

人格特質、知覺風險、活動滿意度對浮潛活動持續參與之影響研究

魏志旻、施建彬

E-mail: 365039@mail.dyu.edu.tw

摘要

台灣在地理環境上擁有發展海域運動的優勢，處溫熱帶的台灣，擁有非常豐富的海底景觀與海洋生物，而浮潛也是潛水活動中較簡單也是比較適合初學者進行的一項海洋遊憩活動，只需穿戴面鏡、呼吸管、蛙鞋、即可進行遊憩活動。因此本研究旨在於探討浮潛活動參與者人格特質、知覺風險、活動滿意度對持續參與關係之研究。於墾丁辦理浮潛活動之店家採便利抽樣進行調查，以參與過浮潛活動之參與者為研究對象，總共發放問卷220份。經描述性統計結果顯示以男性、18至25歲、學生、中部地區為多數。假設驗證結果摘要如下：一、不同人口背景變項對持續參與無顯著差異。二、人格特質與持續參與浮潛活動呈現顯著正相關。三、知覺風險與持續參與浮潛活動呈現顯著負相關。四、活動滿意度與持續參與浮潛活動呈現顯著正相關。五、知覺風險與活動滿意度部分構面對持續參與浮潛活動有顯著預測力。本研究將結果進行討論，並提出相關之建議，以作為未來浮潛業者日後提高遊客持續參與浮潛活動之參考及後續研究者之研究方向。

關鍵詞：浮潛、人格特質、知覺風險、活動滿意度、持續參與

目錄

| | | | |
|-----------------------------------|-----|-----------------------------------|----|
| 內容目錄 中文摘要 | i | 英文摘要 | ii |
| 內容目錄 | iv | 表目錄 | vi |
| 圖目錄 | | 圖目錄 | |
| 第一章 緒論 | vii | 第一章 緒論 | 1 |
| 第一節 研究背景與動機 | 1 | 第一節 研究背景與動機 | 1 |
| 第二節 研究目的 | 4 | 第二節 研究目的 | 4 |
| 第三節 研究範圍與限制 | 6 | 第三節 研究範圍與限制 | 6 |
| 第四節 解釋名詞 | 6 | 第四節 解釋名詞 | 6 |
| 第二章 文獻探討 | 7 | 第二章 文獻探討 | 7 |
| 第一節 浮潛與持續參與 | 7 | 第一節 浮潛與持續參與 | 7 |
| 第二節 人格特質 | 12 | 第二節 人格特質 | 12 |
| 第三節 知覺風險 | 17 | 第三節 知覺風險 | 17 |
| 第四節 活動滿意度 | 22 | 第四節 活動滿意度 | 22 |
| 第三章 研究方法 | 27 | 第三章 研究方法 | 27 |
| 第一節 研究架構 | 27 | 第一節 研究架構 | 27 |
| 第二節 研究問題與假設 | 28 | 第二節 研究問題與假設 | 28 |
| 第三節 問卷設計 | 29 | 第三節 問卷設計 | 29 |
| 第四節 抽樣設計 | 34 | 第四節 抽樣設計 | 34 |
| 第四章 研究結果 | 35 | 第四章 研究結果 | 35 |
| 第一節 量表信度分析 | 35 | 第一節 量表信度分析 | 35 |
| 第二節 量表描述 | 40 | 第二節 量表描述 | 40 |
| 第三節 活動參與者背景資料 | 44 | 第三節 活動參與者背景資料 | 44 |
| 第四節 活動參與者與持續參與之差異分析 | 46 | 第四節 活動參與者與持續參與之差異分析 | 46 |
| 第五節 人格特質、知覺風險、活動滿意度與持續參與之相關分析 | 49 | 第五節 人格特質、知覺風險、活動滿意度與持續參與之相關分析 | 49 |
| 第六節 人格特質、知覺風險、活動滿意度與持續參與之迴歸分析 | 53 | 第六節 人格特質、知覺風險、活動滿意度與持續參與之迴歸分析 | 53 |
| 第五章 結論與建議 | 56 | 第五章 結論與建議 | 56 |
| 第一節 結論結果與摘要 | 58 | 第一節 結論結果與摘要 | 58 |
| 第二節 綜合討論 | 61 | 第二節 綜合討論 | 61 |
| 第三節 研究建議 | 65 | 第三節 研究建議 | 65 |
| 參考文獻 | 68 | 參考文獻 | 68 |
| 附錄A 人格特質、知覺風險、活動滿意度對浮潛活動持續參與之影響研究 | 80 | 附錄A 人格特質、知覺風險、活動滿意度對浮潛活動持續參與之影響研究 | 80 |
| 表目錄 | | 表目錄 | |
| 表 3-1 持續參與量表 | 29 | 表 3-1 持續參與量表 | 29 |
| 表 3-2 人格特質量表 | 30 | 表 3-2 人格特質量表 | 30 |
| 表 3-3 知覺風險量表 | 32 | 表 3-3 知覺風險量表 | 32 |
| 表 3-4 活動滿意度量表 | 34 | 表 3-4 活動滿意度量表 | 34 |
| 表 4-1 持續參與量表信度分析 | 36 | 表 4-1 持續參與量表信度分析 | 36 |
| 表 4-2 人格特質量表信度分析 | 37 | 表 4-2 人格特質量表信度分析 | 37 |
| 表 4-3 知覺風險量表信度分析 | 38 | 表 4-3 知覺風險量表信度分析 | 38 |
| 表 4-4 活動滿意度量表信度分析 | 39 | 表 4-4 活動滿意度量表信度分析 | 39 |
| 表 4-5 持續參與量表描述 | 40 | 表 4-5 持續參與量表描述 | 40 |
| 表 4-6 人格特質量表描述 | 41 | 表 4-6 人格特質量表描述 | 41 |
| 表 4-7 知覺風險量表描述 | 42 | 表 4-7 知覺風險量表描述 | 42 |
| 表 4-8 活動滿意度量表描述 | 43 | 表 4-8 活動滿意度量表描述 | 43 |
| 表 4-9 參與者社經背景特性 | 45 | 表 4-9 參與者社經背景特性 | 45 |
| 表 4-10 參與者社經背景特性合併分佈表 | 46 | 表 4-10 參與者社經背景特性合併分佈表 | 46 |
| 表 4-11 不同性別參與者對持續參與的差異分析 | 47 | 表 4-11 不同性別參與者對持續參與的差異分析 | 47 |
| 表 4-12 不同年齡參與者對持續參與的差異分析 | 47 | 表 4-12 不同年齡參與者對持續參與的差異分析 | 47 |
| 表 4-13 不同居住地參與者對持續參與的差異分析 | 48 | 表 4-13 不同居住地參與者對持續參與的差異分析 | 48 |
| 表 4-14 不同職業參與者對持續參與的差異分析 | 48 | 表 4-14 不同職業參與者對持續參與的差異分析 | 48 |
| 表 4-15 持續參與與人格特質之相關分析 | 49 | 表 4-15 持續參與與人格特質之相關分析 | 49 |
| 表 4-16 持續參與與知覺風險之相關分析 | 51 | 表 4-16 持續參與與知覺風險之相關分析 | 51 |
| 表 4-17 持續參與與活動滿意度之相關分析 | 52 | 表 4-17 持續參與與活動滿意度之相關分析 | 52 |
| 表 4-18 獨變項對持續參與回歸預測分析表 | 54 | 表 4-18 獨變項對持續參與回歸預測分析表 | 54 |
| 表 4-19 獨變項之子構面對持續參與回歸預測分析表 | 55 | 表 4-19 獨變項之子構面對持續參與回歸預測分析表 | 55 |
| 表 5-1 研究假設驗證結果摘要表 | 58 | 表 5-1 研究假設驗證結果摘要表 | 58 |
| 圖目錄 | | 圖目錄 | |
| 圖 3-1 研究架構圖 | 27 | 圖 3-1 研究架構圖 | 27 |

參考文獻

一、中文部分: Burger, J. M. (2006), 人格心理學 (林宗鴻譯)。台北市:湯姆生, (原文於2004年出版)。 Geoffrey Godbey (2003)。休閒遊憩概論—探索生命中的休閒 (葉怡矜、吳崇旗、王偉琴、顏伽如、林禹良等譯, 2005)。台北市:品度股份有限公司。 Schultz, D., & Schultz, S. E. (1997), 人格理論 (陳正文等人譯)。台北市:揚智文化, (原文於1994年出版)。 王正平, 2002, 「東北角海岸遊憩性磯釣客冒險行為之研究」, 行政院國家科學委員會, 91-2415-H-128-010-SSS, 2002.08.01-2003.07.31。 王金韶(2004), 精緻化策略對顧客滿意度之研究, 國立暨南大學國際企業學系學系碩士班未出版之碩士論文。 王湘盈(2003), 從眾行為之個人影響因素及其決策過程分析。國立東華大學國際經濟研究所未出版之碩士論文。 朱笠瑄(2003), 東北角海岸攀岩冒險遊憩活動之研究, 私立朝陽科技大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。 余幸娟, (2000), 宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究 - 以台南南鯤鯓代天府為例, 中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。 吳政和、李佳豪、鄭天明 (2007)。 知覺風險會降低遊憩滿意度嗎? 水域遊憩活動之驗證, 第九屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集 (頁200-214), 臺中:靜宜大學。 李柏宏(2008), 大型重型機車遊憩活動參與者知覺風險與知覺勝任關係之研究, 私立靜宜大學觀光事業學系未出版之碩士論文。 林永森、高俊雄、陳金輝 (2006)。 臺灣運動觀光學術研究與產業發展之概況。 鼎東體育季休閒學刊, 4, 76-94。 林志成 (2011), 滑雪旅遊吸引力、參與動機和持續參與意願之研究, 國立台東大學健康促進與休閒管理碩士在職專班之未出版碩士論文。 林宜伶(2006), 以文化觀點探討遊客對遊憩環境之知覺風險, 私立世新大學觀光學研究所未出版之碩士論文。 林秋慧 (2009)。 高爾夫運動觀光吸引力、參與動機、滿意度與重遊意願之調查研究。 南亞學報, 29, 395-410。 林高正 (2004), 休閒水肺潛水, 國立體育學院教練研究所之未出版碩士論文。 林高正、黃玉萍、吳培協、黃俊彥 (2006), 淺論台灣休閒潛水運動, 2006年運動知識學術研討會, 台南:真理大學運動知識經濟學院。 林貴福、盧淑雲 (2000)。 認識健康體能 (修訂一版)。 台北:師大書苑。 邱明宗(2006), 登山健行人格特質、休閒滿意對登山行為及生活滿意度的影響—以台中市大坑地區為例, 大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。 邱皓政(2005), 量化研究法, 台北市:雙葉書廊。 侯錦雄、姚靜婉, (1997), 市民休閒生活態度與公園使用滿意度之相關研究, 戶外遊憩研究, 10(3), 1-17。 施夙玲 (1987)。 海域遊Swan憩活動設施設計之研究 - 以龍洞灣為例。 未出版碩士論文, 國立台灣大學園藝學研究所, 台北。 施夙玲 (1988)。 海域遊憩活動設施計畫, 台北:地景企業有限公司出版部。 祈雅蕾(2004), 電視媒體運動觀賞者觀賞動機、人格特質與情感反應之研究, 國立政治大學新聞研究所未出版之碩士論文。 胡家欣(2000), 大學生的休閒認知、涉入與體驗-兼論人格特質的影響, 國立高雄醫學大學行為科學研究所未出版之碩士論文。 孫天佑(2006), 刺激尋求及知覺風險影響東北角磯釣客釣點選擇之研究, 私立世新大學觀光學研究所未出版之碩士論文。 張孝銘(2005), 觀光客探索性運動觀光參與體驗之研究, 建國科大學報, 24(3), 119-137。 張春興(1987), 心理學, 台北市:東華出版社。 張春興 (1998), 現代心理學。 台北市:東華出版社。 張春興 (2007), 張氏心理學辭典, 台北市:東華出版社。 張?倫、陳餘銓 (2009), 綠島遊客對浮潛活動服務品質期望與滿意度之研究, 台灣體育運動管理學報, 9, 117-134。 張瓏耀(2003), 擁有者關係與人格特質對品牌社群活動的影響-以休旅車社群為例, 淡江大學國際貿易學系未出版之碩士論文。 許志良、廖學勇 (2006)。 彰化縣桌球訓練中心學員參與動機與滿意度之研究。 運動事業管理學術研討會論文集, 4, 29-46。 許玟琇、張富鈞(2011), 大專生對休閒浮潛運動參與體驗及滿意度之研究, 屏東教大體育, 14。 郭德寶 (1999), 服務業顧客滿意評量模式之研究, 中山大學企業管理研究所博士論文。 陳明川, 歐聖榮(2002), 風浪板活動參與者之體驗與環境屬性偏好之研究, 第四屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集 - 休閒理論與遊憩行為篇(pp. 271-279), 台北:中華民國戶外遊憩協會。 陳勤甫、陳威亞(2005), 大學生遊學產品意象、知覺價值及滿意度, 戶外遊憩研究, 18 (1)。 陳盈位、黃瑞榮(2009)。 深度休閒之參與動機、持續參與因素之探討 - 以南部地區獨木舟協會的成員為例。 崇仁學報, 3, 21-34。 陳美文(2004), 圖書館服務品質對使用者滿意度與再使用意願之研究 以大葉大學為例, 私立大葉大學資訊管理學系未出版之碩士論文。 陸洛譯(1995), (Argyle, M. 原著), 日常生活社會心理學, 台北:巨流出版社。 黃敏芝(2010), 衝浪遊憩者之刺激尋求、知覺風險與遊憩體驗關係之研究 - 以烏石港為例, 私立大葉大學休閒管理學系碩士班之未出版之碩士論文。 黃暉雅(2009), 遊客之人格特質、遊憩涉入與地方依戀相關研究-以苗栗南庄為例, 私立大葉大學休閒管理學系碩士班之未出版之碩士論文。 楊文燦、鄭琦玉 (1995)。 遊憩衝擊認知及其滿意度關係之研究。 戶外遊憩研究, 8 (2) :109-132。 葉茂生 (2001)。 澎湖吉貝島遊客對海域遊憩活動滿意度之研究, 私立世新大學觀光學系未出版碩士論文。 葉惠恩(1998), 服務品質與消費者購後行為相關性之研究 以台中國際觀光旅館為例, 大葉大學事業經營研究所未出版碩士論文。 路泰康(2008), 遊客對綠島海域遊憩活動滿意度之研究, 國立台東大學健康促進與休閒管理研究所之未出版之碩士論文。 趙瑞華 (2002)。 我國海域遊憩活動管理制度之研究, 中央警察大學水上警察研究所未出版碩士論文。 劉明全(2003), 登山者對高山登山風險認知之研究 - 以休閒教育之觀點, 國立體育學院體育研究所未出版之碩士論文。 歐聖榮、張集毓(1995), 遊憩區市場定位之研究, 戶外遊憩研究, 8(3), 15-45。 蔡伯勳 (1986), 遊憩需求與滿意度分析之研究—以獅頭山風景區為例, 台灣大學園藝學研究所碩士論文。 蔡伯勳 (1986), 遊憩需求與滿意度分析之研究 - 以獅頭山風景遊憩區實例調查。 碩士論文, 台灣大學園藝研究所。 蔡英美、王俊明 (2006)。 中年人運動參與動機、自我效能、之決運動障礙及運動行為之關係。 臺灣運動心理學報, 9, 109-131。 蔡英美、王俊明 (2010)。 中部大專學生參與運動性社團的休閒態度、參與動機及休閒滿意度之研究。 雲科大體育, 12, 49-62。 鄭政宗、張君如、曾雅秀 (2008), 青少年同儕關係、知覺風險、水域運動態度及水域運動參與之研究 - 以澎湖地區為例, 朝陽學報, 13, 175-204。 鄭峰茂 (2010)。 遊憩動機、持續性涉入及遊後行為關係之研究 - 以高山登山者為例。 休閒運動健康評論, 1, 100-119。 鍾志強 (2000)。 休閒運動參與動機理論。 雲科大體育, 3, 63-68。 闕山晴(2002), 顧客滿意度與忠誠度之研究 - 以西式速食業為例, 國立台北科技大學管理研究所未出版之碩士論文。 蘇焉 (1999), 浮潛海中天, 台北市, 大地地理出版事業股份有限公司。 英文部分: Aiello, C. & Rosenberg, L. J. (1976). Consumer Satisfaction: Toward an Integrative Framework. Proceedings of Southern Marketing Association, 169-171. Allport, (1961) G. W., Pattern and Growth in Personality, New York: Holt, Rinehart & Winston Anderson, Eugene W. & Mary Sullivan. (1993). The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. Marketing Science 12, 125-143. Argyle, M. & Lu, L. (1990) The Happiness of Extroverts. Personality and Individual Differences, 11, 1011-1017 Behavior, 13(2), 103-123 Bloch, P. H. (1981). An exploration into the scaling of consumers' involvement with a product class. Advances in consumer Research, 8, p. 61-61. Brandenburg, J. (1982). A conceptual

model of how people adopt recreation activities. *Leisure Studies*, 1(3), 263 – 277. Brannan, L., Condello, C., Stuckum, N., Vissers, N., & Priest, S. (1992). Public perceptions of risk in recreational activities. *Journal of Applied Recreation Research*, 17(2), 144-157. Cadotte, Woodruff and Jenkins(1987) “ Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 24(3), p. 305. Cardozo, R. N. (1965). An Experimental Study of Customer Effort, Expectation and Satisfactio. *Journal of Marketing Research*, 2,244-249. Cattell, R. B. (1950). *Personality: A systematic, theoretical, and factual study*. New York: McGrawhill. Cattell, R. B. (1965). *The scientific analysis of personality*. Baltimore: Penguin. Cheron, E. J., & Ritchie, J. R. B. (1982). Leisure activities and perceived risk. *Journal of Leisure Research*, 14(2), 139-154. Churchill, G. A. & C. Suprenant. (1982). An Investigation into The Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*,19, 491-504. Costa, P. T. Jr., & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO personality inventory (NEO PI-R)and NEO five factor inventory (NEO-FFI). Odessa, Florida: Psychological Assessment Resources. Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992a). Four ways five factors are basic. *Personality and Individual Differences*, 13(6), 653-665. Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992b). *The NEO Personality Inventory Manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources. Davis-Berman, J., & Berman, D. (2002). Risk and anxiety in adventure programming. *The Journal of Experimental Education*,25(2), 305-310. Dorfman P.W., 1979, “ Measurement and Meaning of Recreation Satisfaction: A Case Study in Camping. ” *Environment and Behavior* 11(4): 483-510. Eysenck, H. J., & Eysenck, M. W. (1985). *Personality and individual differences*. New York: Plenum Press. Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 6-21. Furnham, A. (1981). Personality and activity preference. *British Journal of Social Psychology*, 20, 57-68 Hendee, J. C. (1974). A multiple satisfaction approach to game management. *Wildlife Society Bulletin* 2(3):104-113. Heritage, A. (2002). *The American heritage college dictionary*, Boston :Houghton Mifflin. Hill, P., & Argyle, M. (1998). Positive moods derived from leisure and their relationship to happiness and personality. *Personality and Individual Differences*, 25, 523-535. Jones, R. A., & Ellis, G. D. (1996). Effect of variation in perceived risk on the secretion of -endorphin. *Leisure Sciences*, 18(3),277-291. Madigral, R. (1995). Personal values, traveler personality type, and leisure travel style. *Journal of Leisure Research*, 27 (2),125-142. Mark, Orams (1999) . *Marine Tourism:development, impacts and. management*, London and New York:Routledge. 11. Monroe, ed., Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 61-65. Montiuho, L. (1987). consumer behaviour in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 8-44. Norman, W. T. (1963). Toward and adequate taxonomy of personality attributes : Replicated factor structure in peernomination personality rating. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 574-583. Pervin, L. A. (1989). *Personality: theory and research* (5th.ed.).New York: John Wiley and Sons. Peter, J. P., & Tarpey, L. X. (1975). A comparative analysis of three consumer decision strategies. *Journal of Consumer Research*,2(1), 29-37 Priest, S., & Baille, R. (1987). Justifying the risk to others: The realrazor ’ s edge. *Journal of Experiential Education*, 10(1), 16-22. Priest, S., & Bunting, C. (1993). Changes in perceived risk and competence during whitewater canoeing. *Journal of AppliedRecreation Research*, 18(4), 265-280. Priest, S., & Carpenter, G. (1993). Changes in perceived risk and Competence during adventurous leisure experience. *Journal of Applied Recreation Research*, 18(1), 51-71. Roselius, T. (1971). Consumer rankings of risk reduction methods.*Journal of Marketing*, 35(1), 56-61. Schuett, M. A. (1993). Refining measures of adventure recreation involvement.*Leisure Sciences*, 15(3), 205-216. Shonk, D. J., Chelladurai, P(2008). Service Quality, Satisfsaction, and Intent to Return in Event Sport Tourism. *Journal of Sport Management*, 22,587-602. Singh, J. (1991), “ Understanding the Structure of Consumers ’ atisfaction Evaluations of Service Delivery, ” *Journal of the Academy of Marketing Science*,19(3), pp.223-244. Szymanski, D. M. & Henard, D. H. (2001). Customer Satisfaction: A Meta-Analysis of the Empirical Evidence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29, 16-35. Taylor, S.A. and Baker, T.L. (1994), “ An assessment of the relationshipbetween service quality and customer satisfaction in the formation ofconsumers purchase intentions ” *Journal of Retailing*, Vol. 70 No. 2, pp.163-78. Woodside, A.G., Frey, L.L., & Daly, R.T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction,and behavioral intentions. *Journal of Health Care Marketing*, 9(4), 5-17.