

健走旅遊參與者之休閒涉入、休閒效益對再遊意願之 影響

畢璐鑾 / 臺北市立大學

黃純湘 / 希望基金會

陳麗華 / 國立體育大學

郭正德 / 真理大學

摘要

目的：本研究在探討健走旅遊參與者之休閒涉入、休閒效益對再遊意願之影響。**方法：**採用普查問卷調查法，針對2012及2013年「國際健走」及「下鄉健走」之健走旅遊參與者為研究對象，共發放344份問卷，有效問卷共342份，問卷回收率為99%。以描述性統計、相關分析、與多元階層迴歸分析進行資料處理。**結果：**研究發現一、健走旅遊之休閒涉入、休閒效益與再遊意願呈高度正相關，顯示參與健走旅遊涉入程度愈高，所獲得之休閒效益愈高，再遊的意願也愈高。二、在休閒涉入預測再遊意願的路徑中，當休閒效益進入第二階層的模式後，休閒涉入之Beta值明顯下降，進一步以Sobel test檢驗後，健走旅遊之休閒效益在休閒涉入與再遊意願之間具有中介效果。**結論：**健走旅遊參與者透過親身參與的體驗，感受到不同層次的休閒效益影響，是促使健走旅遊參與者再遊意願的原動力。未來研究可應用於不同健走旅遊活動時，比較不同健走旅遊活動之異同，探討從事不同健走旅遊參與者透過休閒涉入是否仍受到休閒效益而影響再遊意願。

關鍵詞：休閒涉入、休閒效益、再遊意願、心理效益、自我表現



Effects of Leisure Involvement and Leisure Benefits on the Revisit Intention of Walking Tourism Participants

Lu-Luan Pi / University of Taipei

Chun-Hsiang Huang / Hope Cultural and Educational Foundation

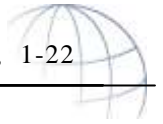
Lee-Hwa Chen / National Taiwan Sport University

Cheng-Ter Kuo / Aletheia University

Abstract

Purpose: This study identified the current situation of participants from different backgrounds participating in walking tourism, in addition to discussing the relationships among leisure involvement, leisure benefits, and revisit intention by administering questionnaires. **Methods:** Questionnaires were distributed to 344 participants from the "International Walking" and "Walking the Countryside" programs in 2012 and 2013. In total, 342 valid questionnaires were collected with a validation rate of 99%. Data were analyzed through descriptive statistics, Pearson correlation analysis, and multiple hierarchical regression analysis. **Results:** The results of this study are outlined as follows: (a) Pearson's correlation analysis revealed the correlations among leisure involvement, leisure benefits, and revisit intention in walking tourism, indicating that participants with a higher involvement level obtained higher leisure benefits and exhibited higher revisit intention. (b) The Beta value of leisure involvement significantly decreased once the leisure benefits entered the second model in predicting revisit intention. After the Sobel test was conducted, the mediating effect of the leisure benefits was confirmed. **Conclusion:** Walking tourism participants experience the effects of different levels of leisure benefits, which lead to greater revisit intention. Future studies should investigate different walking tourism activities to compare and find similarities for different walking tourism activities, in addition to investigating different walking tourism participants on the basis of leisure involvement as affected by leisure benefits and revisit intention.

Keywords: leisure involvement, leisure benefits, revisit intention, psychological benefits, self-expression



壹、緒論

一、研究背景

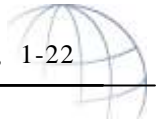
衛生福利署國民健康局 (2013 更名衛生福利部國民健康署) 為了配合聯合國世界衛生組織 (United Nations World Health Organization, 簡稱 UNWHO) 全球性「Move for health」健康宣導策略, 呼籲大家對運動的重視, 運動向下紮根的觀點成為教育發展的重點之一 (Ridgers, Stratton, Fairclough, & Twisk, 2007)。並於 2002 年邀請飛躍羚羊紀政代言「每日一萬步, 健康有保固」之健走觀念, 強調「健康的生活, 應從最簡單的走路開始」, 鼓勵民眾將運動融入日常生活習慣, 以營造動態生活, 提升國人健康。根據行政院體委會 2011、2012 兩年的調查報告得知, 國人最常從事的運動類型為戶外運動, 而散步 (或稱步行運動) 連續蟬連國人所最愛的運動第一名 (教育部體育署, 2015)。健走運動, 指的是在戶外進行, 比散步儘可能快的速度走路, 速率一般是每小時 5.4 到 6 公里, 也可以因為訓練要求而加快, 保持心跳率在可以維持或改進心肺適能的目標心跳率並有助增強肌肉與關節、可增進新陳代謝率。據衛生福利部研究指出, 每天健走 15 分鐘的習慣, 能夠改善各項身體機能, 而運動時腦部產生的腦內啡, 還能夠使人心情愉快、紓解壓力, 更可控制體重並延年益壽 (衛生福利部, 2014)。隨著國民旅遊頻率的大幅成長, 國人追求更具附加價值的旅遊體驗, 促成旅遊搭配運動成為休閒旅遊者的熱門選擇之一 (劉照金、李晉豪, 2011)。根據交通部觀光局 (2012) 調查結果顯示, 2012 年國人主要旅遊目的是「觀光、休憩、度假」占 82%, 而其中的「健身運動度假」的比率, 較 2010 年及 2011 年各增加 1 個百分點; 2012 年國人旅遊時, 從事的遊憩活動以「自然賞景活動」的比率最高佔 56.7%, 其中參與「森林步道健行、登山、露營」的比率較 2010 年增加 3.9 個百分點, 2011 年增加 0.1 個百分點, 顯示運動旅遊及健走逐年受到國人的青睞。Getz 與 McConnell (2011) 認為運動旅遊是利用休閒時間, 離開所居住的環境去參與各種與運動有相關的旅遊方式, 而健走旅遊可視為運動旅遊之一。健走運動有肯定自我能力, 適當地紓解生活壓力及愉悅心情的心理效益 (吳水丕、柯幸宜, 2012)。在臺灣企業老牛皮國際股份有限公司 (La New) 自 2000 年以「輕鬆走臺灣」、2006 年「用



腳愛臺灣，用心看世界」為主題，推動國內外大型健走及健走旅遊活動，掀起健康休閒旅遊參與的熱潮（洪定宏，2008）；希望基金會自 2006 年至 2011 年間舉辦健走旅遊及國際健走旅遊；中華健康生活與運動協會於 2012 年開始在國內推出「下鄉健走，移動私塾」為主題的知性健走旅遊，透過解說及實際體驗，增長知識且運動強身（郭淑芬，2012）。在國外以「行銷美麗臺灣」為主軸推動國際健走旅遊，以實際行動接受挑戰，走向國際擴展視野（高明玉，2012）。因此，健走旅遊秉持著運動與休閒、健康與旅遊結合的信念，從企業到民間組織不約而同積極推廣，健走旅遊蔚為國人參與休閒運動之新趨勢。本研究健走旅遊指利用休閒時間，離開居住、工作或在學地點，參與健走旅遊行程活動。

休閒涉入指參與者因內在的積極與樂趣，而對於喜好之休閒活動產生興趣與關注並持續參與（Chang & Gibson, 2011）。Selin 與 Howard (1988) 進行休閒與自我涉入相關研究時，提到休閒涉入為存在個人和休閒活動之間的感受狀態，個人可以透過休閒活動而達到愉快的感受和自我表現的程度。Mitchell (1989) 認為休閒涉入是在某種情境下經由刺激或接觸而對於休閒活動，產生能引起個人感受到其重要性及興趣的程度。當投入運動時，產生的相關之心理或行為的反應，所表現出來的投入程度（江雯晴、畢璐鑾、郭正德，2011）。吸引力 (attraction)、自我表現 (self-expression) 及中心性 (centrality) 三個因素所組合成的休閒遊憩涉入概念，廣泛地被運用在休閒遊憩相關研究的領域 (Kyle & Chick, 2002; Kyle, Graefe, Manning, & Bacon, 2003; Cavin, Cavin, Kyle, Hammitt, & Absher, 2004)。Wiley, Shaw, 與 Havitz (2000) 認為休閒涉入的本質被視為一種對休閒活動的態度，雖然持續短暫，但可讓參與者做為持續參與的準則，所以涉入不是單因素的概念，而是發展成多因素，透過休閒涉入的觀點，可以討論出更多有關個人的休閒行為（張智傑、李城忠，2010）。本研究休閒涉入定義為參加健走旅遊時，所產生個人認知的積極性、喜好與樂趣等內在心理及外在行為表現出來的投入程度；將以吸引力、生活型態的中心性、自我表現作為本研究測量健走旅遊休閒涉入之因素。

Driver, Brown, 與 Peterson (1991) 認為休閒效益是在參與休閒活動過程中，個人身心狀態及社會關係獲得改善而產生效益。是個人參與休閒運動能達到生理效益、心理效益、社交效益、教育效益、美學效益與放鬆效益，在過程中產生改善身心狀況或滿足個人需求的主觀感受（林昕翰、鄭溫暖、邱榮基、畢璐鑾，2011）。民眾從事休閒運動之後可以透過個人主觀感受到生理、心理及



社交等層面之效益 (江雯晴等, 2011)。個人從事休閒活動可以藉由目標的達成, 其過程中或活動後, 經過個人主觀的休閒經驗, 進而改善身體及心理健康, 穩定精神狀態, 及滿足身體、心理與社會層面的需求 (吳明蒼, 2013)。研究指出身體的休閒活動, 能帶來精神充沛的健康效益, 且相對於靜態活動, 身體休閒活動能預防心血管和其他疾病 (Pagano, Barkhoff, Heiby, & Schlicht, 2006)。民眾從事規律的健走運動, 可以維持良好身體組成、降低心血管疾病罹患率、提升體適能、增進脂肪代謝 (Tully, Cupples, Chan, McGlade, & Young, 2005) ; 有助於提升心情狀態、降低沮喪情緒, 提高活力 (Lee, Goldberg, Sallis, Hickmann, Castro, & Chen, 2001) ; 增進個人人際及社交等關係 (Eyler, Brownson, Bacak, & Housemann, 2003)。本研究將休閒效益定義為健走旅遊參與者於參加健走旅遊後的經驗及感受過程, 所產生改善身心狀況及滿足各層面需求的個人主觀感受; 以生理效益、心理效益、社交效益及教育效益, 作為本研究健走旅遊休閒效益之因素。

再遊意願係指遊客實際體驗旅遊目的地後, 因主觀感受良好, 而願意再次造訪及向他人推薦之行為 (曾相榮、涂富閔、林家瑞, 2013)。Kozak (2001) 認為再遊意願是遊客本身對於旅遊經驗感到滿意, 願意再一次旅遊某一目的地或同一國家之其他景點。遊客體驗與旅遊意象間的感受程度會影響遊客滿意度及重遊意願之間的關係, 進而了解到體驗、旅遊意象直接或間接影響到遊客的滿意度與再遊意願, 亦即體驗與旅遊的意象具影響力能影響遊客再次參與的意願, 也說明當遊客滿意度愈高, 其重遊意願愈高 (陳良進、陳俊碩、張翠真, 2008)。由此可知, 遊客的再遊意願主要會受到旅遊地的服務品質、滿意度、旅遊地意象及吸引力等影響。Castro, Armario, 與 Ruiz (2007) 則以當事人願意推薦別人來玩的可能性及當事人願意再來此遊玩的可能性兩個選項作為測量的方式。郭正德與吳宜穎 (2014) 研究發現, 運動觀光吸引力、體驗價值與重遊意願達顯著正相關。李明儒、郭家瑜與林菁真 (2013) 在澎湖漁村觀光其遊客意向之研究中, 遊客的知覺價值是影響滿意度與再遊意願的關鍵因素, 當遊客感受到其付出與得到之間有所平衡, 而認知到旅遊有其價值並感到滿意, 如此便提高再遊的意願。針對九份地區之本國及日本籍遊客調查顯示在觀光意象、滿意度與重遊意願上具有正面影響效果 (曾相榮等, 2013)。本研究以健走旅遊參與者之推薦意願、重遊意願、口碑宣傳、優先考量等作為再遊意願衡量。

徐欽賢 (2010) 在大專生直排輪曲棍球參與者休閒涉入與認真休閒效益關係之研究發現, 大專生直排輪曲棍球參與者休閒涉入程度會正向影響認真休閒



效益。白宗易、陳克舟與陳明宏 (2014) 在休閒動機、涉入程度與休閒效益之關係研究發現，眷村迷路遊客之休閒涉入與休閒效益呈現顯著正相關。張智傑與李城忠 (2010) 在樂活族休閒涉入與休閒效益關係之研究中，自行車休閒活動者之休閒涉入增進，對休閒效益提升具有顯著影響。劉曉蔓、湯慧娟、宋一夫、鄭憲成、鄭振洋 (2014) 在銀髮族參與二子坪登山步道之持續涉入、休閒效益與重遊意願之相關研究發現，銀髮族參與持續涉入、休閒效益、重遊意願三者有顯著正向關係。陳宏斌、胡俊傑與范啟敏 (2007) 在休閒農場遊客活動涉入及場所依戀與再遊意願研究中發現，遊客對休閒農場之活動涉入會正向影響其對休閒農場之再遊意願。

綜合上述文獻，國際健走旅遊的發展、國內下鄉健走旅遊的普及與國人休閒運動旅遊的成長趨勢，休閒涉入與休閒效益在觀念上存有一定程度的關聯性，具有正向的關係，涉入程度的高低會感受到不同層次的休閒效益影響，促使健走旅遊參與者再遊意願，是故，本研究將探討健走旅遊參與者休閒涉入與休閒效益之相關情形，並檢驗健走旅遊參與者休閒效益在休閒涉入與再遊意願之間具有中介效果。未來研究可應用於不同健走旅遊活動，提供相關部門與業者及學術研究後續之參考。

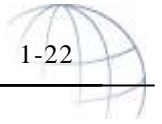
二、研究目的

- (一) 分析健走旅遊參與者休閒涉入、休閒效益與再遊意願之相關情形。
- (二) 驗證健走旅遊參與者休閒效益在休閒涉入與再遊意願之中介效果。

貳、研究方法

一、研究對象與調查方法

本研究正式問卷調查，自 2014 年 1 月 24 日至 2 月 8 日為期半個月，針對參加中華健康生活與運動協會 2012 至 2013 年舉辦之下鄉健走及國際健走之參與者，進行問卷調查，以郵寄附回郵信封及親自遞交方式進行，共發放 344 份問卷，刪除 2 份無效問卷，有效問卷 342 份，有效問卷



回收率達 99%。本研究有效樣本之個人基本資料顯示，男性 130 人 (38%)、女性 212 人 (62%)；年齡 20 歲以下 9 人 (2.6%)、21 歲至 30 歲 13 人 (3.8%)、31 歲至 40 歲 26 人 (7.8%)、41 歲至 50 歲 26 人 (7.8%)、51 歲至 60 歲 112 人 (32.7%)、61 歲至 70 歲 123 人 (35.8%)、71 歲以上 33 人 (9.6%)。

二、研究工具

(一) 量表發展過程

本研究根據研究目的設計編製「健走旅遊參與者之休閒涉入、休閒效益對再遊意願之影響」之問卷作為研究工具，問卷根據文獻探討、彙整專家學者意見，經過預試、統計分析，最後分析結果修正編製。量表題項設計與測量採用李克特 (Likert scale) 五點量表答案勾選題，根據受試者填答案表，依「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，給予「1」、「2」、「3」、「4」、「5」的分數，即分數愈高表示同意度愈高。「健走旅遊參與者之休閒涉入、休閒效益對再遊意願之影響」問卷內容分為四個部分，第一部份為休閒涉入量表、第二部份為休閒效益量表、第三部份為再遊意願量表、第四部分為個人基本資料。本研究問卷之預試對象為參加中華健康生活與運動協會 2012 至 2013 年下鄉健走或國際健走之參與者為預試對象，採隨機抽樣方式調查。於 2013 年 12 月 17 日至 26 日進行問卷發放作業，分別以郵寄附回郵信封及親自遞交方式進行，共發放 120 份進行問卷預試，於 2013 年 12 月 26 日統計總共回收 120 份，有效回收率為 100%，進行項目分析，採用決斷值與相關分析法作為選擇題項之參考。邱皓政 (2010) 認為當決斷值未達顯著水準時，表示該題項不具有鑑別度，可以選擇刪除，相關分析法之係數未達 .3，則應以刪除，結果顯示項目分析之決斷值與相關分析係數皆合於標準，達顯著水準。

(二) 信度分析

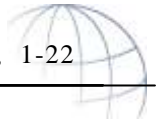
本研究利用 Cronbach' s α 值來衡量各相關量表的信度，若 α 值愈高，表示量表內各項目之衡量結果愈趨內部一致性，亦即量表之信度愈高。「健走旅遊參與者之休閒涉入、休閒效益對再遊意願之影響問卷」各量表進行信度分析，分析結果顯示休閒涉入達 .92；休閒效益達 .94；再



遊意願達 .85，總量表之 Cronbach' s α 值高達 .96，已達到高信度之標準。

(三) 效度分析

效度是指測驗或量表內容或題目的適切性與代表性，本研究問卷休閒涉入量表依據 Kyle 與 Mowen (2005) 提出之休閒涉入概念，主要包含三個因素，分別為吸引力 (attraction)、生活型態的中心性 (centrality of lifestyle)、自我表現 (self-expression) 三個因素作為題項設計之基礎，並參考張智傑與李城忠 (2010)、江雯晴等 (2011) 之相關文獻及量表修訂編製而成；休閒效益量表依據 Bammel 與 Burrus-Bammel (1992) 提出之休閒效益理論，內容包含生理效益、心理效益、社交效益及教育效益等四個因素，並參考林昕翰等 (2011) 之量表修訂編製而成；再遊意願根據曾相榮等 (2013) 提出遊客實際體驗旅遊目的地之後主觀感受良好，而願意再次造訪及向他人推薦之行為，並參考張孝銘、張詠誠與徐靖玟 (2008) 之量表修訂編製而成；根據理論彙整，請 8 位相關領域專家學者檢視修正語法編製量表，審閱學者專長分別為：第一位，遊程規劃；第二位，體育學科體適能；第三位，運動教育統計；第四位，休閒運動管理；第五位，運動研究方法；第六位，運動觀光；第七位，運動心理學；第八位，運動管理學，使問卷量表內容能切合研究主題與目的，合乎內容效度與專家效度。本研究量表在取樣適切性考驗上，根據 KMO 值的決策標準，其值愈接近 1 時，表示變項的相關愈高，量表 KMO 值在 .60 (含) 以上，適合進行因素分析，若 KMO 值愈接近 0 時，表示變項的相關愈低，則量表 KMO 值在 .60 以下，則表示量表不適合進行因素分析 (邱皓政，2016)。本研究量表之休閒涉入 KMO 值為 .93、休閒效益 KMO 值為 .92、再遊意願 KMO 值為 .86，各量表之 KMO 值皆大於 .60，而 Bartlett 球形檢定值達 .05 顯著水準，皆適合進行因素分析。因素分析採用主成份分析法，萃取各量表之共同因素，採用斜交轉軸最大變異法，抽取共同因素負荷量絕對值大於 .4 的題項及特徵值大於 1 的因素。休閒涉入共萃取出 3 個因素，分別命名為「吸引力」、「生活型態中心性」、「自我表現」，可解釋變異量分別為 22.44%、21.77% 及 20.90%，累積解釋變異量達 65.12%，各因素的內部一致性 Cronbach' s α 值分別為 .84、.87、及 .87，如表 1 所示；休閒效益共萃取出 4 個因素，分別命名為「生理效益」、「心理效益」、「社交



效益」、「教育效益」，可解釋變異量分別為 17.62%，16.60%，15.48% 及 14.77%，累積解釋變異量達 64.47%，各因素的內部一致性 Cronbach' s α 值分別為 .82, .87, .85 及 .83，如表 2 所示；再遊意願可解釋變異量為 64.01%，累積解釋變異量達 64.01%，因素的內部一致性 Cronbach' s α 值為 .85，如表 3 所示，符合 Nunnally and Bernstein (1994) 的建議，各因素之 α 係數需達 .60，方有可接受之信度水準，顯示本研究量表具有良好建構效度。

表 1

休閒涉入因素分析摘要表

題項	吸引力	生活型態的中心性	自我表現
健走旅遊很適合我	.73		
我參加健走旅遊感到非常喜悅	.73		
我很喜歡健走旅遊	.71		
健走旅遊可以讓我放鬆心情	.67		
健走旅遊對我而言是很重要的休閒活動	.66		
健走旅遊是我和朋友之間，聯繫感情的方式		.75	
我的生活與健走旅遊息息相關		.75	
健走旅遊是我生活的一部分		.75	
我喜歡和朋友討論健走旅遊相關訊息		.72	
我的家人支持我從事健走旅遊		.63	
從事健走旅遊可以呈現我的特質			.81
當我參加健走旅遊時，能讓別人瞭解我的風格			.78
參加健走旅遊，讓我更肯定自己			.72
參加健走旅遊，可以展現真實的自我			.65
我樂意邀請朋友參加健走旅遊，來展現我的興趣			.64
特徵值	3.36	3.26	3.10
解釋變異量	22.44	21.77	20.90
累積解釋變異量	22.44	44.21	65.12
內部一致性係數 α 值	.84	.87	.87



表 2

休閒效益因素分析摘要表

題項	生理效益	心理效益	社交效益	教育效益
我覺得健走旅遊可以增強心肺功能	.81			
我覺得健走旅遊可以恢復活力	.78			
我覺得健走旅遊可以改善睡眠品質	.68			
我覺得健走旅遊可以讓我更健康	.56			
我覺得健走旅遊可以鍛鍊體能	.50			
我覺得健走旅遊可以讓我獲得成就感		.74		
我覺得健走旅遊可以激發潛力		.73		
我覺得健走旅遊可以使我心情愉快		.66		
我覺得健走旅遊可以紓解壓力		.65		
我覺得健走旅遊可以增加自信心		.65		
我覺得健走旅遊可以結交新朋友			.78	
我覺得健走旅遊可以拓展人際關係			.74	
我覺得健走旅遊可以促進朋友之間的感情			.68	
我覺得健走旅遊可以體驗團隊互助的精神			.63	
我覺得健走旅遊可以獲得團體認同			.58	
我覺得健走旅遊可以增廣見聞				.83
我覺得健走旅遊可以開拓視野				.76
我覺得健走旅遊可以更深入認識地方文化				.75
我覺得健走旅遊可以啟發創意				.50
特徵值	3.34	3.15	2.94	2.80
解釋變異量	17.62	16.60	15.48	14.77
累積解釋變異量	17.62	34.22	49.70	64.47
內部一致性係數 α 值	.82	.87	.85	.83

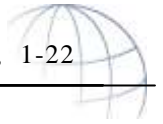


表 3

再遊意願因素分析摘要表

題項	再遊意願
我很期待參加下一次的健走旅遊	.84
我會推薦親友參加健走旅遊	.83
未來我參加旅遊將優先考量健走旅遊	.81
我會主動蒐集健走旅遊的訊息	.80
為了再次參加健走旅遊，我會養成每天健走	.71
特徵值	3.20
解釋變異量	64.01
累積解釋變異量	64.01
內部一致性係數 α 值	.85

(四) 資料分析處理

根據所獲得之資料，本研究以描述性統計；皮爾森相關分析探討健走旅遊休閒涉入、休閒效益與再遊意願相關性；運用多元階層迴歸分析以檢驗健走休閒效益在休閒涉入與再遊意願之間具有中介效果，並以 Sobel test 進行確認，統計考驗顯著水準為 $\alpha = .5$ 。

參、結果

一、休閒涉入、休閒效益與再遊意願之相關分析

- (一) 「休閒涉入」與「休閒效益」構面之間呈高度正相關， $r = .72$ ， $p < .05$ 。本研究結果健走旅遊參與者涉入程度愈深，則其休閒效益感受程度愈高，如表4所示。
- (二) 「休閒涉入」與「再遊意願」構面之間呈現高度正相關， $r = .78$ ， $p < .05$ ；「休閒效益」與「再遊意願」構面之間呈現高度正相關， $r = .73$ ， $p < .05$ 。本研究結果健走旅遊參與者涉入程度愈深，所獲得的休閒效益愈高則再次參加健走旅遊的意願愈高，如表4所示。



(三) 休閒涉入「自我表現」因素與「再遊意願」之間呈現高度正相關， $r = .72$ ， $p < .05$ 。健走旅遊參與者在自我表現的程度愈高則再次參與的意願也會愈高。休閒效益「心理效益」因素與「再遊意願」之間呈現中度正相關， $r = .65$ ， $p < .05$ 。即健走旅遊參與者心理上所獲得之效益愈高，再次參與的意願也會愈高，如表5所示。

表 4
休閒涉入、休閒效益與再遊意願相關係數矩陣

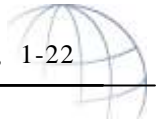
構面	平均數	標準差	休閒涉入	休閒效益
休閒涉入	4.25	.50		
休閒效益	4.43	.42	.72*	
再遊意願	4.24	.55	.78*	.73*

* $p < .05$

表 5
各因素的相關係數矩陣

因素	吸引力	生活型態 的中心性	自我 表現	生理 效益	心理 效益	社交 效益	教育 效益
吸引力							
生活型態 的中心性	.65*						
自我表現	.63*	.68*					
生理效益	.60*	.40*	.52*				
心理效益	.59*	.49*	.65*	.66*			
社交效益	.51*	.54*	.68*	.56*	.70*		
教育效益	.47*	.42*	.60*	.54*	.63*	.67*	
再遊意願	.70*	.63*	.72*	.55*	.65*	.64*	.63*

* $p < .05$



二、健走旅遊參與者休閒涉入、休閒效益對再遊意願之階層迴

歸分析

在進行健走旅遊之休閒效益在休閒涉入與再遊意願之間之中介效果之前，必須先進行基本資料檢核，及檢驗各變項之間的關聯性，以及預測變項之共線性。其次，再檢驗休閒涉入對休閒效益之直線預測關係，以及休閒涉入對再遊意願之直線預測關係。最後，當前述預測關係成立時，才進一步檢驗休閒效益之中介效果，因此，多元階層回歸結果共分三部份，分述如下：

(一) 迴歸診斷檢核

分析結果顯示，各構面之間呈現高度程度之相關，相關係數如表 5 所示。最後，共線性檢驗之結果顯示，預測變項「休閒涉入」與「休閒效益」允差與 VIF 值分別為 .48 與 2.09，如表 9 所示，顯示無明顯共線情形，故可進行下一階段之分析。

(二) 各變項之直線預測結果

1. 休閒涉入對休閒效益之預測分析

由分析結果可知，休閒涉入對於健走參與者之休閒效益具有顯著之預測力。由於其標準化迴歸係數為 .72， t 值為 19.25 ($p < .05$)，休閒涉入對於健走參與者之休閒效益之解釋變異量為 52%，顯示健走參與者對休閒涉入愈理想，其休閒效益亦愈佳。休閒涉入對休閒效益之預測摘要表，如表 6 所示。

表 6

休閒涉入對休閒效益之預測摘要表

	β	SE	Beta	t
休閒涉入	.81	.04	.72	19.25*
	$R = 72\%$	$R^2 = 52.2\%$	$Adjusted R^2 = 52\%$	$F = 370.91^*$

* $p < .05$



2. 休閒涉入對再遊意願之預測分析

由分析結果可知，休閒涉入對於健走參與者之再遊意願具有顯著之預測力。由於其標準化迴歸係數為 .77， t 值為 22.73 ($p < .05$)，休閒涉入對於健走參與者之再遊意願之解釋變異量為 60.2%，顯示健走參與者對休閒涉入愈理想，其再遊意願亦愈高。休閒涉入對再遊意願之預測摘要表，如表 7 所示。

表 7

休閒涉入對再遊意願之預測摘要表

	β	SE	Beta	t
休閒涉入	.85	.03	.77	22.73*
	$R = 77.7\%$	$R^2 = 60.3\%$	$Adjusted R^2 = 60.2\%$	$F = 517.01^*$

* $p < .05$

3. 休閒效益對再遊意願之預測分析

由分析結果可知，休閒效益對於健走旅遊參與者之再遊意願具有顯著之預測力。由於其標準化迴歸係數為 .72， t 值為 19.48 ($p < .05$)，休閒效益對於健走旅遊參與者之再遊意願之解釋變異量為 52.6%，顯示健走參與者獲得休閒效益愈高，其再遊意願亦愈高。休閒效益對再遊意願之預測摘要表，如表 8 所示。

表 8

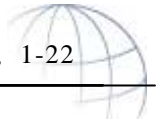
休閒效益對再遊意願之預測摘要表

	β	SE	Beta	t
休閒效益	.70	.03	.72	19.48*
	$R = 72.6\%$	$R^2 = 52.8\%$	$Adjusted R^2 = 52.6\%$	$F = 379.71^*$

* $p < .05$

(三) 休閒效益之中介效果檢驗結果

檢驗中介變項共有三步驟：第一，確認自變項可顯著預測中介變項與依變項；第二，中介變項亦須顯著預測依變項；第三，自變項與中介變項同時預測依變項時，自變項對依變項預測之 Beta 值會因為中介變



項的加入而降低 (Baron & Kenny, 1986)。由於本研究在前一階段已確認了第一步驟休閒涉入可有效預測休閒效益與再遊意願；第二步驟休閒效益可有效預測再遊意願，因此，以下為第三步驟中介變項加入後之結果。

由分析結果顯示，在休閒涉入預測再遊意願的路徑中，Beta 值為 .77， $p < .05$ ，其解釋變異量為 60.2%，當中介變項休閒效益進入第二階層的模式後，其 Beta 值較第一階層的模式低。然而，休閒涉入對於再遊意願之預測效果仍然為顯著，故必須以 Sobel test 進一步確認，經由 Sobel test 的檢驗後，結果仍為顯著 $t = 6.72$ ， $p < .05$ ，確認了中介效果的存在，並且休閒涉入因休閒效益的加入，其解釋變異量提高為 65.8%。本研究結果休閒效益在休閒涉入與再遊意願之間，具有中介變項的角色。階層迴歸分析中介效果檢驗摘要表，如表 9 所示。

表 9
中介效果檢驗摘要表

	再遊意願					
	第一階層		第二階層		共線性	
	Beta	<i>t</i>	Beta	<i>t</i>	允差	VIF
休閒涉入	.77	22.74*	.52*	11.51*	.48	2.09
休閒效益			.34*	7.55*	.48	2.09
<i>R</i>	77.7%		81.3%			
<i>R</i> ²	60.3%		66.0%			
Adjusted <i>R</i> ²	60.2%		65.8%			
<i>F</i> 改變	517.01*		57.05*			

* $p < .05$

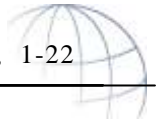


肆、討論

一、綜合討論

(一) 休閒涉入、休閒效益與再遊意願構面之相關

「休閒涉入」與「休閒效益」構面之間呈現具有顯著高度正相關，此結果與郭秉寬、李福恩 (2015)；白宗易等 (2014) 及徐欽賢 (2010) 之研究結果相似。顯示休閒涉入程度會帶來不同程度的休閒效益，所產生之休閒效益也會影響再度休閒涉入的意願，健走旅遊參與者參加健走旅遊時，產生個人認知的積極性、喜好與樂趣等內在心理及外在行為表現的投入程度愈深，則參加健走旅遊後的經驗及感受過程，所產生改善身心狀況及滿足各層面需求的參與者主觀感受程度愈高。在「休閒涉入」與「再遊意願」構面之間呈現顯著高度正相關，此結果與陳宏斌等 (2007) 之研究結果相似。健走旅遊參與者涉入程度愈深，則再次參加健走旅遊的意願愈高，研究結果休閒涉入之「自我表現」因素與再遊意願相關性最高，參與者會因為健走旅遊行程可以呈現個人特質及風格，肯定自己及展現真實的自我等，而提高再遊意願；其次休閒效益的「心理效益」因素與再遊意願相關性最高，健走旅遊參與者參與旅遊活動時，從喜好的體驗過程中獲得成就感，進而激發自我潛力；透過這些健走旅遊參與經驗可以有效紓解壓力、使心情愉快並增加自信心等心理上的獲益。在「休閒效益」與「再遊意願」構面之間呈現顯著高度正相關，此結果與徐國全 (2008) 之研究結果相似，研究指出休閒效益的農作體驗、欣賞景色及心靈內涵因素愈高，重遊意願的程度就愈高，因此，健走旅遊參與者所獲得的休閒效益愈高，則再次參加健走旅遊的意願也會愈高。在「休閒涉入」、「休閒效益」與「再遊意願」構面之間呈現顯著高度正相關，此結果與劉曉蔓等 (2014) 之研究結果相似，顯示休閒涉入的程度會影響休閒效益，而休閒效益也會影響健走旅遊參與者再次投入的程度，健走旅遊參與者休閒涉入程度愈高，所獲得休閒效益也愈高，對於健走旅遊再遊意願則愈提升。健走旅遊參與者在旅遊行程可以獲得成就感、激發自我潛力、增加自信心及紓解壓力並使心情愉快，而提高再遊的意願，健走旅遊的休閒涉入、休閒效益與再遊意願之間息息相關。



(二) 健走旅遊參與者休閒效益在休閒涉入與再遊意願之間具有中介效果

根據階層迴歸之分析結果發現休閒效益在休閒涉入與再遊意願之間，具有中介變項的角色。表 9 顯示，休閒涉入預測再遊意願的路徑中，當中介變項休閒效益進入第二階層的模式後，其 Beta 值為 .34，較第一階層的模式低，經由 Sobel test 的檢驗後，結果仍為顯著，確認了中介效果的存在。吳科驊 (2006) 研究指出涉入與休閒效益存在相當程度之關聯，涉入程度的深淺會帶來不同程度的效益，而產生之效益也會影響再度涉入的意願。李純雯 (2007) 研究認為休閒涉入與休閒效益之關係，結果顯示休閒涉入的程度會影響休閒效益，而休閒效益也會影響參與者再次投入的程度。徐國全 (2008) 新社地區遊客參與農業旅遊動機、休閒效益對重遊意願關係之研究發現，休閒效益與重遊意願有影響，即休閒效益越高重遊意願越高。從文獻中可了解休閒效益與再遊意願之關係，健走旅遊休閒涉入會透過休閒效益影響再遊意願，休閒效益在休閒涉入與再遊意願之間扮演中介效果。本研究與吳科驊 (2006)、李純雯 (2007) 與徐國全 (2008) 研究結果相似，探究其原因，健走旅遊參與者休閒涉入會正面影響休閒效益與再遊意願，休閒效益會正面影響再遊意願，當休閒效益越高，其休閒涉入呈現正向高度水準，間接提升再遊意願的動機，同時休閒效益亦在兩變項中扮演中介效果的角色。

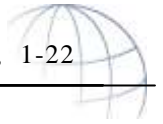
二、結論與建議

綜合上述，本研究結論發現：(一) 健走旅遊參與者涉入程度愈高，參與過程所獲得的休閒效益愈高，也會提高再次參與的意願。其中休閒涉入的「自我表現」因素與再遊意願相關性最高，研究發現參與者會因為健走旅遊行程可以呈現個人特質及風格，肯定自己及展現真實的自我而提高再遊的意願；其次休閒效益的「心理效益」因素與再遊意願相關性最高，參與者會因為健走旅遊行程可以獲得成就感、激發自我潛力、增加自信心及紓解壓力並使心情愉快，而提高再遊意願。(二) 健走旅遊參與者之休閒效益在休閒涉入與再遊意願之間具有中介效果，健走旅遊參與者透過親身參與的體驗，感受到不同層次的休閒效益影響，是促使健走旅遊參與者再遊意願的原動力。

本研究建議未來研究可應用於不同健走旅遊活動，比較不同健走旅遊活動之異同，探討從事不同健走旅遊參與者透過休閒涉入是否仍受到休閒效益而影



響再遊意願；在實務應用層面上，健走旅遊舉辦單位可將休閒效益作為行銷之策略，以符合休閒涉入、休閒效益與再遊意願之影響關係，同時，健走旅遊參與者之休閒效益可帶來生理效益、心理效益、社交效益及教育效益之獲得，同時也可思考參與者之放鬆效益，以滿足個人需求，強化健走旅遊參與者之休閒效益，提供相關部門與業者及學術研究之後續參考。

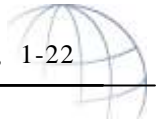


參考文獻

- 白宗易、陳克舟、陳明宏 (2014)。休閒動機、涉入程度與休閒效益之關係。 *中原體育學報*, 5, 51-63。
- 交通部觀光局 (2012)。 *中華民國 101 年國人旅遊狀況調查*。臺北市：交通部觀光局。
- 江雯晴、畢璐鑾、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, *嘉大體育健康休閒期刊*, 10(2), 116-132。
Doi:10.6169/NCYUJPEHR.10.2.11
- 李明儒、郭家瑜、林菁真 (2013)。澎湖漁村觀光其遊客意向之研究。 *鄉村旅遊研究*, 7(1), 17-32。
- 李純雯 (2007)。 *臺北市民生社區發展協會休閒運動學員休閒涉入與休閒效益之研究*。未出版之碩士論文, 臺北市立教育大學, 臺北市。
- 林昕翰、鄭溫暖、邱榮基、畢璐鑾 (2011)。臺北市社區大學舞蹈課程知覺服務品質與休閒效益。 *運動休閒管理學報*, 8(2), 55-69。
- 吳水丕、柯幸宜 (2012)。健走運動對社區中高齡居民身心健康促進成效之探討。 *工作與休閒學刊*, 3 (1), 159-172。
- 吳明蒼 (2013)。護專生休閒態度、休閒涉入以及休閒效益對幸福感之關係。 *運動休閒管理學報*, 10(3), 63-86。 Doi:10.6214/JSRM.1003.004
- 吳科驊 (2006)。 *登山健行者休閒參與動機、持續涉入、休閒效益與幸福感之相關研究*。未出版之碩士論文, 國立臺灣體育學院, 臺中市。
- 洪定宏 (2008, 9月9日)。臺灣精神輝耀日本富士山。 *自由時報*, 14版。
- 邱皓政 (2016)。 *量化研究與統計分析*。臺北市：五南圖書。
- 徐國全 (2008)。 *新社地區遊客參與農業旅遊動機、休閒效益對重遊意願關係之研究*。未出版之碩士論文, 朝陽科技大學, 臺中縣。
- 徐欽賢 (2010)。大專生直排輪曲棍球參與者休閒涉入與認真休閒效益關係之研究。 *休閒事業研究*, 8(2), 68-82。
- 高明玉 (2012)。永難忘懷的美麗回憶。 *百萬聚樂步季刊*, 29, 4。
- 曾相榮、涂富閔、林家瑞 (2013)。探討九份地區觀光意象、滿意度與重遊意願之研究—以日籍遊客與本國遊客為例。 *觀光與休閒管理期刊*, 1(1), 183-208。
Doi: 10.6510/JTLM.1(1).14



- 張孝銘、張詠誠、徐靖玟 (2008) 。遊客對旅遊目的地意象、環境知覺、旅遊體驗與重遊意願之研究-以清境農場為實證。 *休閒產業管理學刊*，1(3)，72-86。
Doi : 10.6213/JLRIM.2008.1(3)6
- 張智傑、李城忠 (2010) 。樂活族休閒涉入與休閒效益關係之研究。 *運動休閒管理學報*，7(2)，111-131。
- 郭正德、吳宜穎 (2014) 。自行車運動觀光吸引力、體驗價值對重遊意願影響之研究。 *真理大學運動知識學報*，11，34-56。
- 郭秉寬、李福恩 (2015) 。2014 年鐵人三項國際邀請賽參與動機、涉入程度與休閒效益之研究。 *運動與觀光研究*，4(1)49-62。
Doi:10.6198/Sports.2015.4(1).11-28
- 郭淑芬 (2012) 。彰化二水下鄉健走。 *百萬聚樂步季刊*，27，11。
- 教育部體育署 (2015) 。100、101 年運動統計。2015 年 3 月 11 日，取自教育部體育署運動統計，網址
<http://www.sa.gov.tw/wSite/ct?xItem=5457&ctNode=698&mp=11>
- 陳宏斌、胡俊傑、范啟敏 (2007) 。休閒農場遊客活動涉入及場所依戀與再遊意願研究。 *生物與休閒事業研究*，5(2)，119-133。
- 陳良進、陳俊碩、張翠真 (2008) 。休閒農場體驗、旅遊地意象對滿意度及重遊意願關係之研究－以花蓮新光兆豐休閒農場為例。 *修平學報*，16，125-150。
- 劉照金、李晉豪 (2011) 。臺灣主動性運動觀光參與狀況及參與者特質之研究影響。 *臺大體育學報*，20，49-62。
- 劉曉蔓、湯慧娟、宋一夫、鄭憲成、鄭振洋 (2014) 。銀髮族參與二子坪登山步道之持續涉入、休閒效益與重遊意願之相關研究。 *高應科大體育*，13，14-26。
- 衛生福利部 (2014) 。103 年衛生福利部新聞。2014 年 11 月 10 日，取自衛生福利部，網址 <http://www.mohw.gov.tw/news/498247490>
- Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. L. (1992). *Leisure and human behavior*. Dubuque, IA:Wm. C. Brown Company Publisher.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182. doi:10.1037//0022-3514.51.6.1173



- Castro, C. B., Armario, E. M., & Ruiz, D. M. (2007). The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourist's future behavior. *Tourism Management*, 28(1), 175-187.
doi:10.1016/j.tourman.2005.11.013
- Cavin, J. K., Cavin, D. A., Kyle, G., Hammitt, W. E., & Absher, J. (2004, March). *Examining the structure of the leisure involvement/place bonding relationship in three sumter national forest camping areas*. In Proceedings of the 2004 Northeastern Recreation Research Symposium. (USDA Forest Service Gen. Tech. Rep, No.GTR-NE-326, 281-288).
- Chang, S., & Gibson, H. (2011). Physically Active Leisure and Tourism Connection: Leisure Involvement and Choice of Tourism Activities among Paddlers. *Leisure Sciences*, 33, 162-181. Doi:10.1080/01490400.2011.550233
- Driver, B. L., Brown, P. J., & Peterson, G. L. (1991). Research on leisure: an introduction to this volume. In Driver, B. L., Brown, P. J., & Peterson, G. L. (Eds). *Benefits of leisure*, 3-12. State College, PA: Venture.
- Eyler, A. A., Brownson, R. C., Bacak, S. J., & Housemann, R. A. (2003). The epidemiology of walking for physical activity in the United States. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 35(9), 1529-1536.
Doi:10.1249/01.MSS.0000084622.39122.0C
- Getz, D., & McConnell, A. (2011). Serious sport tourism and event travel careers. *Journal of Sport Management*, 25, 326-338.
- Kozak, M. (2001). Repeaters' behavior at two distinct Destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807. doi:10.1016/S0160-7383(00)00078-5
- Kyle, G., & Chick, G. (2002). The social nature of leisure involvement. *Journal of Leisure Research*, 34(4), 426-448.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian Trail. *Journal of Leisure Research*, 35(3), 249-273.



- Kyle, G. T., & Mowen, A. J. (2005). An examination of the leisure involvement-Agency commitment relationship. *Journal of Leisure Research*, 37(3), 342-363.
- Lee, R. E., Goldberg, J. H., Sallis, J. F., Hickmann, S. A., Castro, C. M., & Chen, A. H. (2001). A prospective analysis of the relationship between walking and mood in sedentary ethnic minority women. *Women's Health*, 32(4), 1-15. doi:10.1300/J013v32n04_01
- Mitchell, H. (1989). Manipulating message involvement in advertising research. *Journal of Advertising*, 18, 28-38.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*(3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Pagano, I. S., Barkhoff, H., Heiby, E. M., & Schlicht, W. (2006). Dynamical modeling of the relations between leisure activities and health indicators. *Journal of Leisure Research*, 38(1), 61-77.
- Ridgers N. D., Stratton, G., Fairclough, S. J., & Twisk, J. W. R. (2007). Children's physical activity levels during school recess: A quasi-experimental intervention study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 4, 19.
- Selin, S., & Howard, D. (1988). Ego involvement and leisure behavior: A conceptual specification. *Journal of Leisure Research*, 20, 237-244.
- Tully, M., Cupples, M., Chan, W. E., McGlade, K., & Young, I. (2005). Brisk walking, fitness and cardiovascular risk: a randomised controlled trial in primary care. *Preventive Medicine*, 41, 622-628. doi:10.1016/j.ypmed.2004.11.030
- Wiley, C. E., Shaw, S., & Havitz, M. E. (2000). Men and women's an examination of the gendered aspects of leisure involvement. *Leisure Science*, 22, 19-31. doi:10.1080/014904000272939