽跟 E34 車型相關的網頁與平面資訊			
B11		我不願意花金錢在維持 E34 車型的車況上	0.72			
B12		我經常選擇 E34 車型作為休閒旅遊的交通工具	0.79			
B13		如果有 E34 車型相關聚會活動我盡可能會去參與	0.73			
情感	B14	當我參加 E34 俱樂部活動時，我可以真實的做我自己	0.61	6.20	62.04	0.93
	B15	當我被生活的問題困擾時，我會想駕駛 E34 來讓我放鬆	0.79			
	B16	駕駛 E34 汽車可以讓我展現出自我	0.85			
	B17	駕駛 E34 汽車對我來說是很重要的休閒活動	0.88			
	B18	整理(或駕駛)E34 汽車是我做過最能享樂的一種休閒活動	0.84			
	B19	在我從事的休閒活動中，沒有一樣可以比的上駕駛 E34	0.79			
	B20	我喜歡和朋友討論有關 E34 車型的事	0.84			
	B21	我發覺我的休閒生活主要是圍繞在 E34 車型活動上	0.75			
	B22	當我知道別人有 E34 車型時，我可以跟他聊很多	0.84			
	B23	我對 E34 車型根本沒什麼興趣	0.64			

資料來源：本研究整理

4.3.3 流暢體驗量表之因素分析與信度檢定

由表4.8知流暢體驗量表各問項之因素負荷量、各構面解釋變異量以及Cronbach's α 值。經分析後，各子構面之因素負荷量皆高於0.6。各子構面的解釋變異量分別為：「自我證言」的解釋變異量77.03%，「技能與挑戰」的解釋變異量為69.78%，「情意」的解釋變異量為85.72%。

各子構面信度皆在0.7以上，屬高信度，表示流暢體驗量表具內部一致性及穩定性。

表 4.8 流暢體驗量表因素分析和信度檢定表

構面	題號	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量(%)	Cronbach's α 值
自我證言	C1	要能駕馭且發揮 E34 車型的性能是需要知識與技能的	0.70	3.85	77.03	0.92
	C2	駕駛 E34 車型能帶給我自信心	0.92			
	C3	駕駛 E34 車型能帶給我優越感	0.94			
	C4	駕駛 E34 車型能帶給我滿足感	0.92			
	C5	藉由駕駛 E34 車型讓我獲得心理回饋感(自我價值感)	0.89			
技能與挑戰	C6	專注於駕駛 E34 車型時，我覺得自己需要高度技巧	0.75	4.19	69.78	0.91
	C7	專注於駕駛 E34 車型時，我覺得該項運動具有高度的挑戰性	0.78			
	C8	我可以靈活的運用所學的技巧，並從中得到樂趣	0.87			
	C9	當我學會新的技巧，會想做更多練習以求進步	0.90			
	C10	當我所學技巧無法征服挑戰時，會想做更多的練習	0.86			
	C11	當我所學技巧全部應用在駕駛 E34 車型時，我會感到愉悅	0.85			
情意	C12	從事 E34 車型駕駛活動讓我感到快樂	0.93	3.43	85.72	0.94
	C13	我覺得駕駛 E34 車型是一項吸引人的活動	0.92			
	C14	專注努力於駕駛 E34 車型，讓我感到愉悅	0.94			
	C15	我會懷著快樂的心情學習 E34 車型駕駛技巧	0.91			

資料來源：本研究整理

4.3.3 休閒效益量表之因素分析與信度檢定

由表4.9知休閒效益量表各問項之因素負荷量、各構面解釋變異量以及Cronbach's α 值。

經分析後，各子構面之因素負荷量皆高於0.6。各子構面的解釋變異量分別為：「均衡生活體驗」的解釋變異量88.8%，「健全生活內涵」的解釋變異量為71.52%，「提昇生活品質」的解釋變異量為86.42%。

各子構面信度皆在0.7以上，屬高信度，表示休閒效益量表具內部一致性及穩定性。

表 4.9 休閒效益量表因素分析、信度檢定表

構面	題號	問項	因素負荷量	特徵值	解釋變異量(%)	Cronbach's α 值
均衡生活體驗	D1	紓解生活壓力	0.94	2.66	88.80	0.94
	D2	豐富生活體驗	0.94			
	D3	調劑精神情緒	0.95			
健全生活內涵	D4	維持健康體適能	0.90	3.58	71.52	0.90
	D5	啟發心思智慧	0.88			
	D6	增進家庭親子關係	0.82			
	D7	促進社會交友關係	0.81			
提昇生活品質	D8	關懷生活環境品質	0.81	2.59	86.42	0.92
	D9	欣賞創造真善美	0.89			
	D10	肯定自我能力	0.95			
	D11	實踐自我理想	0.95			

資料來源：本研究整理

由上述結果可知，本研究各構面因素的內部一致性高，可信度高，顯示本研究的量測工具，確實都具有相當不錯的內部信度與效度。

4.4 結構方程模式分析

結構方程模式 (Structural Equation Modeling) 主要目的在考驗潛在變項與外顯變項間之關係，它結合了因素分析與路徑分析/迴歸分析，亦即SEM 統計模式包含測量模式與結構模式。其中測量模式即是透過驗證因素分析(Confirmatory Factor Analysis ; CFA)檢測可觀測變數與潛在變項間可定義的程度。結構模式則主要在考驗潛在變項間之因果路徑關係，主要針對潛在變項進行路徑分析，以考驗結構模式的適配性。本研究依據該架構之模式進行參數估計，分別以整體模式適配度及模式內在結構適配度進行驗證與分析，最後再驗證本研究中各項假說。本研究結構關係模式概念模型如圖4.1所示，

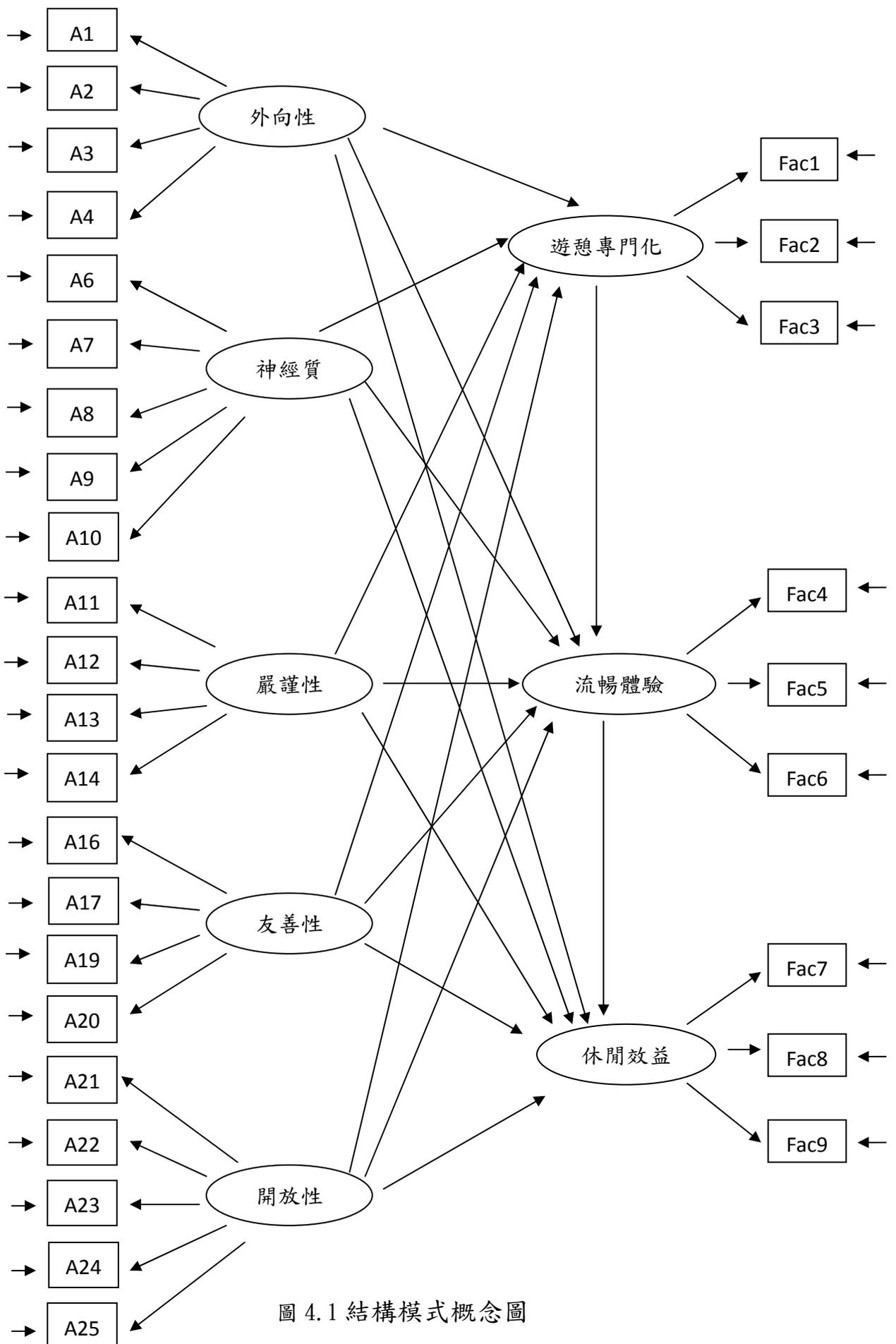


圖 4.1 結構模式概念圖

註 1：A1-A25：人格特質題項；FAC1：認知；FAC2：行為；FAC3 情感；FAC4：自我證言；FAC5：技巧與挑戰；FAC6：情意；FAC7：均衡生活體驗；FAC8：健全生活內涵；FAC9：提昇生命品質

4.4.1 檢驗模式適配度

Bagozzi 和 Yi 曾於1988年指出，模式的適配度無法僅就單一準則的測量結果來定奪，當研究者只重視整體性適配度的測試結果，可能會有不該存在而存在的無意義結果。因此，本研究依Hair (1998) 等建議，將整體模式適配度區分成絕對適配度 (Measures of Absolute Fit)、增值適配度 (Incremental Fit Measures) 及簡效適配度 (Parsimonious Fit Measures) 三方面來評鑑。各項衡量標準分述如下：

一、絕對適配度

絕對適配度檢驗是用於評量理論的整體模式可以預測觀察的共變數矩陣或相關矩陣的程度 (黃芳銘, 2007)。常用以評鑑整體適配的絕對適配指標有：

GFI：表示假設模型可以解釋觀察資料的變異數與共變數的比例，值越接近1，表示模型契合度越高。Hu 和 Bentler (1999) 認為GFI值大於0.90才視為理想的適配度。

AGFI：目的在於利用自由度和變項個數之比率來調整GFI, Hu 和 Bentler (1999) 建議AGFI值應大於0.90才可視為理想的適配度。

二、增值適配度

增值適配度的目的在於用一個比較嚴格或是套層的底線模式

(baseline model) 來和理論模式相比較，測量其適配改進比率的程度(黃芳銘，2007)。常用以評鑑整體適配的增值適配指標有：

NFI：Bentler 和 Bonett (1980) 認為NFI若大於0.9以上則表示模式的適配度極佳。

CFI：Bentler 和 Bonett並於1990年將NFI修改再提出CFI，值愈大表示模式適配愈好，通常需大於0.9。

三、簡效適配度

評鑑整體適配的簡效適配指標有：

PNFI：是NFI的修正，定義為每一個自由度所能達成的較高配適程度，值愈高愈好，一些學者建議若不做模式比較時，可採PNFI值 >0.5 為模式通過與否的標準(黃芳銘，2007)。

PGFI：考慮模型中估計參數的多寡，可以用來反應假設模型的簡約程度 Mulaik等人(1989)指出，良好的模型PGFI指數大約在0.5以上。

χ^2 / df ：當卡方自由度比 (χ^2 / df) 愈小，表示模型配適度越高。大部分的學者建議卡方自由度比值應小於3比較理想。

從表4.10中得知測量模式所有的適配度評鑑指標大都在理想數值的範圍內，人格特質、遊憩專門化、流暢體驗與休閒效益等四個構面之卡方值與自由度比分別為1.231、1.168、1.794與1.762，皆小於3，此四個

構面之絕對適配指標皆符合良好配適度的標準。

「人格特質」、「流暢體驗」與「休閒效益」三個構面之增值適配指標及簡效適配指標亦符合標準，僅「遊憩專門化」構面的PNFI值為0.469，PGFI值為0.464，雖未達標準，但也接近標準值，一般而言模式的評鑑是以綜合考量其它指標作為判斷依據(黃芳銘，2007)。因此，本研究模式的測量模型外在品質佳，符合要求。

表 4.10 測量模式適配度檢核表

統計檢定量		標準值	人格特質	遊憩專門化	流暢體驗	休閒效益
絕對 適配 指標	χ^2	越小越好	193.352	130.833	111.282	54.633
	χ^2/df	小於 3	1.231	1.168	1.794	1.762
	GFI	大於 0.9	0.939	0.958	0.951	0.965
	AGFI	大於 0.9	0.902	0.905	0.906	0.925
	RMR	小於 0.08	0.054	0.032	0.031	0.019
	RMSEA	小於 0.08	0.029	0.025	0.054	0.053
增值 適配 指標	NFI	大於 0.9	0.936	0.968	0.974	0.981
	CFI	大於 0.9	0.987	0.995	0.988	0.992
簡效 適配 指標	PNFI	大於 0.5	0.636	0.469	0.575	0.553
	PGFI	大於 0.5	0.636	0.464	0.562	0.544
	CN	大於 200	265	277	200	225

資料來源：本研究整理

4.4.2 整體模式適配度

整體模式適配度主要在於了解觀察資料與所要考驗之理論論模式間的契合情形，也可以說是一種模式的外在品質檢定（黃芳銘，2007）。本研究透過修正模式的分析後，整理所得最佳的整體模式配適度檢驗結果，如表4-11所示。從表4-11中得知，本模式的配適度評鑑指標在理想數值的範圍內，整體而言，顯示本研究的理論模型整體適配度良好，研究模式可以被接受。

表 4.11 整體模式適配度檢核表

統計檢定量		標準值	本研究模式數值	結果
絕對 適配 指標	χ^2	越小越好	1176.94	
	χ^2/df	小於 3	2.89	符合
	GFI	大於 0.9	0.958	符合
	AGFI	大於 0.9	0.946	符合
	RMR	小於 0.08	0.09	接近
	RMSEA	小於 0.08	0.08	符合
增值 適配 指標	NFI	大於 0.9	0.77	接近
	CFI	大於 0.9	0.83	接近
簡效 適配 指標	PNFI	大於 0.5	0.67	符合
	PGFI	大於 0.5	0.84	符合

4.4.3 模式內在結構

依據Hair, Anderson, Tatham 和 Black (1998) 建議觀察變項對其潛在變項的標準化因素負荷量需在0.5以上。CR為各構面之組合信度 (Composite Reliability) 是所有測量變項信度之組成，必須大於0.6 (Bagozzi & Yi, 1988)。AVE為平均變異萃取量 (Average Variance Extracted) 主要在計算潛在變項之各測量變數對該潛在變項的平均變異解釋力，AVE愈高，表示潛在變項有愈高的信度與收斂效度，依據Fornell 和 Larcker (1981) 與 Raines-Eudy (2000) 的建議，若此一指標大於0.5，即表示此一測量具有一致性。

表4.12表4.13表4.14表4.15分別為人格特質、遊憩專門化、流暢體驗與休閒效益四份量表之驗證性因素分析表。由此四個表格中可知，所有的t值都高於1.96，顯示所有指標都達顯著水準。標準化因素負荷量介於0.45~0.94間，雖然「友善性」子構面第A19題（因素負荷量0.45，t值7.42）、第A20題（因素負荷量0.45，t值7.29），「開放性」子構面第A24題（因素負荷量0.47，t值6.32）、第A25題（因素負荷量0.47，t值7.42），「行為」子構面第B11題（因素負荷量0.48，t值9.32），此五題的因素負荷量雖低於0.5，但其t值仍大於2，在可接受的標準內，由上可證，所有的觀察變項皆能反映其所建構的潛在變項。

本研究之組成信度皆大於0.7，顯示潛在變項間具有高度的一致性。各子構面的平均變異萃取量達0.5建議值以上，除「友善性」（AVE值0.39，CR值0.70）、「開放性」（AVE值0.41，CR值0.77）、「認知」（AVE值0.44，CR值0.86）以及「行為」（AVE值0.41，CR值0.73）AVE值雖未達0.5，但仍接近0.5，且其組成信度皆高於0.7，根據Fornell和Larcker（1981）所提之論點「即使超過50%以上的變異是來自測量誤差，單獨以組成信度為基礎，研究者可以做出構念的聚合效度是適當的。」依此觀點量表仍具有建構效度。

根據上述所估計的參數都達顯著水準，即模式的內在品質佳，具有收斂效度。

表 4.12 人格特質驗證性因素分析表

潛在變項	題號	標準化因素負荷量 (SFL)	t 值	誤差變異數 (EV)	組成信度 (CR)	平均變異萃取量 (AVE)
外向性	A1	0.71*	13.30	0.49	0.87	0.63
	A2	0.94*	19.14	0.12		
	A3	0.81*	15.65	0.35		
	A4	0.69*	11.90	0.51		
神經質	A6	0.62*	10.65	0.61	0.83	0.50
	A7	0.68*	11.94	0.54		
	A8	0.60*	10.45	0.62		
	A9	0.87*	16.52	0.24		
	A10	0.74*	13.31	0.46		
嚴謹性	A11	0.75*	13.78	0.43	0.81	0.52
	A12	0.77*	14.15	0.42		
	A13	0.73*	13.20	0.46		
	A14	0.61*	10.56	0.62		
友善性	A16	0.58*	9.89	0.66	0.70	0.39
	A17	0.90*	15.30	0.19		
	A19	0.45*	7.42	0.77		
	A20	0.45*	7.29	0.77		
開放性	A21	0.80*	8.95	0.35	0.77	0.41
	A22	0.64*	9.94	0.59		
	A23	0.74*	11.22	0.45		
	A24	0.47*	6.32	0.78		
	A25	0.47*	7.42	0.73		

註：*表示在 $\alpha=0.05$ 之顯著水準下，通過檢定

資料來源：本研究整理

表 4.13 遊憩專門化驗證性因素分析表

潛在變項	題號	標準化因素負荷量 (SFL)	t 值	誤差變異數 (EV)	組成信度 (CR)	平均變異萃取量 (AVE)
認知	B1	0.58*	12.31	0.66	0.86	0.44
	B2	0.68*	19.04	0.53		
	B3	0.60*	12.66	0.64		
	B4	0.76*	19.73	0.42		
	B5	0.67*	15.21	0.55		
	B6	0.64*	16.35	0.60		
	B8	0.73*	17.95	0.49		
	B9	0.63*	13.91	0.60		
行為	B10	0.70*	18.47	0.51	0.73	0.41
	B11	0.48*	9.32	0.75		
	B12	0.71*	18.65	0.48		
	B13	0.65*	16.04	0.58		
情感	B14	0.54*	12.38	0.68	0.93	0.59
	B15	0.79*	24.94	0.38		
	B16	0.78*	26.81	0.39		
	B17	0.84*	36.12	0.30		
	B18	0.82*	36.76	0.34		
	B19	0.82*	29.84	0.35		
	B20	0.82*	35.18	0.34		
	B21	0.72*	21.48	0.49		
	B22	0.84*	34.62	0.31		
	B23	0.64*	15.98	0.60		

註：*表示在 $\alpha=0.05$ 之顯著水準下，通過檢定

資料來源：本研究整理

表 4.14 流暢體驗驗證性因素分析表

潛在變項	題號	標準化因素負荷量 (SFL)	t 值	誤差變異數 (EV)	組成信度 (CR)	平均變異萃取量 (AVE)
自我證言	C1	0.87*	16.26	0.24	0.95	0.80
	C2	0.87*	31.35	0.24		
	C3	0.94*	38.60	0.11		
	C4	0.91*	34.13	0.17		
	C5	0.88*	28.50	0.23		
技能與挑戰	C6	0.61*	13.83	0.62	0.90	0.61
	C7	0.69*	16.86	0.52		
	C8	0.84*	25.25	0.28		
	C9	0.81*	26.10	0.34		
	C10	0.82*	25.36	0.33		
	C11	0.88*	25.65	0.23		
情意	C12	0.92*	37.02	0.14	0.95	0.82
	C13	0.89*	34.41	0.21		
	C14	0.94*	40.28	0.12		
	C15	0.87*	31.70	0.25		

註：*表示在 $\alpha=0.05$ 之顯著水準下，通過檢定

資料來源：本研究整理

表 4.15 休閒效益驗證性因素分析表

潛在變項	題號	標準化因素負荷量 (SFL)	t 值	誤差變異數 (EV)	組成信度 (CR)	平均變異萃取量 (AVE)
均衡生活體驗	D1	0.91*	38.87	0.17	0.94	0.83
	D2	0.90*	36.89	0.19		
	D3	0.92*	40.74	0.15		
健全生活內涵	D4	0.87*	29.09	0.25	0.89	0.61
	D5	0.81*	25.22	0.35		
	D6	0.70*	17.63	0.51		
	D7	0.76*	20.08	0.43		
	D8	0.78*	20.01	0.40		
提昇生活品質	D9	0.88*	27.78	0.23	0.90	0.74
	D10	0.86*	35.41	0.26		
	D11	0.84*	32.74	0.29		

註：*表示在 $\alpha=0.05$ 之顯著水準下，通過檢定

資料來源：本研究整理

4.4.4 整體模式參數估計

本研究整體模式之參數估計值，詳如表4.16所示，各個子構面之t值大於1.96達到顯著水準，標準化因素負荷量高於0.5標準值，唯有「友善性」第A16題之標準化因素負荷量0.46，但其t值7.89仍大於2，在可接受的標準內，表示各子構面具有解釋能力。

表 4.16 整體模式參數分析表

構面		標準化 因素 負荷量	t 值	標準誤	誤差變 異數	CR	AVE	
人格特質	外向性	A1	0.75*	23.78	0.03	0.33	0.86	0.61
		A2	0.89*	42.65	0.02	0.13		
		A3	0.84*	33.90	0.02	0.18		
		A4	0.62*	14.94	0.04	0.40		
	神經質	A6	0.87*	43.92	0.02	0.16	0.87	0.59
		A7	0.91*	53.77	0.02	0.10		
		A8	0.72*	22.17	0.03	0.31		
		A9	0.70*	20.47	0.03	0.45		
		A10	0.57*	12.74	0.04	0.63		
	嚴謹性	A11	0.77*	22.03	0.04	0.22	0.81	0.51
		A12	0.76*	21.44	0.04	0.21		
		A13	0.76*	21.09	0.04	0.20		
		A14	0.55*	11.01	0.05	0.55		
	友善性	A16	0.46*	7.89	0.06	0.37	0.72	0.40
		A17	0.61*	12.30	0.05	0.24		
		A19	0.66*	14.06	0.05	0.40		
		A20	0.75*	17.25	0.04	0.37		
	開放性	A21	0.55*	10.44	0.05	0.40	0.74	0.37
		A22	0.71*	16.65	0.04	0.28		
		A23	0.68*	15.12	0.04	0.23		
		A24	0.52*	9.55	0.05	0.43		
		A25	0.56*	10.90	0.05	0.45		
	遊憩 專門化	認知系統	0.71*	19.60	0.05	0.50	0.85	0.65
		行為系統	0.80*	27.50	0.05	0.35		
		情感系統	0.90*	37.19	0.04	0.20		
流暢 體驗	自我證言	0.86*	41.12	0.04	0.27	0.90	0.76	
	技能與挑戰	0.86*	42.65	0.03	0.26			
	情意	0.89*	49.34	0.03	0.21			
休閒 效益	均衡生活體驗	0.86*	41.71	0.04	0.25	0.90	0.75	
	健全生活內涵	0.88*	45.61	0.03	0.22			
	提昇生活品質	0.85*	39.36	0.04	0.27			

註：*表示在 $\alpha=0.05$ 之顯著水準下，通過檢定

資料來源：本研究整理

4.4.5 區別效度

區別效度是指兩個構面經相關分析後，其相關程度很低，表示此兩構面具有區別效度。依據表4.17 可發現，各構面之AVE 的平方根介於0.61~0.87之間，大於各構面間的相關係數，本研究在區別效度檢定之判斷準則依據 Hairs, Anderson, Tatham, 和 Black等(1998)建議「每一個構面的AVE 平方根大於各構面的相關係數之個數，至少須佔整體的比較個數75%以上。」分析結果顯示各構面皆符合判斷準則，顯示此四份量表具有區別效度。

表 4.17 區別效度檢定表

構面	項目數	相關係數							
		外向性	神經質	嚴謹性	友善性	開放性	遊憩 專門化	流暢 體驗	休閒 效益
外向性	4	0.78							
神經質	5	-0.24	0.77						
嚴謹性	4	0.36	-0.45	0.72					
友善性	4	0.3	-0.5	0.45	0.63				
開放性	5	0.5	-0.19	0.41	0.34	0.61			
遊憩專門化	22	0.3	-0.17	0.33	0.28	0.25	0.81		
流暢體驗	15	0.29	-0.17	0.21	0.2	0.24	0.53	0.87	
休閒效益	11	0.23	-0.17	0.2	0.2	0.18	0.49	0.67	0.87

經過上述的模式檢驗過程：各題項的適配度的驗證、驗證性因素分析與區別效度後，整體而言，概念性模式的內、外在品質佳，適合進行下一步驟的結構模型分析，以驗證各潛在變數間的因果關係。

4.4.6 研究假設檢定與效果分析

經由實證分析與檢定結果，本研究所建構之路徑關係模式圖，如圖

4.2 所示，本研究依據實證分析結果，進行研究假設檢定與效果推論，

其路徑關係整理如表4-18 所示：

表 4.18 整體模式路徑分析表

路徑	路徑係數	t 值	驗證結果
外向性→ 遊憩專門化	0.16	1.94	不顯著
神經質→ 遊憩專門化	-0.01	-0.1	不顯著
嚴謹性→ 遊憩專門化	0.19	2.20*	顯著
友善性→ 遊憩專門化	0.17	1.80	不顯著
開放性→ 遊憩專門化	0.06	0.58	不顯著
外向性→ 流暢體驗	0.07	0.91	不顯著
神經質→ 流暢體驗	-0.06	-0.86	不顯著
嚴謹性→ 流暢體驗	-0.07	-0.97	不顯著
友善性→ 流暢體驗	-0.07	-0.08	不顯著
開放性→ 流暢體驗	-0.01	1.47	不顯著
外向性→ 休閒效益	0.01	0.21	不顯著
神經質→ 休閒效益	-0.01	-0.17	不顯著
嚴謹性→ 休閒效益	0.04	0.52	不顯著
友善性→ 休閒效益	0.06	0.84	不顯著
開放性→ 休閒效益	-0.03	-0.38	不顯著
遊憩專門化→ 流暢體驗	0.60	11.23*	顯著
流暢體驗→ 休閒效益	0.71	17.13*	顯著

註：*表示在 $\alpha=0.05$ 之顯著水準下，通過檢定

資料來源：本研究整理

依據資料分析所獲得的結果，將其繪成路徑圖，如圖4-2 所示，顯

著水準在 $\alpha=0.05$ 標準下，顯著路徑以實線表示，不顯著的路徑以虛線

表示。首先，由表4-17可知，五大類人格特質對遊憩專門化的影響中，嚴謹性路徑係數為0.19， $t=2.2$ ($P<0.05$)，達顯著水準，方向為正向，顯示此類特質對遊憩專門化有正向顯著影響，其餘特質影響不顯著，所以，假設一：不同人格特質的 E34車友遊憩專門化有不同影響，成立。

嚴謹性人格特質具有專心、集中追求目標、謹慎、自律與盡責的特徵，此類人格特質追求完美並自我要求高。而遊憩專門化過程是從一般低涉入程度轉換為高涉入程度之連續性行為，且會反應在設備、技術與參與模式上。由此可知，在參與 E34 車友相關活動過程中，嚴謹性人格特質者，相較其他特質者，對於追求完美的渴望，因而高度投入該活動，且專心一致達成自我設定的目標。

分析五大類人格特質對E34車友流暢體驗的影響，由統計數據分析開放性特質路徑係數為-0.01， $t=1.47$ 分數最高，但未達顯著水準。所以，假設二：不同人格特質的 E34車友流暢體驗有不同影響，不成立。

不同的人格特質並不會直接影響 E34 車友的流暢體驗，而是活動參與者對於該活動的涉入程度與感受間接影響流暢體驗。在遊憩專門化過程中，隨著經驗的增加及對活動的承諾，會發展出特殊的參與模式，並從中獲得樂趣，漸漸的專精此項活動；遊憩者自成一個休閒社交圈，成員們持有相似的態度、想法、意識型態、及遊憩行為，並擁有團體身分

的認同感(Bryan,1977)。不同人格特質的 E34 車友，透過參與相關團體，如：E34 CLUB、BMWCCCT 會員及相關網路平台，可能有更高的滿足感或回饋感，進而可能影響流暢體驗的感受。

分析五大類人格特質對E34車友休閒效益的影響，由統計數據分析友善性路徑係數為0.06， $t=0.84$ 分數最高，但未達顯著水準。所以，
假設三：不同人格特質的 E34車友休閒效益有不同影響，不成立。

不同的人格特質對於休閒效益的感受並無直接影響，但經由遊憩專門化的過程與流暢體驗的感受，對於休閒效益即有間接效果。因此，E34車友的休閒效益，主要仍受相關活動的涉入程度與流暢體驗的產生而影響，從參與 E34 相關團體或透過網路資訊與組織成員的交流，藉由經驗分享與資訊交流，提升對 E34 車型的相關知識、技巧與裝備，挑戰更高層級的流暢體驗，才能滿足個人需求、增進社會交友、改善身心狀態。

分析遊憩專門化對流暢體驗的路徑係數為0.60， $t=11.23$ ($P<0.05$)，達顯著水準，方向為正向，由此可知，

假設四：E34車友的的遊憩專門化程度對流暢體驗有顯著影響，成立。

E34 車友在參與相關活動過程中，透過遊憩專門化過程，進而提升個人技巧層級，往更高階的目標挑戰，個體可感受更高層次的流暢體驗。因此，對於 E34 的車友而言，在遊憩專門化的過程中，發展出休閒次文

化團體，經由聚會交流與經驗分享，獲得知識、技巧與設備的自我強化，對個人流暢體驗的感受有增強效果，進而促使 E34 車友感受更高層級的流暢體驗。

分析 E34 車友的流暢體驗對休閒效益的路徑係數為 0.71， $t=17.13$

($P<0.05$)，達顯著水準，方向為正向，由此可知，

假設五：E34 車友的流暢體驗對休閒效益有顯著影響，成立。

由研究分析結果顯示，流暢體驗對休閒效益有顯著影響，研究結果驗證 Csikszentmihalyi(1990)與 Tinsley 和 Tinsley (1986)的論點：流暢體驗是指在活動當中，能夠明確感受到外在的環境要求以及內在的個人能力，兩者之間達到平衡，而產生的一種相當和諧且愉快的正面心理狀態；流暢的體驗是休閒效益之重要成份，只有達成流暢體驗時才稱的上是在休閒狀態(leisure state)。

表 4.18 整體模型影響效果表

潛在自變項	潛在依變項	直接效果	間接效果	總效果
嚴謹性人格特質	遊憩專門化	0.19*	--	0.19
嚴謹性人格特質	流暢體驗	0	0.11*	0.11
嚴謹性人格特質	休閒效益	0	0.08*	0.08
遊憩專門化	流暢體驗	0.60*	--	0.60
遊憩專門化	休閒效益	--	0.43*	0.43
流暢體驗	休閒效益	0.71*	--	0.71

註：*表示在 $\alpha=0.05$ 之顯著水準下，通過檢定

資料來源：本研究整理

各潛在變項影響路徑效果詳如表 4.18 所示；嚴謹性人格特質對遊憩專門化總效果為0.19 且達顯著水準，由此可確認不同人格特質對遊憩專門化具有直接的影響；嚴謹性人格特質對流暢體驗無直接效果，但經過遊憩專門化的間接影響，總效果為0.11；嚴謹性人格特質對休閒效益無直接效果，但經過遊憩專門化與流暢體驗的間接影響，總效果為0.08；遊憩專門化對流暢體驗總效果為0.60且達顯著水準，由此可確認遊憩專門化對流暢體驗有顯著影響；遊憩專門化對休閒效益無直接的影響，但經過流暢體驗的間接影響，總效果為0.43；流暢體驗對休閒效益總效果為0.71且達顯著水準，由此可知流暢體驗對休閒效益有顯著影響。

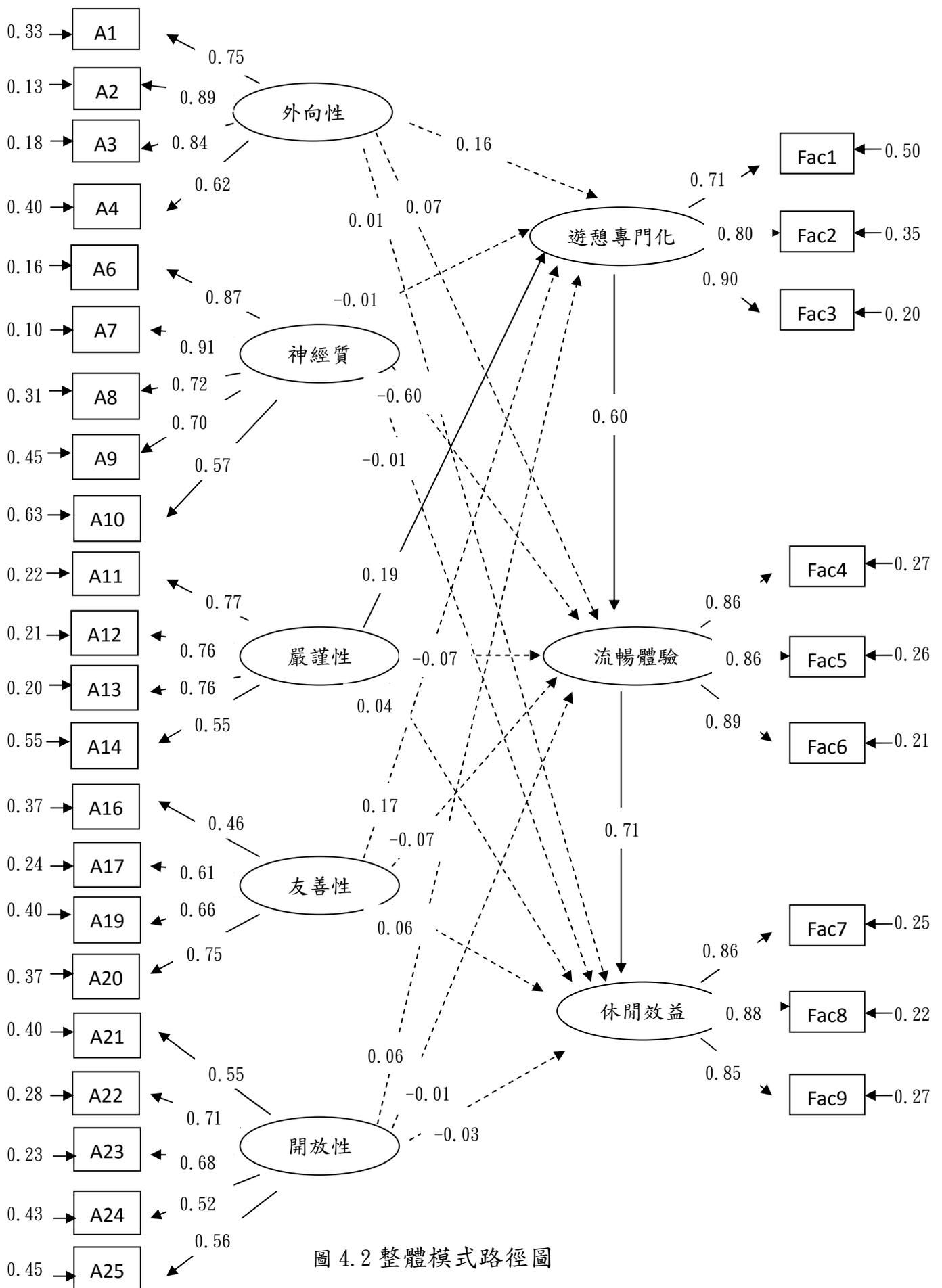


圖 4.2 整體模式路徑圖

註：A1-A25：人格特質題項；FAC1：認知；FAC2：行為；FAC3：情感；FAC4：自我證言；FAC5：技巧與挑戰；FAC6：情意；FAC7：均衡生活體驗；FAC8：健全生活內涵；FAC9：提昇生命品質

第五章 結論與建議

本研究旨在探討 E34 車友的人格特質、遊憩專門化、流暢體驗與休閒效益之間的關係，本章依據實證結果分析提出結論與建議。

5.1 結論

一、人格特質與遊憩專門化

本研究嘗試將五大人格特質應用在 E34 車友遊憩專門化的分析中，研究分析結果顯示，嚴謹性人格特質對遊憩專門化有顯著影響，其他四項特質則沒有顯著影響。嚴謹性人格特質具有自律、自我要求高與追求卓越等特性，因此對於 E34 車友相關活動的投入程度比其他四項特質高。

二、人格特質與流暢體驗

本研究將五大人格特質應用在 E34 車友流暢體驗的分析中，研究分析結果顯示，五大人格特質對流暢體驗無直接顯著的影響，但透過遊憩專門化的中介效果，對流暢體驗產生間接影響。

三、人格特質與休閒效益

本研究將五大人格特質應用在 E34 車友休閒效益的分析中，研究分析結果顯示，五大人格特質對休閒效益無直接顯著的影響。但透過遊憩專門化與流暢體驗會產生間接影響。由此可知，不同的人格特質對於休

閒效益的感受並無直接影響，但經由遊憩專門化的過程與流暢體驗的感受，對於休閒效益即有間接效果。因此，E34 車友的休閒效益，主要仍受相關活動的涉入程度與流暢體驗的產生而影響，從參與 E34 相關團體或透過網路資訊，藉由經驗分享與資訊交流提升知識、技巧與裝備，挑戰更高層級的流暢體驗，以滿足個人需求、增進社會交友、改善身心狀態。

四、遊憩專門化與流暢體驗

由研究分析結果顯示，遊憩專門化程度對流暢體驗有顯著影響，研究結果驗證 Bryan(1977)與 Csikszentmihalyi(1990)的論點：遊憩專門化是從低涉入轉換到高涉入之連續性行為，乃經由學習而產生的；流暢體驗會讓參與者更肯定自我，並促使個人更努力學習新技巧，持續參與以追求流暢的感受。Csikszentmihalyi(1990)認為流暢是外在挑戰與個人技巧達到平衡，而產生和諧與愉悅的狀態。

五、流暢體驗與休閒效益

由研究分析結果顯示，流暢體驗對休閒效益有顯著影響，結果符合 Tinsley 和 Tinsley (1986)的觀點：流暢的體驗是休閒效益之重要成份，只有達成流暢體驗時才稱的上是在休閒狀態。因此，E34 車友在參與相關活動過程中，感受到愉悅的體驗與滿足感，持續探索更高層級的流暢體

驗，進而肯定自我、滿足個人需求，豐富生活體驗，增進個人休閒效益。

六、研究意涵

從研究結果發現，僅嚴謹性人格特質對 E34 車友遊憩專門化有顯著影響，其他四項人格特質並無顯著影響，且人格特質對流暢體驗與休閒效益並無直接影響關係，但透過遊憩專門化的中介效果可產生間接影響。國內學者鄭玉珠(2007)針對國小教師人格特質與休閒偏好之研究中發現，神經質人格特質偏好看官娛樂類型的休閒活動；友善性人格特質偏好文化知性與官娛樂類型休閒活動；根據 Kirkcaldy(1991)研究德國成人休閒娛樂的選擇中發現神經質人格特質者不容易有愉快的休閒經驗；而 E34 車型的相關活動屬於戶外活動類型，由此推論，神經質特質的個體，在參與 E34 相關活動時比較不容易有愉快經驗，但只要選擇符合其人格特質所偏好與需求的休閒活動(例如：看電視、影集、閱讀報章雜誌)，也可能感受到良好的休閒效益。

鄭玉珠(2007)的研究發現開放性與外向性人格特質對所有休閒活動類型皆不排斥。推論這兩類人格特質的個體，喜好嘗試各式各樣的休閒活動，參與活動時的僅是喜歡嘗鮮的心態，所以對於 E34 車友相關活動投入程度可能不高，因此不容易將參與的車友活動提升成專門化的狀態，然而 Csikszentmihalyi 和 Kleiber(1991)認為休閒扮演著自我實現的角

色，當這兩類人格特質的個體，將參與 E34 的相關活動，當成休閒時主要的目標，為了肯定自我與自我實現，可能增加對 E34 車型相關活動的投入程度，漸漸地影響其專門化程度，進而增加流暢體驗感受，促進個人休閒效益。

5.2 建議

一、重視多樣化的休閒活動體驗模式

近年來隨著國際化與網際網路蓬勃發展，多樣性的休閒型態已逐漸受到青睞，被動式的休閒活動已無法滿足人們的需求，主動式的休閒體驗活動漸漸受到國人重視。E34 車友相關活動亦證實能產生良好的休閒效益，而車友之間主要休閒型態是以聚會交流、駕車兜風與提升車體裝備為主，也成為閒暇時的休閒活動之一。加上 E34 的引擎性能與安全配備也是吸引車主的重要因素，因此提供一個合法與安全的競速賽道，是許多車迷引頸期盼的，增加不同的體驗活動將吸引更多車友的投入。其次嘗試舉辦主要國際賽事(如：F1,WRC)，提升國家知名度，增加運動觀光人口，以吸引更多車迷參與，促進國人休閒效益。

二、研發差異化車體改裝部品

目前 E34 車體裝備主要改裝部品，仍以國外廠商為主(如：Alpina, Racing Dynamics, AC Schnitzer, HARTGE)，這些改裝部品通常須從國外自

辦進口，在遊憩專門化的過程中，許多車友對 E34 投入的時間增加與對車子的感情加深後，會願意花費相當大的代價購買相關改裝部品，以提升車體裝備的完整度，並體驗更高層次的駕駛樂趣。因此，國內廠商可嘗試開發差異化商品，吸引車友目光，滿足車迷需求，對於公司業績成長，增加經營績效，將有所助益。

三、增強車友參與活動的內在動機

E34車友相關活動除了時間、經濟、技巧與興趣之外，家人的支持也是重要因素。人類從一出生就離不開家庭，因此家庭成員給的觀念就直接影響日後個體人格、興趣的發展。經營者規劃能讓夫妻、親子共同參與的休閒活動，或提供相關共同學習課程，改善家庭成員對休閒活動的認知，可強化家庭成員參與活動的內在動機，無形中促進家庭成員和樂、愉悅的感受，也增加家庭成員互動及提高親子凝聚力，相對也為社會帶來和諧，促進企業對社會的責任。

和諧安康的社會是我們共同追求的目標，而參與正當的休閒活動是促進社會進步的重要途徑之一。期望政府單位或相關產業能針對國人的需求，提供多樣化休閒活動以提升國人生命品質、豐富生命內涵。

5.3 後續研究建議

本研究受限於研究者的時間、人力、財力等因素，無法作完善且周延的深入研究，僅以下列建議提供給後續研究者進行類似或相關研究的參考：休閒活動種類眾多，本研究僅以 E34 車友為樣本，亦印證相關研究的理論，然而，要獲得更完整的訊息則有賴更多的因素，才能進一步加以確認。因此，後續的研究可考慮依不同的休閒活動類型切入，針對不同人格特質在參與休閒活動時的影響因素作探究，以獲得更深層的訊息，並建構更明確的行為模式理論，對相關理論作出更完整的貢獻。

參考文獻

中文部分

1. 于志睿、林晏州(2010)，遛狗活動之休閒效益，戶外遊憩研究23(4)：25-49。
2. 交通部觀光局(2011)。中華民國 99 年國人旅遊狀況調查報告，線上檢索日期：2011 年 9 月 28 日。網址：
http://library.tboc.gov.tw/libecq/mdl_bibliography/detail.aspx?no=A20012159。
3. 李序僧 (1972)。人格心理學。台北：台灣書店。
4. 李素馨 (1994)，典型相關分析-專業程度、遊憩動機和基地屬性認知關係之探討。戶外遊憩研究，7(3)，39-62。
5. 李詩鎮、陳惠美(2003)，探索活動團體氣氛與休閒效益關係研究，戶外遊憩研究，16(4) 19-39。
6. 林佑瑾、李英弘及葉源溢(2003)，認真性休閒與休閒阻礙關係之研究：以高爾夫運動者為例，戶外遊憩研究，17(3)，51-79。
7. 林淑芬、吳淑女(2006)，女性保健志工人格特質、組織承諾與神馳經驗關係之探討—以彰化縣市為例。人文暨社會科學期刊，2(1)：79-88。
8. 林連聰等(1996)，生活科學概論(休閒與生活篇)，國立空中大學出版。
9. 林聰哲、李世昌(2008)，南投縣老年人休閒參與、休閒利益與休閒滿意度之研究，運動休閒管理學報，5(1)，35-56。
10. 胡夢蕾、李怡君(2004)，人格特質、學習型態與學習表現關係之研究—以台灣餐旅教育學生為例，觀光研究學報，10(3)，1-22。
11. 高俊雄(1995)，休閒利益三因素模式，戶外遊憩研究，8(1)，15-28。
12. 高俊雄(1999)，運動員休閒參與、休閒利益與自覺訓練效果之比較研究，戶外遊憩研究，12(3)，43-61。
13. 高俊雄、溫景財(1998)，臺灣職業棒球選手休閒參與與自覺訓練效果之研究，戶外遊憩研究，11(4)，43-57。
14. 張少熙 (2003)。台灣地區中學教師參與休閒運動行為模式之研究。國立臺灣師範大學體育學系博士論文。
15. 張春興(1991)。現代心理學。台北：東華書局。
16. 張為揚(2011 年 10 月 27 日)，BMW 5 Series 徹底研究，線上檢索日期：2011 年 12 月 20 日。網址：<http://mook.u-car.com.tw/theme13.html>。
17. 張勝凱(2010)，探討自行車騎乘者人格特質、休閒動機、意象與休閒效益間影響關係之研究：以高雄市愛河連接蓮池潭自行車道為例，南華大學旅遊事業管理學系所未出版碩士論文。

18. 張進輔、馮維主編(2002)。心理學。台北：新文京。
19. 梁英文、曹勝雄(2007)，認真性休閒與場所依戀之關係：遊憩專門化扮演的角色，戶外遊憩研究 20(3)，1-24。
20. 郭進財、高俊雄，(2008)，大專校院優秀運動員休閒參與、自由時間管理、休閒效益與訓練效果之研究，國立臺灣體育大學論叢，19(2)，51-72。
21. 陳中雲(2001)。國小教師休閒參與、休閒效益與工作滿意之關係研究。國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所未出版碩士論文。
22. 陳春安(2011)。路跑運動參與者流暢體驗與休閒效益之關係研究，輔仁大學體育學刊，10，230-244。
23. 陳順宇(2000)。多變量分析。台北市：華泰書局。
24. 陳彰儀(1990)，休閒的社會心理學，戶外遊憩研究 3(3)，21-34。
25. 陸洛、高旭繁(2009)，休閒參與及休閒滿意一人格特質之調節作用，運動與遊憩研究 3(3)，1-11。
26. 黃希庭(1998)。人格心理學。台北市：台灣東華。
27. 黃芳銘(2007)。結構方程模式：理論與應用。台北市，五南。
28. 黃堅厚(1999)。人格心理學，台北，心理。
29. 黃韞臻、林淑惠(2011)，大學生人格特質、休閒價值觀與休閒滿意度之相關研究，教育研究學報 45(2)，113-135。
30. 楊國樞(1993)，中國人的心理與行為：理念與方法篇，台北市：桂冠圖書公司。
31. 楊國樞(1993)，劉邵的人格理論及其詮釋，人觀、意義與社會。台北市：中央研究院民族研究所。
32. 葉源鎰(2007)，具心流體驗之高爾夫運動參與者之心流體驗、休閒阻礙與遊憩精熟度之相關性研究，戶外遊憩研究，20(1)，69-94。
33. 歐陽慧真(2002)，賞鳥者專門化程度與場所依戀關係之研究-以七股濕地為例，東海大學景觀學系碩士論文
34. 歐雙磐、侯錦雄(2007)，登山者遊憩專門化與登山類型偏好，戶外遊憩研究 20(4)，51-74。
35. 蔡瑋庭、侯錦雄(2007)，不同專門化程度攀岩者環境支應性感受與心流體驗之研究，東海大學景觀學研究所未出版碩士論文。
36. 鄭玉珠(2007)。國小教師人格特質與休閒活動偏好相關性之研究，南華大學旅遊事業管理學系所未出版碩士論文。
37. 鄭育雄、李英弘及葉源鎰(2005)，遊憩專門化衡量指標之研究--以自行車活動為例，旅遊管理研究，5(2)，173-194。

38. 蕭文龍 (2007)。多變量分析最佳入門實用書。台北市：基峰資訊股份有限公司。
39. 賴筱嵐(2006)。園藝活動之心流體驗與效益之相關性研究，中興大學園藝學系所未出版碩士論文。
40. 謝純安 (1994)。東北角海岸風景特定區海岸遊憩釣者特性及其對經營管理態度之研究。東海大學景觀學研究所未出版碩士論文。

英文部分

1. Ajzen, I. (1991). Benefits of Leisure: A Social Psychological Perspective. In Driver, B.L., Brown, P. J. and Peterson, G. L. *Benefits of Leisure*, pp.411-417.
2. Allport, G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*, New York: Holt, Rinehart & Winston.
3. Bagozzi, R. P. & Yi, Y. (1988) , On the Evaluation of Structural Equation Models, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), pp.74-94.
4. Bammel, G. & Burrus-Bammel, L. L. (1992). *Leisure and Human Behavior*. Dubuque, IA: William C. Brown Publishers.
5. Bongguk, J. & David, R. A. (1995) .The relationship between personality types and leisure preferences. *1995 Symposium On Leisure Research. San Antonio, Texas: October (5-9)*, 87.
6. Bryan, H. (1977). Leisure value systems and recreation specialization: The case of trout fishermen. *Journal of Leisure Research*, 9(3), 174-187.
7. Butler,R.W.(1974).Social Implication of Tourist Development, *Annals of Tourism Research*,2(2),100-111.
8. Cattell, R. B. (1943). The description of personality: Basic traits resolved into clusters. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38(4),476-506.
9. Catell, R. B. (1946). *Description and Measurement of Personality*, New York: World Book.
- 10.Cattel,R.B.(1965).*The scientific analysis of personality*. Baltimore:Penguin Books.
- 11.Clarke, S.G. and Haworth, J.T.(1994). Flow experience in the daily lives of sixth-form college students, *British Journal of Psychology* ,85(4), 511-523.

12. Costa, P.T., Jr., & McCrae, R. R. (1985). The NEO-Personality Inventory Manual, Odessa, FL: *Psychological Assessment Resources*.
13. Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory and NEO Five-Factor Inventory: Professional Manual. FL: *Psychological Assessment Resources*.
14. Csikszentmihalyi, M. (1975a). Paly and Intrinsic Rewards, *Humanistic Psychology*, 15(3),41-63.
15. Csikszentmihalyi, M. (1975b). *Beyond Boredom and Anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass.
16. Csikszentmihalyi, M. and Larson, R. (1987). Validity and Reliability of the experience-sampling method. *The Journal of Nervous and Mental Disorders*, 175(9), 526-536.
17. Csikszentmihalyi, M. and Csikszentmihalyi, I. (1988). *Optimal Experience: Psychological studies of flow in consciousness*. Cambridge University Press
18. Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York, NY: Harper Perennial.
19. Csikszentmihalyi, M., & Kleiber, D. A. (1991). Leisure and self-actualization, In B. L. Driver, P. J. Brown & G. L. Peterson, *Benefits of leisure*, 91-02. State College, PA: Venture.
20. Csikszentmihalyi, M. & Hermanson, K., (1995) *Intrinsic motivation In museums: what makes visitors want to earn?* , *Museum News* ,74,34-62.
21. Csikszentmihalyi, M. (1997). *Finding flow: The psychology of engagement*. with everyday life. New York: Harper Collins.
22. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum.
23. Digman, J.M. (1990). Personality structure: Emergence of the five factors model. *Annual Review of Psychology*, 41, 417-440.
24. Ditton, R.B., Loomis, D.K., & Choi, S. (1992). Recreation specialization: Re-conceptualization from a social worlds perspective. *Journal of Leisure Research*, 24(1), 33-51.
25. Donnelly, M., Vaske, J., & Graefe, A. (1986), Degree and range of recreation specialization: Toward a typology of boating related activities, *Journal of Leisure Research*, 18(2), 81–95.
26. Driver, B. (1997). The defining moment of benefits. *Parks & Recreation*, 32(12),38-41.
27. Driver, B. L, Brown, P. J., & Peterson, G. L. (1991). *Benefits of Leisure*. State College PA: Venture Publish.

28. Ellis, G.D., Voelkl, J.E. and Morris, C. (1994), Measurement and Analysis Issues with Explanation of Variance in Daily Experience Using the Flow Model, *Journal of Leisure Research*, 26 (4), 337-356.
29. Eysenck, H. J. (1970). *The structure of human personality*. London: Methuen.
30. Eysenck, H. J. (1994). Creativity and personality: Word association, originality, and psychoticism, *Creativity Research Journal*, 7(2), 209-216.
31. Goldberg, L. R. (1981). Language and individual differences: The search of universals in personality lexicons. In L. Wheeler (Ed.), *Review of Personality and Social Psychology*, 2(1), 141-165.
32. Goldberg, L. R. (1990). An alternative description of personality: *The big five factor structure*, *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(10), 1216-1229.
33. Guilford, J.P. (1959). *Personality*, N.Y., & McGraw-Hill.
34. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th edn.), Prentice Hall International: UK.
35. Hayes, N., & Joseph, S. (2003). Big 5 correlates of three measures of subjective well-being, *Personality and Individual Differences*. 34, 723-727.
36. Hoffman P. & Novak. L. (1997). Measuring the Flow Experience Among Web Users Interval Research Corporation, July, 1997.
37. Iso-Ahola, S. E. & Weissinger, E. (1985) Relationship between Type A coronary-prone behavior and leisure patterns. *Paper presenter at 1985 NRPA Leisure Reassurance Symposium*, Dallas, Tx.
38. Jackson, S. A. (1992). Athletes in flow: A qualitative investigation of flow state in elite figure skaters. *Journal of Applied Sport Psychology*, 4(2), 161-180.
39. Jackson, S.A. & Csikszentmihalyi M. (1999), *Flow in Sports: The Keys to Optimal Experiences and Performances*.
40. John, O.P. (1990) . The 'Big Five' factor taxonomy: dimension of personality in the natural language and in questionnaires. In L.A. Pervin, *Handbook of Personality Theory and Research*. New York: Guilford.
41. Jones, C. D., Hollenhorst, S. J., Perna, F. & Selin, S. (2000) validation of the flow theory in an on-site whitewater kayaking setting, *Journal of Leisure Research* , 32(2), 247-261.
42. Judge. T. A., Higgins, C. A., Thoresen, C. J., & Barrick, M. R. (1999). The big five personal traits, general mental ability, and career success the life span. *Personnel Psychology*, 2(3), 621-652.

43. Kapferer, J., & Laurent, G. (1986). Consumer involvement profiles: A new practical approach to consumer involvement. *Journal of Advertising Research*, 25(6), 48-56.
44. Kirkcaldy, B. D., & Farnham, A. (1991). Extraversion, neuroticism, psychoticism and recreation choice. *Personality and Individual Differences*, 7(12), 737-745.
45. Kuentzel, W. F. & McDonald, C. D. (1992), Differential effects of past experience, commitment, and lifestyle dimensions of river use specialization, *Journal of Leisure Research*, 24(3), 269–287.
46. Lee S. H. (2007), The Effects of Specialization and Gender on Motivations and Preferences for Site Attributes in Paddling, *Leisure Sciences*, 29(4), 355–373.
47. Libert, R.M. & Libert, L.L. (1998), *Personality: Strategies and issues*. New York: Books/Cole Publishing. CO.
48. Lipscombe, N. (1999). The relevance of the peak experience to continued Skydiving participation: a qualitative approach to assessing motivation. *Leisure Studies*, 18(4), 267-288.
49. Little, B.R. (1976). Specialization and the varieties of environmental experience : Empirical studies within the personality paradigm, In S.
50. Mannell, R.C. (1984). Personality in leisure theory: the Self-As-Entertainment construct. *Society and Leisure*, 7(1), 229-240.
51. Massimini, F., Csikszentmihalyi, M., & Delle Fave, A. (1988). Flow and biocultural evolution. In M. Csikszentmihalyi & I. Csikszentmihalyi (Eds.), *Optimal experience: Psychological studies of flow unconsciousness*, New York: Cambridge.
52. McFarlane, B. L. (2004), Recreation Specialization and Site Choice Among Vehicle-Based Campers, *Leisure Sciences*, 26(3), 309–322.
53. McIntyre, N. & Pigram, J. J. (1992), Recreation specialization reexamined: The case of vehicle-based campers, *Leisure Sciences*, 14(1), 3-15.
54. Nunnally, J. C. (1978) , *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill. natural language and in questionnaires. In L.A. Pervin (ed.), *Handbook of Personality Theory and Research*. New York: Guilford.
55. Pervin, L. A. (1993). *Personality: Theory and Research*. 6th ed., New York: John Wiley & Sons.
56. Phares, E.J., Chaplin, W.F. (1997). *Introduction to personality*. Addison-Wesley Education Publishers Inc.

57. Salgado, J. F. (1997). The 5-Factor model of personality and job-performance in the European-community, *Journal of Applied Psychology*, 82(1), 30-43.
58. T. Buchanan et al(2005). Implementing a Five-Factor Personality Inventory for Use on the Internet. *European Journal of Psychological Assessment* , 12(2), 16–128.
59. Tinsley, E. A., & Tinsley, D. J. (1986). A theory of the attributes, benefits, and causes of leisure experience. *Leisure Sciences*, 8(1), 1-45.
60. Virden, R. J., & Schreyer, R. (1988). Recreation specialization as an indicator of environmental preference. *Environment and Behavior*, 20(6), 721-739.
61. Voelkl, J.E., & Ellis, D.G. (1998), Measuring flow experience in daily life: An examination of the items used to measure challenge and skill, *Journal of Leisure Research*, 30(3), 380–389.
62. Wan, W.N., Luk, C. L., & Lai, C. L. (2000). Personality correlates of loving styles among Chinese students in Hong Kong, *Personality and Individual Differences*, Vol. 29(1), 169-175.
63. Webster, J., Trevino, L.K., Ryan, L. (1993), The Dimensionality and Correlates of Flow in Human Computer Interactions, *Computers in Human Behavior*, 9(4), 411-426.

附錄一 問卷量表

親愛的車友您好：

首先感謝您填寫這份問卷。本問卷為一學術性問卷，目的在瞭解**人格特質、遊憩專門化、流暢體驗與休閒效益之關係**的研究調查。您的意見是本研究可否完成之關鍵，懇請撥冗填寫下列資料，協助完成本研究。問卷所收集資訊純為統計分析之用，絕不會用作商業用途以及對外公開，請您安心填答。

敬祝 順心如意

南華大學旅遊事業管理研究所
指導教授 丁誌紋 博士
研究生 莊漢平 敬上

【第一部分】人格特質

請您依個人的真實感覺在適當的□內打「✓」

	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1. 我是團體中的靈魂人物。	<input type="checkbox"/>				
2. 我善於與人交際。	<input type="checkbox"/>				
3. 我很容易交到朋友。	<input type="checkbox"/>				
4. 我懂得引起他人注意。	<input type="checkbox"/>				
5. 我不喜歡說話。	<input type="checkbox"/>				
6. 我時常覺得憂鬱。	<input type="checkbox"/>				
7. 我時常感到情緒低落。	<input type="checkbox"/>				
8. 我不喜歡我自己。	<input type="checkbox"/>				
9. 我時常情緒搖擺不定。	<input type="checkbox"/>				
10. 我容易感到緊張。	<input type="checkbox"/>				
11. 我隨時做好萬全準備。	<input type="checkbox"/>				
12. 我做事有計畫且忠於它。	<input type="checkbox"/>				
13. 我能實現我的計畫。	<input type="checkbox"/>				
14. 我做事容易分心。	<input type="checkbox"/>				
15. 我只管完成自己份內的工作。	<input type="checkbox"/>				
16. 我會讚美別人。	<input type="checkbox"/>				
17. 我會尊敬他人。	<input type="checkbox"/>				
18. 我總相信別人的出發點是好的。	<input type="checkbox"/>				

- | | | | | | |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 19. 我不管他人的感受。 | <input type="checkbox"/> |
| 20. 我會用言語羞辱他人。 | <input type="checkbox"/> |
| 21. 我相信藝術是重要的。 | <input type="checkbox"/> |
| 22. 我有豐富的想像力。 | <input type="checkbox"/> |
| 23. 我樂於聽到新的想法。 | <input type="checkbox"/> |
| 24. 我比較喜歡想改變現況的人 | <input type="checkbox"/> |
| 25. 在與他人交談時，我總會炒熱氣氛。 | <input type="checkbox"/> |

【第二部分】遊憩專門化

在駕駛或整理 E34 車型上，請問您個人的內心及認知感受為何，請根據您真實感覺在適當的內打「✓」。

非	不	普	同	非
常	同	通	意	常
不	意			同
同				意
意				

- | | | | | | |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 我認為自己在駕駛E34車型的技巧已很純熟。 | <input type="checkbox"/> |
| 2. 我時常會和車友一起切磋E34車型之開車技巧。 | <input type="checkbox"/> |
| 3. 我能適當地掌控E34車型的速度變化。 | <input type="checkbox"/> |
| 4. 我能清楚的判斷車道類型(路況)對E34車型行車活動的影響。 | <input type="checkbox"/> |
| 5. 成為車隊(俱樂部)的成員對我而言是很重要的事 | <input type="checkbox"/> |
| 6. 我對 E34 車型的構造相當了解。 | <input type="checkbox"/> |
| 7. 簡易的E34車型修理保養我做不到。 | <input type="checkbox"/> |
| 8. 我很清楚E34俱樂部的相關活動與訊息。 | <input type="checkbox"/> |
| 9. 我的車體裝備要達到一定的水準，我才會上路。 | <input type="checkbox"/> |
| 10. 我經常閱覽跟E34車型相關的網頁與平面資訊。 | <input type="checkbox"/> |
| 11. 我不願意花金錢在維持E34車型的車況上。 | <input type="checkbox"/> |
| 12. 我經常選擇E34車型作為休閒旅遊的交通工具。 | <input type="checkbox"/> |
| 13. 如果有E34車型相關聚會活動我盡可能會去參與。 | <input type="checkbox"/> |
| 14. 當我參加E34俱樂部活動時，我可以真實的做我自己。 | <input type="checkbox"/> |
| 15. 當我被生活的問題困擾時，我會想駕駛E34來讓我放鬆。 | <input type="checkbox"/> |
| 16. 駕駛 E34 汽車可以讓我展現出自我。 | <input type="checkbox"/> |
| 17. 駕駛E34汽車對我來說是很重要的休閒活動。 | <input type="checkbox"/> |
| 18. 整理(或駕駛)E34汽車是我做過最能享樂的一種休閒活動。 | <input type="checkbox"/> |
| 19. 在我從事的休閒活動中，沒有一樣可以比的上駕駛E34。 | <input type="checkbox"/> |
| 20. 我喜歡和朋友討論有關E34車型的事。 | <input type="checkbox"/> |
| 21. 我發覺我的休閒生活主要是圍繞在E34車型活動上。 | <input type="checkbox"/> |
| 22. 當我知道別人有 E34 車型時，我可以跟他聊很多。 | <input type="checkbox"/> |

23. 我對E34車型根本沒什麼興趣。

【第三部分】流暢體驗

請您就自己過去在駕駛 E34 車型時的經驗，依據真實感受在適當的□內打「√」。

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

1. 要能駕馭且發揮 E34 車型的性能是需要知識與技能的。
2. 駕駛 E34 車型能帶給我自信心。
3. 駕駛 E34 車型能帶給我優越感。
4. 駕駛 E34 車型能帶給我滿足感。
5. 藉由駕駛 E34 車型讓我獲得心理回饋感(自我價值感)。
6. 專注於駕駛 E34 車型時，我覺得自己需要高度技巧。
7. 專注於駕駛 E34 車型時，我覺得該項運動具有高度的挑戰性。
8. 我可以靈活的運用所學的技巧，並從中得到樂趣。
9. 當我學會新的技巧，會想做更多練習以求進步。
10. 當我所學技巧無法征服挑戰時，會想做更多的練習。
11. 當我所學技巧全部應用在駕駛 E34 車型時，我會感到愉悅。
12. 從事 E34 車型駕駛活動讓我感到快樂。
13. 我覺得駕駛 E34 車型是一項吸引人的活動。
14. 專注努力於駕駛 E34 車型，讓我感到愉悅。
15. 我會懷著快樂的心情學習 E34 車型駕駛技巧。

【第四部分】休閒效益

在駕駛 E34 車型或參加 E34 相關活動後，請您依真實感受在適當的□內打「√」。

非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意

1. 紓解生活壓力。
2. 豐富生活體驗。
3. 調劑精神情緒。
4. 維持健康體適能。
5. 啟發心思智慧。

6. 增進家庭親子關係。
7. 促進社會交友關係。
8. 關懷生活環境品質。
9. 欣賞創造真善美。
10. 肯定自我能力。
11. 實踐自我理想。

【第五部分】基本資料(請勾選)

1. 性別：男 女
2. 年齡：20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50歲
51~60 61歲以上
3. 職業：學生 農林漁牧業人員 工業 商業 軍警人員
公教人員 服務業 自由業 金融業 製造業
家管 其它_____ (請說明)
4. 教育程度：國小 國中 高中/高職 大專/大學 研究所以上
5. 婚姻狀況：未婚 已婚
6. 請問您個人每個月所得約多少元？
0~19,999元 20,000~39,999元 40,000~59,999元
60,000~79,999元 80,000元以上
7. 請問您接觸 E34 的時間：
1年以下 1年-5年 5年-10年 超過10年
8. 請問您是否有加入 E34 的相關團體(如 E34 CLUB)：
是 否
9. 平均每月花費在 E34 的金額約：
1~5000元 5001-10000元 10001-15000元
15001~20000元 20001元以上
10. 對於 E34 相關資訊平均一周我會經常搜索的次數：
1次以下 1~4次 5~8次 8次以上
11. 平均每月駕駛 E34 的次數：
4次(含)以下 5~8次 9~12次 13~16次 17次以上
12. 若以 0~10 分表達對 E34 的投入程度，您認為您是：
(0 表示完全不接觸，10 表示扣除生活所需，幾乎投入該活動)
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

謝謝您耐心的作答，煩請您再檢查一下是否有漏答的題目，

萬分感謝您的協助，謝謝！