



國立高雄科技大學  
企業管理系碩士班  
碩士論文

顧客參與度、心流體驗與持續使用意圖關連性之研究—  
以 The Collectors 的玩家為例

Exploring the Relationship Among Consumer Engagement,  
Flow Experience and Continuance Usage Intention: A Study  
on Players of The Collectors

研究生：江倩潔  
指導教授：黃義俊 博士

中華民國 112 年 06 月

**顧客參與度、心流體驗與持續使用意圖關連性之研究—以 The Collectors 的玩家為例**

**Exploring the Relationship Among Consumer Engagement, Flow Experience and Continuance Usage Intention: A Study on Players of The Collectors**

**研究生：江倩滢**

**指導教授：黃義俊 博士**

**國立高雄科技大學**

**企業管理系碩士班**

**碩士論文**

**A Thesis**

**Submitted to**

**Department of Business Administration**

**National Kaohsiung University of Science and Technology**

**In Partial Fulfillment of Requirements**

**For the Degree of Master of Business Administration**

**June 2023**

**Kaohsiung, Taiwan, Republic of China**

**中華民國 112 年 06 月**

國立高雄科技大學(燕巢校區)研究所學位論文考試審定書

企業管理系 碩士班

研究生

江倩滢

所提之論文

論文名稱(中文): 探討顧客參與度、心流體驗與持續使用意圖關連性之研究-以 The Collectors 玩家為例

論文名稱(英/日/德文): Exploring the Relationship Among Consumer Engagement, Flow Experience and Continuance Usage Intention: A Study on Players of The Collectors

經本委員會評審，符合碩士學位論文標準。

學位考試委員會

召集人

曾志弘

簽章

委員

黃嘉俊

楊敏里

曾志弘

指導教授

黃嘉俊

簽章

系所主管

王崇昱

簽章

中華民國 112 年 6 月 日

保存期限：永久

## 國立高雄科技大學學位論文著作權歸屬協議書

論文名稱：探討顧客參與度、心流體驗與持續使用意圖關連性之研究-以The Collectors玩家為例

Exploring the Relationship Among Consumer Engagement, Flow Experience and Continuance Usage Intention: A Study on Players of The Collectors

研究生：江倩潔

論文種類：碩士論文

系所名稱：企業管理系

指導教授：黃義俊

茲為保障著作人著作權益，並就論文著作權之歸屬及事後權利行使方式，包括論文應如何公開發表、發表時應如何標示著作人姓名、論文事後可作何種修改以及未來應如何授權他人利用等事項，碩、博士生與指導（含共同指導）教授依下列原則達成協議：

- 一、碩、博士生所撰寫之論文，如指導（或共同指導）教授僅為觀念之指導，並未參與內容表達之撰寫，依著作權法規定，學生為該論文之著作人，並於論文完成時，即享有該論文之著作權，指導教授無法於事後主張為共同著作人，亦不得共同掛名為著作人。（著作權法第10條之1）
- 二、如指導（或共同指導）教授不僅為觀念的指導，且參與內容之表達而與學生共同完成論文，且各人之創作，不能分離利用者，則為共同著作，學生與指導教授為論文的共同著作人並共同享有著作權，此等共同著作著作權（包括著作財產權及著作人格權）的行使，即應取得碩、博士生與指導（或共同指導）教授之共同同意後，始得為之。（著作權法第8條、著作權法第40條之1第1項）
- 三、依上述原則，本論文之著作權歸屬：

- 研究生單獨擁有。
- 研究生與指導教授共同擁有。
- 研究生、指導教授及共同指導教授共同擁有。

研究生：

江倩潔

日期：112年08月14日

指導教授：

黃義俊

日期：112年8月16日

# 探討顧客參與度、心流體驗與持續使用意圖關連性之 研究—以 The Collectors 玩家為例

學生：江倩滢  
國立高雄科技大學  
企業管理系碩士班

指導教授：黃義俊博士  
國立高雄科技大學  
企業管理系 教授

國立高雄科技大學企業管理系碩士班

## 摘要

近年來，永續發展的概念越來越受到重視。於 2015 年，聯合國提出了 17 項永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)，作為未來世界的願景藍圖，旨在通過經濟、社會和環境三個方面來應對全球環境和社會挑戰。在實現永續發展目標的過程中，顧客扮演著非常重要的角色。本研究認為，提升顧客對永續性的意識有助他們建立對永續行動的理解和支持，進而促進 SDGs 的發展，尤其是 SDG 12 (促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式) 的實現。

基於以往研究強調遊戲化在教育領域的積極效用，本研究以推廣永續發展的遊戲化應用程式「The Collectors」為例，探討玩家在遊戲中所感受到的顧客參與度、心流體驗和持續使用意圖之間的關連性。本研究通過對 The Collectors 之玩家進行線上問卷調查，共收集到 248 份有效回答，並使用 SPSS 和 AMOS 統計軟體進行分析。結果顯示，顧客參與度對心流體驗和持續使用意圖皆有顯著的正向影響，而心流體驗對持續使用意圖亦具有顯著正向影響。此外，研究進一步顯示，心流體驗對於顧客參與度與持續使用意圖之間具有部份中介效果。

**關鍵詞：**顧客參與度、心流體驗、持續使用意圖、永續發展目標 (SDGs)、遊戲化

Exploring the Relationship Among Consumer Engagement, Flow  
Experience and Continuance Usage Intention: A Study on Players of The  
Collectors

Student : Kong, Sin-Ying

Advisor : Dr. Huang, Yi-Chun

Department of Business Administration

National Kaohsiung University of Science and Technology

## ABSTRACT

In recent years, there has been a growing emphasis on the concept of sustainability. In 2015, the United Nations introduced 17 Sustainable Development Goals (SDGs) as a global framework for addressing environmental and social challenges through international cooperation across the economic, social, and environmental aspects. In this study, it is believed that consumers play a key role as one of the influencing factors. Enhancing consumers' awareness of sustainability helps facilitate their understanding and support for sustainable actions, leading to the success of SDGs, especially for SDG 12 (responsible production and consumption).

Drawing from previous research that highlights the positive effects of gamification in learning, the current study focuses on the sustainable gamified application which called 'The Collectors' to investigate the relationships among consumer engagement, flow experience, and continuance usage intention. The data were collected through an online survey among players of The Collectors. 248 valid responses were obtained and analyzed with SPSS and AMOS software. The results revealed that both consumer engagement and flow experience have a significant positive impact on continuous usage intention. Furthermore, consumer engagement was found to positively influence the flow experience. Additionally, the study further confirmed that flow experience is a mediating variable between consumer engagement and continuous usage intention.

**Keywords: consumer engagement, flow experience, continuance usage intention, Sustainable Development Goals (SDGs), gamification**