

大型重型機車遊憩活動參與者之休閒涉入、知覺風險與流暢體驗之關係研究

蔡姮儀、李城忠、曾偉駿

E-mail: 374699@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究旨在探討大型重型機車遊憩活動參與者休閒涉入、知覺風險與流暢體驗間之關係。研究以國內重車論壇、重車地平線等網站之註冊者作為研究對象，進行問卷調查，採立意的方式選取樣本，共取得有效問卷323份。並以SPSS及AMOS統計軟體評估信度、效度，再以結構方程(SEM)檢測本研究之模式，分析結果顯示此模型之配適度十分良好。本研究之重要研究結論如下：1. 休閒涉入對流暢體驗有正向影響。2. 休閒涉入與知覺風險呈顯著相關。3. 知覺風險對流暢體驗有顯著影響。本研究結果建議管理者若想要更加廣泛推廣重機遊憩發展時，降低重機遊憩者的風險感受是重要任務，可盡力降低重機遊憩各項風險性，降低重機遊憩者或即將進入此領域的觀望者的各項風險知覺，如此有助於提升參與者之休閒涉入與流暢體驗，更能提高重機遊憩整體發展的推廣性。

關鍵詞：休閒涉入、知覺風險、流暢體驗

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書	iii	中文摘要	iii
iv 英文摘要	iv	v 誌謝	v
vi 目錄	vi	vii 圖目錄	vii
x 表目錄	x	xi 第一章	xi
緒論 第一節 研究背景與動機	1	第二節 研究目的	4
第三節 研究對象與範圍	4	第四節 研究流程	5
第二章 文獻探討 第一節 大型重型機車	8	第二節 休閒涉入	13
第三節 知覺風險	19	第四節 流暢體驗	25
第五節 休閒涉入、知覺風險與流暢體驗關聯之相關研究	31	第三章 研究設計 第一節 研究架構與假設	35
第二節 研究對象與調查設計	36	第三節 研究工具	37
第四節 資料分析方法	47	第四章 資料分析與研究結果 第一節 問卷基本資料分析	49
第二節 信度與效度分析	58	第二節 整體結構模式分析	69
第三節 模式驗證結果分析	71	第五章 結論與建議 第一節 研究結論	74
第二節 管理意涵	77	第二節 研究建議與限制	77
參考文獻 中文文獻	83	英文文獻	89
附錄 附錄一 預試問卷	94	附錄二 正式問卷	94
圖目錄 圖 1-1 研究流程圖	8	圖 2-1 流暢理論圖	26
圖 3-1 研究架構圖	26	圖 4-1 整體結構模式圖	73
表目錄 表 2-1 我國機車車輛登記數統計表	11	表 2-2 休閒涉入定義彙整表	15
表 2-3 休閒涉入衡量構面彙整表	18	表 2-4 知覺風險定義彙整表	20
表 2-5 知覺風險衡量構面彙整表	24	表 2-6 流暢體驗定義彙整表	28
表 2-7 流暢體驗衡量構面彙整表	31	表 3-1 個人基本背景資料	38
表 3-2 大型重車遊憩活動特性	39	表 3-3 休閒涉入衡量問項內容彙整表	40
表 3-4 知覺風險衡量問項內容彙整表	41	表 3-5 流暢體驗衡量問項內容彙整表	42
表 3-6 問卷各變項量表之信度分析	44	表 3-7 休閒涉入項目分析摘要表	44
表 3-8 知覺風險項目分析摘要表	45	表 3-9 流暢體驗項目分析摘要表	46
表 4-1 樣本基本特性表	51	表 4-2 大型重型機車遊憩經驗特性表	53
表 4-3 婚姻狀況與各變數之差異性檢定表	55	表 4-4 騎駕經驗與各變數之差異性檢定表	55
表 4-5 活動總花費與各變數之差異性檢定表	56	表 4-6 重機裝備總花費與各變數之差異性檢定表	57
表 4-7 有無加入車隊與各變數之差異性檢定表	57	表 4-8 年齡教育程度職業收入對各變數單因子變異數分析	58
表 4-9 量表配適度指標與參考標準值對照表	59	表 4-10 休閒涉入量表衡量構面和題項	60
表 4-11 知覺風險量表衡量構面和題項	61	表 4-12 流暢體驗量表衡量構面	61

和題項	61	表 4- 13 休閒涉入之驗證型因素分析修正後配適度彙整表	62	表 4- 14 休閒涉入量表之收斂效度與信度分析	63	表 4- 15 休閒涉入之潛在構念區別效度分析	63	表 4- 16 知覺風險之驗證型因素分析配適度彙整表	64	表 4- 17 知覺風險量表之收斂效度與信度分析	65	表 4- 18 知覺風險量表之潛在構念區別效度分析	66	表 4- 19 流暢體驗之驗證型因素分析修正後配適度彙整表	67	表 4- 20 流暢體驗量表之收斂效度與信度分析	68	表 4- 21 流暢體驗之潛在構念區別效度分析	68	表 4- 22 整體結構模式配適度彙整表	69	表 4- 23 整體模式分析結果摘要表	70
---------------	----	---	----	------------------------------------	----	-----------------------------------	----	--------------------------------------	----	------------------------------------	----	-------------------------------------	----	---	----	------------------------------------	----	-----------------------------------	----	--------------------------------	----	-------------------------------	----

參考文獻

- 一、中文部份 王明月、楊欽城、乃慧芳、許吉越（2010）。柔道選手社會支持、流暢體驗與幸福感之相關研究。運動與遊憩研究，4（4），102-115。王鴻達、陳維智、李居旺（2011）。飛盤運動參與者休閒涉入、流暢體驗與幸福感之關係研究。運動與遊憩研究，6（2），37-54。任國光（2008）。消費者產品涉入、知覺風險對購買意願之影響 - 零售通路喜好程度的干擾效果。元智大學管理研究所碩士論文，未出版，桃園市。江雯晴、畢璐鑾與郭正德（2011）。臺北市樂齡游泳者休閒涉入、休閒效益與休閒阻礙之研究。嘉大體育健康休閒，10（2），116-132。吳家瑞（2008）。國內大型重型機車參與者生活型態、休閒涉入、知覺風險、休閒效益之研究 - 線性結構方程模式之驗證。臺北市立教育大學體育學系碩士班碩士論文，未出版，台北市。吳閔旋（2011）。臺北地區男子慢速壘球參與者休閒涉入程度與購買決策評估對顧客忠誠度影響之研究。臺北市立教育大學體育學系碩士論文，未出版，台北市。李城忠（2011）。應用統計學-量化研究SPSS範例分析。新北市:新文京。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。靜宜大學觀光事業學系碩士論文，未出版，台中市。李茂能(2006)。結構方程模式軟體AMOS之簡介及其在測驗編制上之應用 - Gtaphics & Basic。台北市:心理。李齊（2011）。路亞(擬餌)釣運動參與者參與動機、遊憩專業化程度與流暢體驗之研究。輔仁大學體育學系碩士論文，未出版，台北市。林文雄（2010）。太極拳運動者深度休閒特質與流暢體驗之研究。亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士論文，未出版，台中市。林安庭（2011）。愛好登山者涉入、流暢體驗與幸福感之相關研究。南台科技大學休閒事業管理系碩士論文，未出版，台南市。林沛曇（2010）。旅遊意象與知覺風險對遊憩涉入的影響。雲林科技大學休閒運動研究所碩論，未出版，雲林縣。林欣怡（2009）。登山自行車道騎士專門化、環境屬性、流暢體驗與場所依戀之關係研究。雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文，未出版，雲林縣。林晏新（2008）。小型賽車參與者涉入程度、流暢體驗與行為意圖之關係研究。雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文，未出版，雲林縣。張伊君、陳妍伶、陳盈瑾、陳秀蘭、劉于菁（2003）。國內大型重型機車之市場現況與未來發展方向。銀樺學誌中臺醫護技術學院論文選集，1（3），125-142。張孝銘（2006）。秀姑巒溪與荖濃溪泛舟遊客參與動機、流暢體驗、服務滿意度與感受正面影響之比較研究。運動休閒管理學報，3（1），1-19。張孝銘(2006)。登山冒險遊憩行為模式之研究。國立體育學院體育研究所博士論文，未出版，台北市。張春興（2007）。張氏心理學辭典。台北市:東華。張婷婷、陳其昌（2005）。參與冒險活動與流暢體驗感關係之論述。休閒運動期刊，4，83-89。梁月春（2009）。女性休閒運動自我效能、休閒動機、休閒阻礙與休閒涉入之關係研究 - 以高雄市參加有氧舞蹈休閒運動課程之學員為例。高雄師範大學成人教育研究所碩士論文，未出版，高雄市。許家禎（2007）。冒險性遊憩活動參與者遊憩動機、遊憩涉入與流暢體驗之研究-以生存遊戲為例。國立南台科技大學休閒事業管理系碩士論文，台南市。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。陳淑娟、楊珮綺、林永順（2009）。消費者之產品涉入、知覺風險與資訊傳播影響其購買意願之研究 - 以臺中酒廠果醋為例。美和技術學院學報，28（1），87-104。陳慧玲、林安庭（2011）。登山運動參與者涉入程度、流暢體驗與幸福感之相關研究。台灣體育運動管理學報，11（1），25-50。曾雅秀（2006）。影響澎湖地區青少年水域運動參與因素之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文，未出版，台中市。黃于庭（2008）。休閒知覺自由與流暢體驗之關係 - 以自行車使用者為例。運動休閒餐旅研究，3（3），68-83。黃芳銘（2002）。結構方程模式理論與應用。台北市:五南。黃俊英（1994）。企業研究方法。台北市:東華。黃瓊慧（2000）。從沉浸(flow)理論探討台灣大專學生之網路使用行為。國立交通大學傳播研究所碩士論文，未出版，新竹市。楊哲維（2006）。表演藝術節目觀賞者休閒涉入與流暢經驗之研究。國立南台科技大學休閒事業管理系碩士論文，未出版，台南市。詹琇蓉（2000）。產品涉入、消費者特性與情境對網路購物之知覺風險影響分析。國立成功大學企業管理學系碩士論文，台南市。廖俊雄、李曉娟、葉羿稚（2005）。國內進口大型重型機車衍生問題之研究。交通學報，5（2），37-62。劉明全（2003）。登山者對高山登山風險認知之研究-以休閒教育觀點。國立體育學院體育研究所碩士論文，未出版，台北市。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，13，225-240。謝宗霖（2011）。遊客從事觀光碼頭活動休閒社入程度與流暢體驗之研究。台灣水域運動學報，2，19-44。二、英文文獻 Alma, M.(2011).Enjoyment and Absorption: An Electronic Diary Study on Daily Flow Patterns .Receive from <http://reporoc.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/38861/47882.pdf?sequence=1> Bauer, R. A. (1960). Consumer behavior as risk taking. In R. S. Hancock (Ed.), Proceedings of the 43rd Conference of the American Marketing Association, 389-398. Bryan, H. (1977).Leisure value systems and recreational specialization : the case of trout fishermen. Journal of leisure research, 9(3), 174-187. Cheron, E. J.,& Ritchie, J. R. B. (1982).Leisure activities and perceived risk.Journal of Leisure Research, 14(1), 139-154. Cox, D. F. (1967). Risk handling in consumer behavior: an interactive study of two cases. In Donald, F. C. (Eds), Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior. Boston, MA: Harvard University Press. Csikszentmihalyi, M. (1975).Beyond boredom and anxiety. San Francisco: Jossey-Bass. Csikszentmihalyi, M. (1990).Flow: The psychology of optimal experience. NewYork:Harper Collins. Dimanche, F. ,Havitz, M. E., & Howard, D. R.(1993).Consumer involvement profiles as a tourism segmentation tool. Journal of Travel and Tourism,1(4),35-52. Engel F. J., Blackwell R. D., & Miniard P. W.

(1995). *Consumer behavior*. New York: Dryden Press.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

Ghani, J. A., & Deshpande, S. P. (1994). Task characteristics and the experience of optimal flow in human-computer interaction. *The Journal of Psychology*, 128(4), 381-391.

Godbey (1999). *Leisure in your life: An exploration*. State College, PA: Venture Publisher.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*. New Jersey: Prentice-Hall.

Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1999). Leisure involvement revisited: drive properties and paradoxes. *Journal of Leisure Research*, 31, 122-149.

Havitz, M. E., & Mannell, R. C. (2005). Enduring involvement, situational involvement, and flow in leisure and non-leisure activities. *Journal of Leisure Research*, 37(2), 152-177.

Heritage, A. (2002). *The American heritage college dictionary*. Boston: Houghton Mifflin.

Jackson, S. A., & Csikszentmihalyi, M. (1999). Flow in sports: the keys to optimal experiences and performances. Champaign, IL: Human Kinetics.

Jackson, S. A., & Marsh, H. W. (1996). Development and validation of a scale to measure optimal experience: the flow state scale. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 18, 17-35.

Jacoby, J., & Kaplan, L. (1972). The components of perceived risk, in Venkatesan, M. (Ed.). *Proceedings of 3rd Annual Conference, Association for Consumer Research*, 382-393.

Janet, R., McColl-Kennedy, Richard, E., & Fetter, Jr. (2001). An empirical examination of the involvement to external search relationship in services marketing. *Journal of Services Marketing*, 15(2), 82-98.

Jones, R. A., & Ellis, G. D. (1996). Effect of variation in perceived risk on the secretion of β -endorphin. *Leisure Sciences*, 18(3), 277-291.

Kim, S. S., Scott, D., & Crompton, J. I. (1997). An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intentions in the context of birdwatching. *Journal of Leisure Research*, 29 (3), 320-341.

Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: the role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44, 544-564.

Koufaris, M. (2002). Applying the technology acceptance model and flow theory to online consumer behavior. *Information Systems Research*, 13(2), 205-223.

Kyle, G., & Mowen, A. J. (2005). An examination of the leisure involvement-agency commitment relationship. *Journal of Leisure Research*, 37 (3), 342-363.

Lu, H. P., Hsu, C. L., & Hsu, H. Y. (2005). An empirical study of the effect of perceived risk upon intention to use online applications. *Information Management & Computer Security*, 13 (2), 106-120.

McIntyre, N., & Pigram, J. J. (1992). Recreation specialization reexamined: The case of vehicle-based campers. *Leisure Sciences*, 14, 3-15.

Mitra, K., Reiss, M. C., & Capella, L. M. (1999). An examination of perceived risk, information search and behavioral intentions in search, experience and credence services. *Journal of Service Marketing*, 13(3), 208-228.

Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2000). *Sport Marketing*. Champaign, IL: Human Kinetics.

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., & Bunting, C. (1993). Changes in perceived risk and competence during whitewater canoeing. *Journal of Applied Recreation 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.

Stone, R. N., & Gronhaug, K. (1993). Perceived risk: further considerations for the marketing discipline. *European Journal of Marketing*, 27(3), 39-50.

Taylor, J. W. (1974). The role of risk in consumer behavior. *Journal of Marketing*, 38(2), 54-60.

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.

Wiley, C. G. E., Shaw, S. M., & Havitz, M. E. (2000). Men's and women's involvement in sports: an examination of the gendered aspects of leisure involvement. *Leisure Sciences*, 22(1), 19-31.