

休閒動機、休閒效益與幸福感關係之研究 —以南臺科技大學休閒系為例

楊蓓涵¹、*陳春安²

¹南臺科技大學休閒事業管理系、²南臺科技大學體育教育中心

*spring38@stust.edu.tw

摘要

本研究旨在探討休閒動機、休閒效益與幸福感之關係，並進一步探究休閒效益在休閒動機與幸福感間的中介效果。以南臺科技大學休閒系學生為研究對象，使用「休閒動機量表」、「休閒效益量表」與「幸福感量表」等工具進行資料蒐集，計得有效樣本 333 份。將所得資料運用描述性統計、驗證性因素分析與結構方程模式等進行分析。結果發現：休閒動機正向顯著影響休閒效益與幸福感；休閒效益正向顯著影響幸福感；休閒效益於休閒動機與幸福感之關係，具有中介效果。經由結構方程模式分析之後，所提出之模式適用於此研究；南臺科技大學休閒系學生，其休閒動機、休閒效益及幸福感之間具有明確的因果關係，且休閒效益於休閒動機與幸福感間扮演中介角色，亦即具有休閒動機的休閒系學生，可透過休閒效益獲得幸福感。

關鍵詞：休閒動機、休閒效益、幸福感、結構方程模式、中介角色

The Relationship among Leisure Motivation, Leisure Benefits, and Well-being-A Case of Leisure, Recreation, and Tourism Management Students at Southern Taiwan University of Science and Technology

Pei-Han Yang¹, *Chun-An Chen²

¹Leisure, Recreation, and Tourism Management, Southern Taiwan University of Science and Technology

*²Physical Education Center, Southern Taiwan University of Science and Technology

Abstract

The purpose of this study is to establish a model for the relationship among leisure motivation, leisure benefits, and well-being among students of Leisure, Recreation, and Tourism Management in Southern Taiwan University of Science and Technology. The research instruments cover the scale of leisure motivation, the scale of leisure benefits, and the scale of well-being. A total of 333 valid questionnaires were returned. Responses were analyzed using descriptive statistics, confirmatory factor analysis (CFA), and structural equation modeling (SEM). The results revealed that leisure motivation had a significant and positive effect on leisure benefits and well-being. Leisure benefits had a significant and positive effect on well-being and a mediating effect on the relationship between leisure motivation and well-being. Confirmatory factor analysis of structural equation modeling results revealed that the proposed model is applicable to this study. For the students of Leisure, Recreation, and Tourism Management at Southern Taiwan University of Science and Technology, there was a causal relationship among

leisure motivation, leisure benefits, and well-being. In addition, leisure benefits mediated the relationship between leisure motivation and well-being. That is, students engaged in leisure motivation obtained well-being through leisure benefits.

Keywords: Leisure Motivation, Leisure Benefits, Well-being, Structural Equation Modeling, Intermediary Role

壹、緒論

休閒能帶給人們許多正面的效益，促進生理，心理的健康，協助個體因面臨生活壓力時，所產生正向的情緒，有效的維持身心整體的健康（陳建和等，2012）。沈易利等（2013）更道出休閒活動對個人而言能夠提升身心靈的健康與幸福感，對社會而言能促進社會和諧，對產業而言，能帶動產能增加與經濟繁榮。對國家而言，能增進國人對國家的向心力，並減少醫療健康負擔，可以說對個人、社會、產業和國家均有非常大的效益。可見，隨著經濟快速的發展、國民所得的提高、閒暇時間的增多，國人養生風潮的流行，以及健康促進觀念的興起，使得休閒活動發展得非常蓬勃快速（陳鴻雁，2002）。李志偉等（2018）亦認為就當前社會型態的改變，人們對休閒的需求量大增，休閒活動在生活中佔了很重要的比重。Iso-Ahola（1980）認為參與休閒活動的青少年，相較未參與休閒活動的青少年，其身心更加健康滿足。高中職學生經過學測或指考進入大學就讀後，升學課業壓力頓時消失；成為大學生後，自我的時間較以往增多，以及面對多樣化的休閒活動型態，選擇合適的休閒活動成為重要課題。因此，大學生也普遍開始重視休閒活動。

動機乃個人行為的基礎，其涉及人類想要滿足的需求，人類的任何活動都為了滿足需求而產生；也可能是一種尋求目標的動力，個人內心存在某種吸引本身的目標，而促使其採取行動，來達成目標的驅力（李貽鴻等，2010）。黃智德等（2013）也認為休閒動機是引起與維持個體朝向目標前進的原動力，不論內在環境或是外在環境的刺激，皆會引起休閒動機，並且促使參與休閒活動行為。因此，了解參與休閒活動的大學生之休閒動機內涵，將可進一步詮釋休閒活動的特殊性動機。若希望有效提升個體休閒活動參與意圖，就必須深入探討個體參與休閒活動的動機，尤其近幾年臺灣地區休閒活動蓬勃發展，深入了解其休閒動機實有其必要性。

休閒活動可以提供全人類獲得具有價值與意義的生活，幫助人們提升生活品質（Iwasaki, 2006）。參與休閒活動具有許多利益，人們為了因應日常生活的各種壓力，而產生休閒調適和認知，可藉由參與休閒活動來紓解壓力及促進身體健康；且從事休閒活動具有健康、社交與心理等休閒效益（Hung & Crompton, 2006），亦能改善身心狀態及滿足個人需求（黃任閔等，2012）。李志偉等（2018）提到參與休閒活動，主要可以達到人際互動，結交志趣相同的朋友之需求，亦可獲得一種肯定自我歸屬感，以及成就感等益處，並可達到健身及放鬆的效果。休閒效益乃個人從事休閒活動，主觀所感受的正向收穫，做為判定是否達成目標，例如感受健康適能的增進、心情愉悅、壓力的舒緩、提升自信心、人際互動的促進等（陳春安等，2019）。綜合上述，參與休閒活動的確能為個體帶來許多休閒效益，期待透過本研究，更加了解大學休閒系學生參與休閒活動所帶來的休閒效益。

幸福感是一種正面肯定態度、生活愜意愉快的感受，具有提升生活品質之效用（Lyubomirsky, et al., 2005）；其範圍廣泛，具有多層面之特性，與個人周圍環境相關，是邁向最佳健康狀態的過程（Edlin & Golanty, 2009）。國外研究指出，參與休閒活動可以促進個人的幸福感受，且休閒活動是幸福感的最佳預測因子（Gilbert & Abdullah, 2004）。Godbey（2003）認為人們一輩子，無不傾全力追求幸福之感受，而參與休閒活動可以促進健康，與達到高品質生活，進而獲得幸福感。Higgins 等（2009）指出改善學生生活幸福感受度，可以提升學業成效、緩解壓力、身心健康及健全人格發展等。幸福感可謂是各國衡量國民，對於國家的政策、生活環境、心理感受及社會等各項的個體認知及感受，所採用的指標，生活滿意、社會

聯繫、健康狀態、主觀幸福感等，皆為民眾感受幸福感的判定項目（中央研究院人文社會科學研究中心，2015）。江怡君等（2016）更指出，自古以來人們不斷努力追求的目標，不外乎是擁有幸福及快樂的人生，終其一生朝這個目標邁進，人生的目的在於追求幸福亦不為過。近來國際之間的座談，主要議題也著重在討論全球民眾幸福美好生活指數的方法，建立幸福感指數作為各國施政的重要課題。可見幸福感被視為人民生活穩健、快樂的重要指標，而大學生是社會寶貴的資源，也是國家未來競爭力的根源，擁有健康身心的大學生，是明日健全社會之基礎，因此大學生宜積極參與屬於自己休閒活動，培養創造屬於自己的幸福感。

休閒動機是影響學生休閒行為的重要因素，經由休閒動機而引發休閒行為（Watson, 1996）；透過參與休閒活動，可以帶給人們無盡的效益（郭進財等，2009；Bright, 2000）；當大學生具有高度的休閒活動參與時，其所感受到的幸福感亦隨之升高（王微茹等，2008）。大學生可透過休閒效益，例如朋友關懷、環境舒適、自我實現、健康適能、獲得社交互動及提升身心健康來增進其幸福感（黃長發，2006）。由於休閒活動為大眾所喜愛，且休閒活動兼具運動、休閒及健康等多元價值，加上政府也積極推動休閒生活。有鑒於此，若能透過分析結果，針對大學生的休閒動機、休閒效益與幸福感做深入的研究，以裨益休閒活動的推廣與實施，對於就讀休閒系的大學生將會有所助益。因此本研究試圖透過結構方程模式，了解參與休閒活動的休閒動機、休閒效益與幸福感之關係。此外，本文欲進一步探討休閒效益在休閒動機與幸福感之間的中介效果，於蒐集相關資料時，發現目前國內研究中探討休閒動機、休閒效益、幸福感三者之間的關係，皆僅探討兩者之間的關係，例如休閒動機與幸福感關係（黃俊彥，2017）；休閒動機與休閒效益關係（陳春安等，2019）；休閒效益與幸福感關係（秦玉芳等，2020），而休閒效益在休閒動機與幸福感之間所扮演的角色，並未有相關研究進行深入探討，此一部份算是補休閒動機、休閒效益與幸福感間之關係的缺口，因此引起本研究的動機。

貳、文獻回顧

一、休閒動機

休閒動機為引起或導引個人從事休閒行為之原因，是一種驅力，乃維持休閒行為之動力來源（李欣穎等，2017；吳兆欣，2015）。Walker等（2008）指出，個人參與休閒活動可以滿足需求，加強個人對該活動參與的動機，進而成為興趣。Beard與Ragheb（1983）為了解人們參與休閒行為的心理及社會層面的理由，發展出一套休閒動機的測量工具，量表分為智力性、社交性、勝任熟練性及刺激逃避性等因素。該量表具完整性，且經國內外不同族群測試，具有良好的信效度，後續學者（郭彰仁等，2016；黃玉琴等，2017；黃彥翔、張伯茹，2018）進行休閒動機之研究多沿用此量表，做為研究工具。綜合上述，本研究將休閒動機定義為導引個體參與休閒活動之原因，乃從事及維持休閒活動進行的一種內在歷程，是維持休閒行為動力的來源，藉以透過參與休閒活動行為的發生來滿足個體的需求。擬以Beard與Ragheb（1983）所建構之休閒動機量表為基礎，並參考國內學者黃玉琴等（2017）之研究量表，編製本研究休閒動機量表。

二、休閒效益

休閒能帶給人們無盡的效益，個人所追求的價值與目標，因個人的需求不同，而產生不同的休閒效益（郭進財等，2009）。藉由參與休閒活動，可以紓解工作壓力、放鬆身心、增進身心發展（陳盛雄，2009）；也是提供社交活動、擴充人際關係與社會互動的方式，可以讓家人聚在一起，增進家人感情，和朋友分享經驗交流，增進人際關係（蔡聰智，2008）。Driver等（1991）認為個人在參與休閒活動的過程中，身心狀況與社會關係所獲得的改善或助益及所帶來的正面效益，稱之為休閒效益，可分為生理效益、心理效益、社交效益。國內許多學者根據Driver等之研究，編製休閒效益量表（林志鈞、王建智，2016；陳春安，2020）。Bright（2000）提出休閒對於人類生活之效益，涵蓋心理效益、生理效益、社會效益、經濟效

益與環境效益；Hung 與 Crompton (2006) 揭示三種休閒效益之類型，分別為健康相關效益、社交效益與心理效益。綜合上述，本研究認為透過參與休閒活動的過程，個人主觀評定對個人所產生的不同影響，包含感受與益處即為休閒效益。本研究以 Driver 等 (1991) 所提出休閒效益觀點為基礎，並參考陳春安 (2020) 之研究編製休閒效益量表。

三、幸福感

休閒活動對人們生活具有極大的影響力，從文化的結構來看，休閒反映了生活、政治、社會、商業及宗教制度，休閒亦提供了放鬆、恢復體力、提升個人成長、發展和幸福感 (Edginton, et al., 2003)。幸福感是人們對現實生活的一種主觀反應，為個人感受到需求獲得滿足和實現理想時的情緒，與生活中的客觀條件關係密不可分，並展現出人們的需求和價值 (Hsing, 2005)；當個體滿意自己的生活，並且能感受到快樂情緒，而悲傷和負面的情緒較少時，即可認為是擁有幸福感 (Zeng, 2007)。幸福感主題已引起國內、外許多學者的重視，並相繼發展可以精準評量個人幸福感的工具，然而各學者因研究目標不同，而研發不同的研究工具 (張傳琳等, 2016)。Argyle (1987) 所編製的牛津幸福感量表 (Oxford Happiness Inventory)，計 24 題，包含生活滿意、自我肯定、人際關係、身心健康等四個因素構面。其後國內學者多為引用或修正 (陳春安, 2020；陳偉瑀, 2016)。綜合上述，本研究認為當個人對自己休閒生活現狀整體上感到滿意，而產生情緒上的愉悅，此種情緒上的感受稱為幸福感。以 Argyle (1987) 所編製的牛津幸福感量表為測量工具，並參考陳春安 (2020) 的研究量表，編製本研究幸福感量表。

四、休閒動機、休閒效益與幸福感之關係與假設

在休閒效益的目標達成後，個體能否持續的追求此休閒活動所帶來的效益，關鍵在於動機 (陳春安等, 2019)。檢視過去相關研究，支持休閒動機對休閒效益具有正向關係 (李明儒等, 2017；李欣穎等, 2017；馬君萍等, 2014)，因此休閒活動參與者，若具有高度休閒動機，會影響其生理、心理、社交等效益，且根據上述研究，顯示休閒動機對休閒效益有顯著影響。據此，本研究認為具備高度休閒動機之大學生，參與休閒活動會有較佳的休閒效益。本文提出假設推論：

H1：休閒動機正向影響休閒效益。

幸福感能對健康產生正向的影響效果，而幸福感將會受到休閒參與、休閒動機所影響 (Heintzman & Mannell, 2003)。目前休閒動機與幸福感之間的關係已被驗證，休閒活動參與者休閒動機愈高，會正向影響參與者的幸福感 (吳珍妮、吳淑女, 2013；吳兆欣, 2015；郭芳坤, 2015；黃俊彥, 2017)。緣此，本文推論當休閒活動參與者有較高休閒動機時，有助於提升幸福感。綜上所述，參與休閒活動之大學生，其休閒動機與幸福感之間應具有相關。據此，提出以下假設：

H2：休閒動機正向影響幸福感。

對現代人而言，休閒是生活中非常重要的環節，透過參與休閒活動所獲得的休閒效益，有助於提升人類的幸福感，是預測幸福感之最佳因子 (Godbey, 2003)。透過休閒活動獲致休閒效益，有利於人們增強幸福感 (Currie, 2004)。回顧文獻，休閒效益與幸福感間之關係已被驗證，休閒活動參與者休閒效益愈高，會正向影響其幸福感 (秦玉芳等, 2020；陳妍蕙等, 2019；蔡玲瓏、黃靖文, 2019；賴盈孝等, 2018)。因此，本文推論休閒效益是影響幸福感的重要因素，擁有良好休閒效益的大學生，其幸福感就會愈高。此外，吳兆欣 (2015) 研究指出，當參與者的休閒動機愈強，其幸福感也就愈高，推究其可能原因是休閒參與者，以身心健康、激發想像力、培養創造力、建立友誼與拓展知識等因素的參與動機為出發點，經由參與休閒活動後，產生休閒效益回饋，並進而啟動幸福感的產生。據此，本研究提出以下假設：

H3：休閒效益正向影響幸福感。

H4：休閒效益於休閒動機與幸福感間具有中介效果。

參、研究方法

一、研究對象

本研究採問卷調查法，以南臺科技大學 109 學年度日間部休閒系學生為研究對象，於 2021 年 4 月 26 日至 4 月 30 日進行問卷調查，計發放問卷 350 份，剔除填答不完整問卷 17 份，獲得有效問卷 333 份，有效填答率 95.1%。

二、研究工具

(一) 休閒動機量表

本研究以 Beard 與 Ragheb (1983) 所建構之休閒動機量表為基礎，並參考國內學者黃玉琴等 (2017) 之研究量表，針對休閒活動之休閒動機論點，據以修正量表語詞問項，計分方式採 Likert 5 點尺度衡量，從 1 (非常不同意) 到 5 (非常同意)。利用驗證性因素分析評鑑測量模式，發現休閒動機量表標準化係數值介於 .76 至 .86 之間，個別信度介於 .58 至 .74 之間，建構信度 .88，平均變異抽取量為 .64，可見本量表具有收斂效度。休閒動機量表涵蓋四個衡量面向，分別為智力性有 7 題、社交性有 7 題、勝任熟練性有 6 題及刺激逃避性有 7 題，計 27 題。

(二) 休閒效益量表

本研究休閒效益量表以 Driver 等 (1991) 所提出休閒效益觀點為基礎，並參考陳春安 (2020) 之研究量表，針對休閒活動效益之論點，據以修正量表語詞問項，計分方式採 Likert 5 點尺度衡量，從 1 (非常不同意) 到 5 (非常同意)。利用驗證性因素分析評鑑測量模式，發現休閒效益量表標準化係數值介於 .76 至 .90 之間，個別信度介於 .58 至 .80 之間，建構信度 .85，平均變異抽取量為 .66，可見本量表具有收斂效度。此一量表包含三個衡量面向，分別為生理效益有 4 題、心理效益有 5 題、社交效益有 4 題，計 13 題。

(三) 幸福感量表

幸福感量表採用 Argyle (1987) 所編製的牛津幸福感量表 (Oxford Happiness Inventory) 為測量工具，並參考陳春安 (2020) 針對休閒活動幸福感之論點，據以修正量表語詞問項，計分方式採 Likert 5 點尺度衡量，從 1 (非常不同意) 到 5 (非常同意)。利用驗證性因素分析評鑑測量模式，發現幸福感量表標準化係數值介於 .76 至 .89 之間，個別信度介於 .58 至 .78 之間，建構信度 .88，平均變異抽取量為 .65，可見本量表具有收斂效度。幸福感量表分為生活滿意有 5 題、人際關係有 4 題、自我肯定有 4 題、身心健康有 5 題等四個衡量面向，計 18 題。

(四) 量表信效度分析

本研究於 2021 年 3 月 22 日至 3 月 25 日進行預試，以本校四個學院各一班四技一年級計 202 名學生為預試對象，剔除 6 份填答不全，回收有效問卷 196 份。利用驗證性因素分析，進行量表之信度、效度檢測。各構念的描述性統計分析與驗證性因素分析結果，如表 1 所示。由於問卷設計均有理論基礎及實證文獻之依據，故符合內容效度。Fornell 與 Larcker (1981) 建議可採用各構面與其對應問項所萃取的平均變異抽取量 (average variances extracted; AVE) 檢定收斂效度，AVE 值達 0.5 以上，即表示該量表具有收斂效度。在區別效度檢驗部分，Hair 等 (1998) 指出，每一個構面的 AVE 值的平方根應大於各構面的相關係數。由表 2 可知，各構面之 AVE 平方根均大於各構面的相關係數，顯示本研究之測量模式具有區別效度。

三、資料處理

本研究主要採用 SPSS 20.0 及 AMOS 17 統計軟體，進行相關的分析與檢驗。分析內容包括描述性統計分析、驗證性因素分析及結構方程模式等。本研究採用結構方程模式的分析，進行驗證性因素分析與理論模型的適配度分析，驗證本研究提出的各項假設。

表 1

各變數的描述性統計與驗證性因素分析

測量變數與題項	平均數	因素負荷量	t 值	CR	AVE
休閒動機				.88	.64
智力性	3.93	.81	15.59*		
社交性	3.90	.78	14.97*		
勝任熟練性	3.76	.86	16.68*		
刺激逃避性	3.75	.76			
休閒效益				.85	.66
生理效益	4.03	.89	15.86*		
心理效益	3.70	.77	14.60*		
社交效益	3.88	.76			
幸福感				.88	.65
生活滿意	3.94	.89			
人際關係	3.99	.77	17.75*		
自我肯定	3.91	.80	18.09*		
身心健康	3.93	.76	17.15*		

註：1.CR：組成信度；AVE：平均變異抽取量；

2.個別因素構面第一題設定相關為 1，故不進行 t 值檢定

3.* p<.05

表 2

各變項之相關係數矩陣表

變項	休閒動機	休閒效益	幸福感
休閒動機	.80		
休閒效益	.49*	.81	
幸福感	.53*	.52*	.81

註：1.對角線之數值代表潛在變數 AVE 之平方根；其下數值為標準化相關係數

2.* p<.05

三、資料處理

本研究主要採用 SPSS 20.0 及 AMOS 17 統計軟體，進行相關的分析與檢驗。分析內容包括描述性統計分析、驗證性因素分析及結構方程模式等。本研究採用結構方程模式的分析，進行驗證性因素分析與理論模型的適配度分析，驗證本研究所提出的各項假設。

肆、研究結果與討論

一、樣本特徵與敘述性統計

休閒系學生的性別組成，女學生有 228 人（占 68.5%），男學生 105 人（占 31.5%）；各年級人數，大一有 87 人（占 26.1%），大二有 78 人（占 23.4%），大三有 80 人（占 24.0%），大四有 88 人（占 26.4%）。

二、休閒動機、休閒效益與幸福感整體模式分析

本研究運用結構方程模式（structural equation modeling, SEM）進行研究假設檢定。理論模式之中，休閒動機係為外生之變數（獨立變數），休閒動機可反映於智力性、社交性、勝任熟練性、刺激逃避性四項

觀察變數；休閒效益與幸福感係為內生之變數（依變數），休閒效益可反映於生理效益、心理效益、社交效益三項觀察變數，幸福感亦可反映於生活滿意、人際關係、自我肯定、身心健康四項觀察變數。

（一）模式適配指標檢定-資料檢視

本研究以縮減後休閒動機量表、休閒效益量表、幸福感量表之因素平均值為觀察變項，各觀察變項之敘述性統計結果，智力性(M=3.93, SD=0.65)、社交性(M=3.90, SD=0.59)、勝任熟練性(M=3.76, SD=0.60)、刺激逃避性(M=3.75, SD=0.56)。生理效益(M=4.03, SD=0.57)、心理效益(M=3.70, SD=0.57)、社交效益(M=3.88, SD=0.54)。生活滿意(M=3.94, SD=0.63)、人際關係(M=3.99, SD=0.61)、自我肯定(M=3.91, SD=0.63)、身心健康(M=3.93, SD=0.60)。各項目之偏態係數介於-0.39至0.23之間，絕對值小於3，峰態係數介於-0.91至0.02間，絕對值小於10。爰此，並未違反常態分配之假定，因此模式分析使用最大概似法(ML)進行估計。

（二）整體模式各變項估計參數之檢驗

1.基本適配度標準

在本研究之整體模式中，潛在變項對觀察變項欲估計之參數(即 λ_x 與 λ_y)共11個，標準化係數介於.76到.90之間，且t值皆達顯著水準，顯示本模式各觀察變項之因素負荷量，並無違反參數估計之情形，亦即分析結果並未違反估計檢定之相關準則。

模式中潛在變項對潛在變項欲檢定之估計參數共計3個，模式中3個潛在變項間的參數估計結果，休閒動機對休閒效益的路徑係數為.49(t=7.81, p<.05)、認休閒動機對幸福感為.36(t=5.81, p<.05)、休閒效益對幸福感為.35(t=5.65, p<.05)，其估計參數的絕對值均未接近1，且t值均達.05之顯著水準。由此可知，本模式於潛在變項對潛在變項之參數估計檢定部分，其分析結果並未違反估計檢定相關規定。

在模式中，觀察變項之測量誤差分為兩種類型，即潛在自變項的觀察變項測量誤差(δ)以及潛在依變項的觀察變項測量誤差(ϵ)。結果本模式觀察變項的測量誤差之參數估計(r_1 ~ r_2)分別為.13(t=7.91)與.20(t=9.62)；(e_1 ~ e_{11})則介於.07與.15之間，均為正值且達.05之顯著水準。由此可知，本模式在觀察變項測量誤差之參數估計部分，其分析結果並未違反估計檢定之準則。顯示本研究在模式的基本適配檢定部分，符合Hair等(1998)所提出之相關準則。意即本研究針對休閒動機、休閒效益及幸福感所建構之路徑關係模式，其基本適配度為良好。

2.測量模式內在評鑑

在測量模式均通過整體適配檢定後，即可進行測量模式的內在適配評鑑，內在適配評鑑包含信度、聚合效度與區別效度。由內在結構因素驗證結果，得知11個模式中各觀察變項的個別信度介於.58至.80之間，符合Bentler與Wu(1993)的建議值，即各變項符合個別信度需大於.20以上的要求，因此，顯示本研究之個別題項具足夠信度。而3個潛在變項之建構信度分別為.88、.85、.88，符合黃芳銘(2007)建議之建構信度值需大於.60，因此，觀察變項具良好建構信度。

個別觀察項目對潛在變項的因素負荷量值介於.76至.90之間，均大於門檻值.45(Bentler & Wu, 1993)，顯示本研究觀察變項所建構的潛在變項是可以接受的。而潛在變項之平均變異抽取量分別為休閒動機.64、休閒效益.66與幸福感.65，皆高於平均變異抽取量之標準值.50，因此本研究假設模式具有聚合效度。

3.整體模式適配度

假設模式適配指標結果，如表3所示，絕對適配度指標方面， χ^2 值之p-value小於建議值.05，雖然卡方值為55.93(p<.05)，顯示適配度並不佳，但有鑑於卡方檢定本身存在著許多缺點與限制，其中一項即是容易受樣本數與自由度的影響。當樣本數愈大時，模式愈容易被拒絕，而本研究的有效樣本達333人，因此，單看卡方值，無法實質判斷出本整體模式是否真的適配。GFI=.97、AGFI=.96均大於建議值.90；SRMR=.03小於建議值.05；RMSEA=.03小於建議值.08為良好適配(good fit)；由上述可知絕對適配度指標除較易失準的卡方值外，均達到接受值，表示模式可以被接受。相對適配度指標方面，NFI=.98、TLI=.99與CFI=.99均大於接受值.90；簡約適配度指標方面PNFI=.73、PGFI=.61均大於接受值.50；CN=379大於接受值200；卡方自由度比 $\chi^2/df=1.36$ 介於接受值1.0-5.0之間，均顯示模式可以接受。整體而言，三類型適配指標均通過考驗，因此本研究假設模式可被接受。

表3
整體模式適配指標考驗摘要表

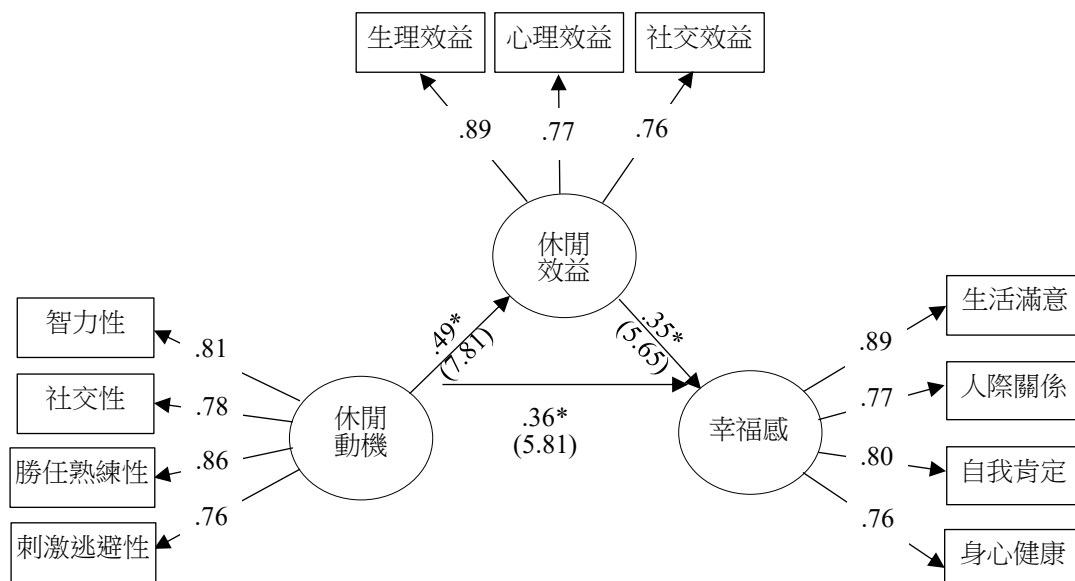
整體適配指標	檢驗值	標準值	模式適配判斷	
	χ^2	55.93	$p \geq .05$	不符合
絕對適配指標	GFI	.97	$\geq .90$	符合
	AGFI	.96	$\geq .90$	符合
	SRMR	.03	$\leq .05$	符合
	RMSEA	.03	$\leq .08$	符合
	相對適配指標	NFI	.98	$\geq .90$
TLI		.99	$\geq .90$	符合
CFI		.99	$\geq .90$	符合
簡約適配指標	PNFI	.73	$\geq .50$	符合
	PGFI	.61	$\geq .50$	符合
	χ^2/df	1.36	1.0-5.0	符合
	Critical N	379	≥ 200	符合

(三) 主要潛在變項之效果分析

根據上述假設模式評鑑，以及模式內在因素結構驗證結果，本研究假設模式是可以接受的，進一步探究各變項之間的直接效果 (direct effect)、間接效果 (indirect effect) 與整體效果 (total effect)。由圖 1 可知，休閒動機對休閒效益的直接效果值.49；休閒動機對幸福感的直接效果為.36，透過休閒效益對幸福感有.49×.35=.17的間接效果，因此休閒動機對幸福感的整體效果為.36+.17=.53；休閒效益對幸福感具有.35的直接效果。

中介效果之成立，必須符合以下條件：1.獨立變項必須影響中介變項；2.獨立變項必須影響依變項；3.中介變項必須影響依變項 (Baron & Kenny, 1986)，且蔡泰生 (2008) 提到，如果直接效果小於間接效果，表示中介變數發揮作用。本研究結果符合上述之條件，而在休閒效益的中介效果檢定方面，採用 Sobel Test (Tsai, et al., 2007) 進一步驗證休閒效益之中介效果。根據 Preacher 與 Hayes (2004) 之建議，以未標準化回歸係數和估計標準誤 (standard error, SE.) 計算，當 z 值大於 1.96，即代表中介效果顯著，檢定結果顯示休閒效益於休閒動機與幸福感之間具有中介效果 (z=4.58 > 1.96, p < .05)

圖 1
休閒動機、休閒效益及幸福感之路徑模型圖



三、討論

從路徑關係中顯示，休閒動機對休閒效益具有正向直接效果，本研究 H1 假設成立，發現休閒動機對休閒效益的直接效果路徑值為.49，表示休閒動機愈高，休閒系學生所獲得的休閒效益也愈高；此結果呼應李明儒等（2017）；李欣穎等（2017）之觀點，即休閒動機對休閒效益具有正向的影響效果。顯示具有高度休閒動機的休閒系學生，對於他們所參與的休閒活動，由一開始的需求，轉化為興趣，且持續不斷投入之後，在生理、心理與社交上都能獲得持久的休閒效益；而提升智力性、社交性、勝任熟練性及刺激逃避性之休閒動機，應是休閒系學生獲得高休閒效益的重要因素。推究其可能原因是休閒動機乃引發與導引個人從事休閒參與行為的因素，休閒動機會因時、人而異，會隨著個人的生命週期而有所改變，每個人休閒動機不盡相同，不同的休閒動機對於休閒效益的影響亦有所不同。正如陳春安等（2019）表示休閒效益的目標達成後，個體能否持續的追求此休閒活動所帶來的效益，關鍵在於動機。可見休閒動機促使休閒系學生持續參與休閒活動，並且獲致較佳的休閒效益。

從休閒動機與幸福感之間的效果值可以得知，休閒動機對幸福感的直接效果路徑值為.36，間接效果為.17，總效果值為.53，表示休閒系學生的休閒動機愈高，幸福感也愈高，亦即休閒動機為幸福感的重要影響因子；本研究 H2 假設成立。此一結果不僅呼應過往研究（吳兆欣，2015；吳珍妮、吳淑女，2013）休閒動機與幸福感之間具有顯著關聯之主張，且提供了休閒動機與幸福感間因果關係之實證。推究其可能原因是參與休閒活動之休閒系學生以智力性、社交性、勝任熟練性、刺激逃避性等因素的休閒動機為出發點，經由參與休閒活動後產生休閒利益回饋，並進而啟動幸福感的產生。陸洛（1998）認為休閒活動參與者較容易感到幸福與快樂，亦即個人對日常生活中實際經驗的主觀感受，或是對生活現況整體的滿意和愉悅程度，其內心感受的好壞與否，會透過個人的主觀認知，如同生活品質、精神狀況、人格發展等，而賦予不同的意義，進而影響到心理所感受的幸福程度。透過休閒是達到健康、追求高品質生活及擁有幸福感的必經途徑（Godbey, 2003），可見，休閒動機確實為獲得深刻且持久幸福感的重要途徑。

本研究結果發現休閒效益對休閒系學生幸福感有正向且顯著的影響，表示休閒系學生若參與休閒活動的休閒效益愈高，其獲得的幸福感也愈高，本研究 H3 假設成立。本研究結果支持休閒效益正向影響幸福感，此一研究結果呼應過往研究結論（秦玉芳等，2020；賴盈孝等，2018），亦即透過參與休閒活動獲致之休閒效益，有助休閒系學生強化幸福之感受。正如 Currie（2004）所言，透過休閒活動所獲致之休閒效益，有利於人們增強幸福感。可見，對於休閒系學生而言，參與休閒活動所獲致之休閒效益，可以強化生活滿意、人際關係、自我肯定與身心健康之幸福感。從事休閒活動之終極目標，在於增進人類生活之幸福，參與特定休閒活動，若能衍生休閒效益，此一休閒效益亦將提升休閒活動參與者之幸福感受，以達幸福生活之目標。

張偉豪（2014）指出獨立變項顯著影響中介變項，且中介變項顯著影響依變項，表示中介效果存在。而當獨立變項影響依變項達顯著時則中介變項為部份中介，獨立變項影響依變項不顯著則為完全中介。本研究進一步採用 Sobel Test 驗證休閒效益之中介效果，結果 $z=5.29$ ，顯示休閒效益在休閒動機與幸福感之間具有中介效果。研究結果亦證實，休閒動機不僅直接影響幸福感之高低，亦藉由休閒效益之中介效果，間接影響幸福感，本研究 H4 假設成立。本研究支持吳兆欣（2015）之研究，指出當參與者的休閒動機愈強，其幸福感也就愈高，推究其可能原因是休閒參與者，以身心健康、激發想像力、培養創造力、建立友誼與拓展知識等因素的參與動機為出發點，經由參與休閒活動後，產生休閒效益回饋，並進而啟動幸福感的產生。綜合上述，本研究休閒效益在休閒動機與幸福感之間具有部分中介效果。休閒動機與幸福感之關係已具有實證研究之證據支持（郭芳坤，2015；黃俊彥，2017；Heintzman & Mannell, 2003），然而本文加入休閒效益之角色，藉以探討休閒效益於休閒活動中所扮演的角色，並且透過實證調查，驗證本研究所假設之中介效果。

伍、結論與建議

一、結論

本研究旨在探討休閒系學生的休閒動機、休閒效益與幸福感關係，從相關文獻中了解彼此的因果關係。並試圖驗證休閒動機是否會透過休閒效益的中介歷程，影響休閒系學生幸福感，嘗試建構出三者間之假設模式。透過問卷調查後，進行整體模式適配評鑑，而整體模式的適配指標皆達可接受程度。從該模式中得知：休閒動機與休閒效益之聯合效應，會正向且顯著的影響幸福感。此發現補充了前人文獻之單一關係，例如休閒動機與幸福感之單向關係；且休閒動機也會正向顯著的影響休閒效益，此發現亦與前人之文獻相互呼應。休閒動機不僅直接對休閒效益造成影響，也透過休閒效益對幸福感造成間接影響，是為幸福感的重要影響因子。顯示本研究具有智力性、社交性、勝任熟練性及刺激逃避性等休閒動機的休閒系學生，對於他們所參與的休閒活動過程中，可以產生正面的情緒，在生理、心理與社交等皆能獲致持久的休閒效益，進而達到生活滿意、人際關係、自我肯定與身心健康的幸福感受。

二、建議

本研究發現休閒系學生，其休閒動機對休閒效益、幸福感具有顯著正向影響關係，休閒效益對幸福感具顯著正向影響關係，且休閒動機透過休閒效益影響幸福感。故在實務方面提出以下建議：學校應鼓勵休閒系學生參與休閒活動，加強休閒動機的誘因，培養大學生養成多元休閒興趣，引發學生重視身心健康。讓學生經由參與休閒活動，在生理、心理、社交等層面獲得效益，進而享受休閒活動所帶來生活滿意、人際關係、自我肯定、身心健康的幸福感。因此，就學生而言，應經常參與休閒活動，培養多元休閒的興趣與能力，並建立正確觀念與相關常識。即能印證參與休閒活動，經由休閒利益，獲得幸福感。於學校方面，建議學校營造並提供愉悅且安全的休閒活動和場地，讓學生有更多的機會，體驗休閒活動帶來的效益及幸福感。校方亦可舉辦休閒教育訓練，宣導參與休閒活動所產生的身心靈效益，讓學生建立正確的休閒活動習慣，以塑造更健康的社會。

本研究僅針對南臺科技大學休閒系學生進行研究調查，並未包含其他科系之大學生，故樣本代表性不足。影響個體休閒行為的模式，其因素涵蓋許多面向，本研究僅從休閒動機、休閒效益及幸福感的角度切入，以南臺科技大學休閒系學生為例，得到許多寶貴的訊息，亦達到本研究的目的。因此，若要獲得更多、更完整的訊息，建議未來的研究可加上其他變項，例如休閒參與、涉入程度、休閒體驗、休閒滿意度、休閒阻礙、社會支持...等，並依照不同的休閒活動類型，重新加以建構，找出影響休閒行為更深層的原因，以提出更完整的理論貢獻。此外，建議未來研究亦可比較休閒系與非休閒系學生之間在休閒動機、休閒效益及幸福感的差異性。

參考文獻

- 中央研究院人文社會科學研究中心 (2015)。國民幸福指數調查暨主觀幸福感研究期末報告。政府部門委託之專題研究成果報告(編號: RES-104-02)。行政院主計總處。
- 王微茹、林芳儀、王正平、賴宏昇 (2008)。台北市大學生之休閒參與及幸福感之研究。《休閒與遊憩研究》，2(2)，131-167。
- 江怡君、林宗良、盧瑞山 (2016)。自行車隊參與者認真休閒、流暢體驗與幸福感之探討。《休閒運動保健學報》，11，1-14。
- 吳兆欣 (2015)。屏東地區大學生休閒動機、休閒參與及幸福感之研究。《運動休閒管理學報》，12(4)，89-104。
- 吳珍妮、吳淑女 (2013)。網球運動者之休閒動機、休閒涉入與幸福感的相關研究。《運動與遊憩研究》，7

- (4), 99-120。
- 李志偉、李秀琴、徐植蔚 (2018)。休閒動機之探討。**全球運動與休閒管理期刊**, 1 (1), 21-27。
- 李明儒、鄭喬箏、陳瑞峰 (2017)。澎湖家庭旅遊者之休閒動機、涉入對其休閒效益與幸福感之研究—以家庭支持為干擾。**休閒產業管理學刊**, 12 (1), 41-62。
- 李欣穎、張耀川、葉曉陽 (2017)。高雄市國中學生休閒參與動機與休閒效益相關之研究。**健康產業管理期刊**, 4 (2), 46-60。
- 李貽鴻、甘唐沖、陳宏斌 (2010)。北縣鶯歌陶瓷博物館觀光動機與滿意度之研究。**運動與遊憩研究**, 4 (4), 63-80。
- 沈易利、吳鴻文、王建臺、張武隆、李炳昭、李建興、黃顯佑、許光熙 (2013)。**國民體育季刊**, 176, 15-27。
- 林志鈞、王建智 (2016)。路跑活動吸引力與行為意圖之關係—休閒體驗、休閒效益之中介效果。**運動休閒餐旅研究**, 11 (3), 57-79。
- 秦玉芳、張瓊云、畢璐鑾 (2020)。大專跆拳道社團參與者休閒效益對幸福感之預測力。**運動休閒管理學報**, 17 (2), 18-29。
- 馬君萍、游正忠、朱明政、莊淑蘭 (2014)。高雄地區高中職教師休閒參與動機與休閒效益之研究。**興大體育學刊**, 13, 139-151。
- 張偉豪 (2014)。中介模型的探討與應用。<https://docsplayer.com/176533058-%E4%B8%AD%E4%BB%8B%E6%A8%A1%E5%9E%8B%E7%9A%84%E6%8E%A2%E8%A8%E8%88%87%E6%87%89%E7%94%A8.html>
- 張傳琳、陳坤虎、李怡真、王沂釗、何縉琪、危芷芬、許育齡 (2016)。**正向心理學**。洪葉文化。
- 郭芳坤 (2015)。銀髮族休閒運動參與動機與幸福感之研究。**運動健康休閒學報**, 6, 107-121。
- 郭進財、王秀華、林文煌 (2009)。大學校院學生運動社團的參與動機、休閒效益、生活品質與學業成就之研究。**中正體育學刊**, 2, 47-60。
- 郭彰仁、侯錦雄、李秋菊、許亦萱 (2016)。羽球運動者之休閒動機、涉入與滿意度之關係-以雲林地區為例。**國立屏東大學學報 (人文社會類)**, 1, 27-60。
- 陳妍惠、廖冠傑、陳柔均 (2019)。高雄市國中教師休閒參與、休閒效益、對幸福感之影響。**海洋休閒管理學刊**, 8, 50-65。
- 陳建和、葉昇璋、李柏甫 (2012)。大專院校學生休閒參與量表之建構。**真理觀光學報**, 10, 23-45。
- 陳春安 (2020)。自行車騎士認真性休閒、休閒效益及幸福感之關係。**運動與遊憩研究**, 15 (2), 23-40。
- 陳春安、方佩欣、李政達 (2019)。自行車騎士休閒動機與休閒效益之研究-以大目降自行車道為例。**南臺學報社會科學類**, 4 (1), 91-103。
- 陳偉瑀 (2016)。自行車活動型態參與者對參與動機和幸福感之相關研究。**休閒產業管理學刊**, 9 (1), 69-82。
- 陳盛雄 (2009)。**國家森林遊樂區露營場地與活動規劃評估**。行政院農委會林務局。
- 陳鴻雁 (2002)。**我國國民運動意識之調查**。行政院體委會。
- 陸洛 (1998)。中國人幸福感之內涵、測量及相關因素探討。**人文及社會科學**, 8 (1), 115-137。
- 黃玉琴、楊德宣、陳俐欣 (2017)。歌仔戲迷休閒態度、休閒動機與休閒效益之研究—以台灣北部地區

- 為例。戶外遊憩研究，30（1），91-131。
- 黃任閔、趙嘉裕、林國義（2012）。主題樂園遊客的休閒態度與休閒效益之研究。休閒產業管理學刊，5（3），22-41。
- 黃芳銘（2007）。結構方程模式。五南圖書公司。
- 黃長發（2006）。大學生休閒滿意度與幸福感關係之研究。運動休閒餐旅研究，1（1），25-41。
- 黃俊彥（2017）。台南地區銀髮族休閒運動參與、動機與幸福感之實證研究。輔仁大學體育學刊，16，87-111。
- 黃彥翔、張伯茹（2018）。環境知覺與野餐者的休閒動機、休閒涉入與休閒效益之關係。造園景觀學報，22（4），25-47。
- 黃智德、宋一夫、湯慧娟（2013）。自行車道使用者環境知覺與休閒行為之研究-以休閒動機為中介變項。臺灣體育運動管理學報，13（4），297-315。
- 榮泰生（2008）。AMOS 與研究方法。五南圖書公司。
- 蔡玲瓏、黃靖文（2019）。露營者親子互動與幸福感關係之研究：休閒效益之中介效果。運動休閒管理學報，16（4），1-22。
- 蔡聰智（2008）。撞球運動消費者涉入程度之研究。嘉大體育運動休閒期刊，7（2），71-80。
- 賴盈孝、陳建廷、徐瑋函（2018）。體型雕塑者的休閒動機、休閒涉入、休閒效益、幸福感相關之研究。運動休閒管理學報，15（4），19-35。
- Argyle, M. (1987). *The psychology of happiness*. Routledge.
- 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.
- Beard, J.G., & Ragheb, M.G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 219-228.
- Bentler, P.M., & Wu, E.J.C. (1993). *EQS/Windows user's guide*. BMDP Statistical Software.
- Bright, A.D. (2000). The role of social marketing in leisure and recreation management. *Journal of Leisure Research*, 32(1), 12-18.
- Currie, J. (2004). Viewpoint: Child research comes of age. *Canadian Journal of Economics*, 37(3), 509-527.
- Driver B.L., Brown, P.J., & Peterson, G.L. (1991). *Benefits of leisure*. Venture Publishing.
- Edginton, C.R., Hanson, C.J., Edginton, S.R., & Hudson, S.D. (2003). *Leisure programming: A service-centered and benefits approach* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Edlin, G., & Golanty, E. (2009). *Understanding and preventing diseases*. P: 332. Health and Fitness. Part IV-804. pages.
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Gilbert, D., & Abdullah, J. (2004). Holiday-taking and the sense of well-being. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 103-121.
- Godbey, G. (2003). *Leisure in your Life: An exploration* (6th ed.). Venture Publishing.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate data analysis*, (5th ed.). Prentice Hall

International.

- Heintzman, P., & Mannell, R.C. (2003). Spiritual functions of leisure and spiritual well-being: coping with time pressure. *Leisure sciences*, 25(2-3), 207-230.
- Higgins, J.W., Lauzon, L.L., Yew, A., Bratseth, C., & Morley, V. (2009). University students' wellness: What difference can a course make? *College Student Journal*, 43(3), 767-777.
- Hsing, C.C. (2005). Reflections on subjective well-being measures. *Indigenous Psychological Research in Chinese Societies*, 24, 301-323.
- Hung, K., & Crompton, J.L. (2006). Benefits and constraints associated with use of an urban park reported by a sample of elderly in Hong Kong. *Leisure Studies*, 25(3), 291-311.
- Iso-Ahola, S.E. (1980). *The social psychology of leisure and recreation*. Wm. C. Brown company Publishers.
- Iwasaki, Y. (2006). *Leisure, the quality of life, and diversity: An international and multicultural perspective*. Paper presented at the world congress of leisure, Zheuang Hangzhou, China.
- Lyubomirsky, S., King, L., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: does happiness lead to success? *Psychological Bulletin*, 131(6), 803-855.
- Preacher, K.J. & Hayes, A.F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717-731.
- Tsai, W.C., Chen, C.C., & Liu, H.L. (2007). Test of a model linking employee positive moods and task performance. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1570-1583.
- Walker, G.J., Jackson, E.L., & Deng, J.Y. (2008). The role of self-construal as an intervening variable between culture and leisure constraints: a comparison of Canadian and Mainland Chinese university students. *Journal of Leisure Research*, 40(1), 90-109.
- Watson, J.F. (1996). *The impact of leisure attitude and leisure motivation on the physical recreation/ leisure participation time*. Unpublished doctoral dissertation Purdue University, IN.
- Zeng, W.Z. (2007). The study of folk concepts of the good life and subjective well-being among college student. *Bulletin of Educational Psychology*, 38(4), 417-441.