

國立臺灣體育學院運動管理學系
碩士班碩士學位論文

2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾
涉入程度、參與滿意度與球迷忠誠度之研究
A study on the On-Site Spectators' Involvement,
Participation Satisfaction and Fans Loyalty of
2010 Amway WPA Women World 9-Ball
Championship



研究生：吳繼帆
指導教授：黃彥翔 博士

中華民國九十九年六月

台中市

誌 謝

可以動筆寫這篇感謝詞，表示這兩年的碩士生涯已告一個段落，回想起這些日子，苦樂交加但也充滿了許多難忘的回憶！

在論文完成之際，我首先要感謝指導教授黃彥翔博士，他付出心力、盡心指導，為我審查論文的缺失與不足之處，使之趨於完美，不僅在學業上獲益良多，待人處事也在老師身上學到許多，除此之外，也感謝可強學長、郁然學長、甲霖學長、徐瑜學姊、靜儒學姊與同學淳毅、國峻、忠佑、馨云、詩雯、孟劭、欣圻的相互扶持與鼓勵！

除此之外，更感謝兩位口試委員蔡俊傑教授及林晉榮教授精闢入裡的指正，使本論文的架構與內容更暢達。

還有一輩子都要心存感恩的便是我的家人，因為有他們的支持與陪伴，讓我在求學路上不用擔心一切生活所需，感謝他們的無私奉獻！

吳繼帆 謹誌

2010/6/27

中文摘要

本研究目的在探討2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾人口特性、涉入程度、參與滿意度與忠誠度之關係。本研究採用問卷調查法，針對進入安麗盃撞球賽比賽場館京華城地下一樓地心引力廣場之現場觀眾，以「2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾涉入程度、參與滿意度與忠誠度之調查問卷」研究工具進行資料的收集，共計有318份有效問卷。資料處理工具為SPSS for Windows 12.0統計軟體，以描述性統計、單因子多變量分析(one-way MANOVA)、薛費爾事後比較及皮爾森積差相關等統計方法進行問卷之分析，結果發現：

- 一、2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾以男性居多，佔76%；年齡分布在21-25歲之間，佔27.9%；職業分布較為廣泛，主要為學生、服務業、工商業及自由業為多數，佔85.9%；教育程度以大學專科生居多，佔67%；每月平均收入以10,001-30,000較多，佔32.1%。
- 二、2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之年齡、職業、教育程度及月收入在涉入程度各構面上均達到顯著差異。
- 三、2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之年齡、職業、教育程度及月收入在參與滿意度各構面上達到顯著差異。
- 四、2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之年齡、職業、教育程度及月收入在忠誠度各構面上均達到顯著差異。
- 五、2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾涉入程度與

參與滿意度呈現顯著正相關。

六、2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾涉入程度與忠誠度呈現顯著正相關。

七、2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度與忠誠度呈現顯著正相關。

關鍵字：安麗盃、涉入程度、忠誠度、參與滿意度

A study on the On-Site Spectators' Involvement, Participation Satisfaction and Fans Loyalty of 2010 Amway WPA Women World 9-Ball Championship

Abstract

The purpose of this study was to explore the relations among population characteristic, spectator involvement, participation satisfaction and loyalty on the the billiards match in the 2010 Amway WPA Women World 9-Ball Championship. This research adopted the questionnaire survey procedure, aiming at the audience on the scene of the billiards match to collect the related information, with totally 318 effective questionnaires gathered. The data processing tool was the SPSS Along with the descriptive statistics, factor analysis (one-way MANOVA), Scheffe's method and Pearson's product-moment correlation, and finally discovers that:

1. The majority of spectator on the scene was male, account for 76%;The age just distributes around 21-25 years old, accounts for 27.9%;The occupation distribution was a little more widespread, mainly actas the student, service industry, businessman and freelancer etc, totally amounts to 85.9%; For the education level, college students constitute the majority, which account for 67%; And for average monthly payroll, the range between 10,001-30,000 is more common,

which accounts for 32.1%.

2. As for the **spectators' Involvement**, the respective researching factors on the age, occupation, the education level and monthly payroll of the audience all achieve the significance statistically.
3. As for the **participation Satisfaction**, the respective researching factors on the age, occupation, the education level and monthly payroll of the spectator all achieve the significance statistically.
4. As for the **fans loyalty**, the respective researching factors on the age, occupation, the education level and monthly payroll of the spectator all achieve the significance statistically.
5. The **spectators' Involvement** and **participation Satisfaction** are positively-related significantly.
6. The **spectators' Involvement** and **fans loyalty** are positively-related significantly.
7. The **fans loyalty** and **participation Satisfaction** are positively-related significantly.

Keywords: Amway, Billiard, Spectator Involvement, Participation Satisfaction, Loyalty

目錄

目錄	VI
表目錄	VIII
圖目錄	XI
摘要	I
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究目的	11
第三節 研究問題	11
第四節 研究範圍	12
第五節 研究限制	13
第六節 名詞解釋	14
第七節 研究流程	15
第貳章 文獻探討	17
第一節 國內職業運動發展概述	17
第二節 涉入理論	26
第三節 球迷參與滿意度	36
第四節 球迷忠誠度	40
第五節 本章總結	43
第參章 研究方法	45
第一節 研究架構	45
第二節 研究步驟	47
第三節 研究對象與抽樣方法	47
第四節 研究假設	49
第五節 研究工具	51
第六節 資料處理	60

第四章	研究結果與討論	62
第一節	現場觀眾基本資料分析	62
第二節	現場觀眾各變項之信效度分析	67
第三節	人口統計變項對涉入程度各層面之差異分析	75
第四節	人口統計變項對於參與滿意度之差異分析	98
第五節	人口統計變項對於忠誠度之差異分析	113
第六節	現場觀眾各變項之相關分析	126
第五章	結論與建議	129
第一節	結論	129
第二節	建議	132
參考文獻	136
附錄一	2010 安麗盃現場觀眾調查問卷	139

表目錄

表 2- 1	國內撞球選手歷年國際賽事成績	22
表 2- 2	涉入的定義摘要表	26
表 2- 3	個人涉入衡量量表	29
表 2- 4	McQuarrie & Munson 涉入衡量量表	31
表 2- 5	國內外涉入程度文獻摘要表	32
表 2- 6	滿意度定義摘要表	37
表 2- 7	球迷參與滿意度衡量構面表	39
表 3- 1	現場觀眾之涉入程度項目分析摘要表	53
表 3- 2	現場觀眾之滿意度項目分析摘要表	57
表 3- 3	現場觀眾之忠誠度項目分析摘要表	59
表 4- 1	受訪者之人數及其背景變項	65
表 4- 2	現場觀眾之涉入程度量表第一次因素分析	68
表 4- 3	現場觀眾之涉入程度量表第二次因素分析	70
表 4- 4	現場觀眾之涉入程度量表信度分析摘要表	71
表 4- 5	現場觀眾之忠誠度量表因素分析	72
表 4- 6	現場觀眾之忠誠度量表信度分析摘要表	73
表 4- 7	現場觀眾之參與滿意度量表因素分析	74
表 4- 8	現場觀眾之忠誠度量表信度分析摘要表	75
表 4- 9	涉入程度各項目、平均數及其排序表	76
表 4- 10	不同性別之觀眾涉入程度多變量變異數分析表	79
表 4- 11	不同性別之現場觀眾涉入程度差異分析表	79
表 4- 12	不同年齡之觀眾涉入程度多變量變異數分析表	81
表 4- 13	不同年齡之觀眾涉入程度差異分析表	82
表 4- 14	不同職業之觀眾涉入程度多變量變異數分析表	87

表 4- 15	不同職業之觀眾涉入程度差異分析表	87
表 4- 16	不同教育程度之觀眾涉入程度變異數分析表	92
表 4- 17	不同教育程度之現場觀眾涉入程度差異分析表 .	93
表 4- 18	不同月收入之觀眾涉入程度多變量分析表	96
表 4- 19	不同月收入之現場觀眾涉入程度差異分析表	96
表 4- 20	參與滿意度各項目、平均數及其排序	100
表 4- 21	不同性別之觀眾參與滿意度多變量分析表	101
表 4- 22	不同年齡之觀眾參與滿意度多變量分析表	102
表 4- 23	不同年齡之觀眾參與滿意度差異分析表	104
表 4- 24	不同職業之觀眾參與滿意度多變量分析表	105
表 4- 25	不同職業之參與觀眾滿意度差異分析表	106
表 4- 26	不同教育程度之觀眾滿意度多變量分析表	108
表 4- 27	不同教育程度之現場觀眾參與滿意度分析表 ..	108
表 4- 28	不同月收入之觀眾滿意度多變量變異數分析表	111
表 4- 29	不同月收入之現場觀眾參與滿意度差異分析表	112
表 4- 30	忠誠度各項目、平均數及其排序	114
表 4- 31	不同性別之現場觀眾忠誠度多變量分析表	115
表 4- 32	不同年齡之現場觀眾忠誠度多變量分析表	116
表 4- 33	不同年齡之現場觀眾忠誠度差異分析表	118
表 4- 34	不同職業之現場觀眾忠誠度多變量分析表	119
表 4- 35	不同職業之現場忠誠度差異分析表	120
表 4- 36	不同教育程度之觀眾忠誠度多變量分析表	122
表 4- 37	不同教育程度之現場觀眾忠誠度差異分析表 ..	122
表 4- 38	不同月收入之觀眾忠誠度多變量變異數分析表	125
表 4- 39	不同月收入之現場觀眾忠誠度差異分析表	125
表 4- 40	現場觀眾涉入程度與參與滿意度之相關係數表	126

表 4- 41	現場觀眾涉入程度與忠誠度之相關係數表	127
表 4- 42	現場觀眾參與滿意度與忠誠度之相關係數表 ..	128

圖目錄

圖 1- 1 研究流程圖	16
圖 3- 1 研究架構圖	46

第壹章 緒論

本研究旨在了解2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽賽事現場觀眾在涉入程度、參與滿意度間與忠誠度之關係，並深究涉入程度對參與滿意度與忠誠度的影響，希望藉此研究結果提供給未來欲舉辦大型撞球賽事或著相關室內運動賽事之主管單位參考。本章共分為研究背景、研究目的、研究問題、研究範圍、研究限制與名詞解釋等六部分，依序說明如下。

第一節 研究背景

一、國內撞球運動產業的發展與現況

近幾年來經濟快速成長，國民所得和教育水準明顯的改善，使得大眾休閒活動產生了很大的轉變，加上政府推動的週休二日，人們逐漸重視並且善用閒暇之餘從事各項休閒運動以舒展身心，隨著從事運動的人口逐漸增長，運動的層級與種類也愈趨於提升和多樣化，職業運動也因此因應而生，觀賞職業運動比賽不僅可以從中獲得滿足外，比賽本身具有的刺激性與不可預測性也讓民眾開始透過觀賞運動競賽來表示對運動的支持。

根據經濟部工業局（2002）指出台灣每年的運動休閒產

業產值為 1,052 億新台幣，且在經建會推動的產業發展策略中，運動休閒產業已被列為重點發展項目之一，行政院亦將運動休閒產業列入挑戰 2008 國發計畫「產業高值化計畫的細項計畫」，預計在六年後增加到 3,800 億新台幣 (Mullin, Hardy & Sutton, 2000)，由此可見政府推行休閒運動的努力與決心，而在眾多的休閒運動中，撞球運動的興起則是最受人矚目 (劉天麟，2002)。

撞球運動在台灣自民國 38 年由日本將英式司諾克撞球 (snooker) 傳入台灣，在 40 到 50 年代盛行一時，雖然在在早期撞球運動還沒被推廣到國際性時社會大眾總抱持著不良的觀感，但近年來因為社會風氣的開放，加上中華民國撞球運動協會、縣市撞球委員會相繼成立並推動其發展，這十多年來，台灣靠撞球運動的確大幅提升在世界的能見度，從 1990 年首屆世界 9 號球錦標賽開始，撞球為台灣奪得 14 面世界賽金牌，亞洲賽 11 金，1998 年泰國曼谷 3 金 2 銀 1 銅，2002 年南韓釜山亞運會 2 金 1 銀，2001 年日本秋田運動會 1 金 1 銅，2005 年德國杜伊斯堡兩屆世運會奪 1 金 1 銀，其他國際賽冠軍更是不計其數，改變了社會大眾對於撞球場所的不良印象 (台灣地區運動產業典範集錦，2004) 民國 86 年起，緯來體育台開始舉辦職業撞球大賽並進行電視轉播，至民國 91 年止，總計舉辦了 762 場賽次。而民國 90 年全國職業撞球排名賽計約有 7,900 人次觀賽，緯來體育台職業撞球大賽估計含現場觀眾及觀看電視轉播觀眾約有 3,200,000 人次。加上撞球運動是一種具普遍性、高趣味性的

休閒運動，具價格低廉、人人可參與之優點等種種特點，促使參與撞球運動的人口急速增加，開啟了國內的撞球運動盛行的風氣（王克武，2001）。1998年曼谷亞運將撞球列為正式比賽項目之後，帶動了亞洲地區撞球運動的發展，安麗盃、世界盃、美國公開賽、職業撞球大賽，國內好手頻獲總冠軍等刺激因素，趙豐邦、陳純甄、柳信美好手在國際或世界賽大放異彩，國內同時也有大量人才相繼參與，隨著撞球運動風氣的興盛，撞球人口急遽地增加，加上媒體廣告的大釋宣傳，網路上數十個熱門的撞球專屬網站、無線電視撞球比賽轉播，都是促使撞球風氣興起的重要因素。

二、國內外女子運動發展歷程與現況分析

女性參與國際運動的起源可以追溯到第二屆奧林匹克運動會，但只能參加幾種項目，直至1924年巴黎奧運期間，國際奧委會方才正式通過允許女子參加奧運會的條例，除此之外，由於十九世紀女性主義的興起，女性主義者開始追求在教育、就業、經濟、政治等方面的機會均等，因此美國國會於1972年通過強調接受聯邦經濟援助的教育計畫及活動不得歧視女性，包括在學校運動參與機會、運動員待遇與運動員獎學金分配等議題上的「教育修改法案第九條」(Title IX)，以及開發各種鼓勵女性參與體育的方案和計劃的「女性教育法」，透過法律途徑保障女性運動權利的法案（黃郁婷，2004）。

而1996年亞特蘭大奧運會後所成立的籃球、排球、足球、壘

球與美式足球等女子運動聯盟也紛紛趨於成熟，觀賞女子賽事的觀眾與媒體報導亦開始呈現穩定的增加 (Coakley, 1998; Lough, 1996)，以美國女子職業籃球 (Women's National Basketball Association, WNBA) 為例，從1997年至2002年為止已經有超過一億人次的球迷入場觀看球賽，而1999年在美國舉辦的 Women's World Cup (WWC) 到場參與的人次與媒體曝光率更是達到女子職業運動歷年來的新高 (Mitchell, 1999) 。

雖然如此，但這波女性運動的熱潮過後，女子運動就開始失去了大眾與媒體的持續關注，就如同風行一時美國女子足球協會 (Women's United Soccer Association, WUSA) 在三個球季過後面臨停頓的命運 (Ridinger與Funk, 2006)，而美國大學女子校隊與女子職業聯盟自成立之後一直存在資金匱乏的問題，不管是門票收入、贊助商、商品銷售或是媒體曝光率跟男子運動相較下都有極大的落差，並且需要依靠男子部門金援才有辦法持續營運 (Zhang, 2003)。

主要是因為大眾媒體傳播出的運動新聞較偏重於組織完善、種類多且較容易吸引觀眾的男性運動，根據 Reid 與 Soley (1979) 研究女性運動員在「運動畫刊」1956年至1976年間報導情形，結果發現女性運動員報導篇數所佔頁數比例並無差異，但男性相對的卻有逐年增加之趨勢，之後 Lumpkin 與 Williams (1991) 研究分析 1954~1987 年「運動畫刊」特寫報導文章發現，報導對象亦有九成為男性運動員的懸殊比例 (引自周靈山、錢慶安，2002)。

除了媒體之外，檢視各國體育運動領域的發展，獎金制度的差異也間接影響了女子運動項目的發展，以熱門的職業網球運動為例，女子職業網球協會（WTA）的比賽冠軍獎金就遠低於男性（邵冰如，2004）。由於受到媒體報導與男女體育資源分配的差異懸殊，致使國內外女性運動的市場氛圍長期呈現一片低迷狀態，但我國女性選手的實力是無庸置疑的，在個各運動領域中都表現的十分亮眼，2004年雅典奧運為例，袁叔琪、吳蕙如、陳麗如等三位女將便率先奪得女子團體射箭銅牌項目，緊接著跆拳道女將陳詩欣為我國奪下奧運史上的第一面金牌；此外，安麗盃世界女子花式撞球邀請賽、世界盃女子保齡球錦標賽、世界大學運動會女子排球等國際級賽事中，中華女將奪牌時有所聞（黃月桂、吳秀佳，2005）。處處展現了女性運動員的毅力與實力。

三、撞球運動在國內女子運動發展的重要性

雖然我國女子運動有如此優異的表現，但卻一直無法帶動大眾普遍的支持和觀賞，但其中安麗盃世界女子花式撞球公開賽卻成為在女性運動市場裡異軍突起，備受大眾矚目的女子撞球運動。撞球運動可說是近來發展得相當快速的項目之一，台灣早期的撞球活動以休閒為主，但因為撞球運動發展的環境不健全，發生了不少影響社會治安的事件，也影響了社會大眾對於撞球運動的不良觀感，因此在歐美各國視為高尚、正當的撞球活動，卻在國內被歸為「八大行業」之一，致使當時多數人

對「撞球」都有相當負面的錯誤印象(李志男、湯文慈,2006)。直到中華民國撞球運動協會(以下簡稱撞協)正式成立後,除了不斷地致力於國內外事務的發展,並透過舉辦優質的國際撞球賽會,結合運動媒體與運動贊助的具體優勢,使原本難以為社會大眾所認同的撞球運動得以蓬勃發展(鄭志富,2003)。

透過中華民國撞球運動協會、媒體與企業的努力與大力支持推廣下,國內女子撞球運動的環境越趨健全,從全省四處林立的撞球場、網路上數十個熱門的撞球專屬網站、撞球比賽轉播的高收視率等(郭聰智,2002),都可看出撞球運動已慢慢擺脫負面形象,成為清新、健康、合法的運動,對於女子撞球運動的發展有正面的助益,再加上中華民國撞球運動協會自1998年起全面整頓全台的撞球場,推動「優良球場評鑑」作業,要求所有的撞球場都要遵守包括消防器材、器具用品、公共安全等的規定,讓撞球場的經營形象更趨向於正面,也讓女性參與撞球運動不用擔心「安全」的問題,自然鼓舞更多女性加入撞球運動的行列(許毓芸,2006)。

經過這幾年的推展,台灣已經躍進成為亞洲地區最高水準的撞球強國,成為各國女子撞球選手前來進修的重鎮,國內女子撞球選手頻頻在眾多國際賽事中獲得殊榮,儼然已經能夠與男子撞球選手平起平坐,如1993年柳信美獲得美國公開賽女子組冠軍,陳純甄獲得同年第26屆以及1997年日本大阪公開賽女子組冠軍(林申勇,1999)等,此外,媒體對撞球運動報導與轉播量的增加,也讓女子撞球運動成為企業趨之若鶩爭相贊助

的新寵兒。

有鑑於此，美商安麗日用品公司也開始注意到這塊十分有發展潛力大餅，尤其撞球運動吸引的年輕人正符合企業想要深入的目標群，因此於 1998 年起，便與中華民國撞球運動協會與緯來體育台三方合作促成第一屆安麗盃世界女子 (Amway Cup World Women Billiards Invitational) 的舉辦。

標榜著「美麗女人，一流球技」的口號，安麗盃世界女子花式撞球邀請賽邀請了世界各國的女子撞球好手來台競技，透過美麗與智慧的結合，顛覆花瓶的形象，立刻受到廣大的迴響，也成功地吸引了國內媒體的目光，爭相報導關於安麗盃的消息。根據台灣尼爾森行銷研究股份有限公司 (ACNielsen) 的收視率調查報告，2000 年安麗盃世界女子花式撞球邀請賽三天比賽的收視率在所有有線電視體育節目的排名都拔得頭籌，此外，冠軍爭霸戰更是締造了 2000 年一月以來體育性節目在台灣電視收視率 1.40 新高的紀錄，而電子媒體網站瀏覽更多達 2,844,000 人次 (廖俊儒，2001)；根據以上的統計數據顯示，安麗盃世界女子花式撞球邀請賽已成為國人目前最受歡迎的女子運動項目，更於 2008 年受到國際撞球協會的肯定，從邀請賽轉型為世界女子花式撞球錦標賽 (Amway WPA Women World 9-ball Championship)，讓參與的人數激增，而這項賽事的成功包裝，不僅打響了「安麗」公司的知名度與形象，亦帶動國內女子撞球運動的風氣以及驚人的高收視率，創造出運動組織、傳播媒體與企業三者結合的三贏局面，堪稱國內運動行

銷策略成功經營的典範（許毓芸，2006）。

四、研究球迷心理影響的重要性

近年來撞球運動逐漸成為民眾休閒運動的最愛，所以在面對廣大的消費市場，運動產業的經營與觀賞賽事球迷的消費行為相關研究，也漸漸成為運動產業行銷研究重視的課題（劉天麟，2002）。

研究球迷之心理，主要的目的就是為了要讓球迷能繼續投入運動中，也就是維持球迷的忠誠度。所以本研究之目的，即為探討球迷涉入、參與滿意度與忠誠度及所衍生出來之行為之間關係，建立有關台灣職業運動球迷之心理行為模式。

回顧過去國內有關球迷心理行為的研究略顯不足，國外對於球迷之研究則相對的廣範許多。在國外的研究中，學者描述球迷參與球賽動機，概包括自我價值的提升、跳脫日常工作的煩悶、適當的紓解壓力、娛樂性的效果與社會化等動機(Wann, Schrader與Wilson,1999)；另有學者比較性別種族的的不同，在參與動機上的差異(James & Ridinger, 2002; Bilyeu & Wann, 2002)；亦有學者發展量表，以測量球迷的涉入與參與程度(Laverie & Arnett, 2000; Wann & Schrader, 2000)。

而在描述球迷的行為研究方面，Kerstetter與Kovich(1997)研究美國女子職業籃球(WNBA)其球迷涉入與行為之間的關係，結果發現涉入是一種了解球迷行為的有效概念，且球迷至球場之球齡、樂趣及價值之間有正面相關。

Madrigal(1995)則發展出一套能有效測量球迷滿意度的

模式，發現球迷認同一球隊或球員主要是受到樂趣強烈的影響，而此受到的影響與樂趣依序影響到觀賞後之滿意度。

Laverie與Arnett (2000)則利用球迷之持續性涉入、情境式涉入、參與滿意度以及對球隊之認同來預測球迷看球賽之頻率，發現球迷涉入、球隊認同與參與滿意度皆能有效預測球迷觀賞現場球賽之頻率。

而顧客滿意度是影響其忠誠度的一個重要變項，Reichheld與Sasser (1990)指出，滿意的顧客會提高對企業的忠誠度，忠誠度的提高則表示顧客在未來的重複購買機會大增，企業的收益也會因而增加，才能達到球團利益極大化之前提下，本研究也是者探討是否球迷之參與滿意度、涉入程度與能否影響到其忠誠度。

在目前國內的撞球相關文獻除了劉天麟 (2003) 研究青少年生活型態與撞球參與決策和林恩霈 (2004) 曾對台北市撞球運動消費者生活型態、個人價值觀及消費者行為進行研究以及顏志宏 (2005) 對高雄市撞球運動消費者生活型態與購買決策進行之研究外，其餘皆著重於大專生撞球課程滿意度與贊助撞球賽事等議題進行探討 (謝謨郁，2004；林衢良，2004；王克武，2003；廖俊儒，2001)。而同時關於撞球觀賞動機及滿意度方面的研究則付之闕如。

因此由上述研究背景，並藉由2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽的機會，深入探討撞球比賽現場觀眾參與滿意度與涉入程度是否會影響他們對於賽事的忠誠度，並試圖進一步瞭解

觀眾觀賞球賽的實際需求，再根據其需求進而營造現場服務良好、設備完善的觀賞環境，以吸引更多球迷進場欣賞比賽。而本研究之結果希望能提供主辦與贊助單位相關資訊，以期更瞭解消費者特性，進而擬定策略，改善賽事軟硬體設施的不足並增加賽事的可看性，以利於相關單位往後承辦國內中大型甚至國際級撞球賽事之參考，進而提昇國內撞球賽事品質與撞球運動永續經營發展，並將所得之研究結果應用於日後女性運動賽事行銷與發展課題上，提昇女性賽事品質。

第二節 研究目的

根據前述之研究背景，本研究之具體目的包括如下：

- 一、瞭解安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之基本背景現況。
- 二、瞭解安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之涉入程度、參與滿意度與忠誠度之情形。
- 三、探討不同人口背景變項之現場觀眾在涉入程度上之差異性。
- 四、探討不同人口背景變項之現場觀眾在參與滿意度上之差異性。
- 五、探討不同人口背景變項之現場觀眾在忠誠度上之差異性。
- 六、分析涉入程度、參與滿意度與忠誠度三者間之關係。

第三節 研究問題

承接上述研究目的，本研究之研究問題如下：

- 一、安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾其基本背景現況為何？
- 二、安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之涉入程度、參與滿意度與忠誠度之情況為何？

- 三、不同人口背景變項之現場觀眾在涉入程度上是否有顯著差異存在？
- 四、不同人口背景變項之現場觀眾在參與滿意度上是否有顯著差異存在？
- 五、不同人口背景變項之現場觀眾在忠誠度上是否有顯著差異存在？
- 六、涉入程度與忠誠度之間是否有相關存在。
- 七、參與滿意度與忠誠度之間是否有相關存在。
- 八、涉入程度與參與滿意度之間是否有相關存在。

第四節 研究範圍

本研究之範圍是以進入安麗盃世界女子花式撞球公開賽比賽場地京華城地下一樓地心引力廣場觀賞2010安麗盃世界女子花式撞球賽之現場觀眾為研究對象，而問卷調查時間範圍為2010年3月4日至2010年3月7日，透過問卷調查方式來進行研究，內容包含探討現場觀眾的人口背景特性、進場觀眾之涉入程度、參與滿意度及忠誠度，並對其進行相關之研究，回收後進行資料結果分析與討論，並根據所得之結論再提出建議與未來研究方向。

第五節 名詞解釋

一、現場觀眾

由於觀眾係指已經前來參與活動或透過其他大眾媒介觀賞運動競賽的人，因此本研究定義現場觀眾為親自至現場參與 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽的觀眾。

二、涉入程度

涉入的本質在於消費者個人對其自身攸關性的知覺程度。即消費者在特定情境下的相關程度愈強，知覺到的自我攸關程度也愈高，涉入程度亦隨之加深，進而產生後續關心該事物的行為反應。本研究所指之涉入程度是球迷參與安麗盃的頻率、強度與持久性，或是願意花多少金錢、時間與精力在安麗盃比賽中。

三、參與滿意度

顧客對於服務品質之滿意度，決定於顧客個人之經驗、需求及口碑而定，在期望的服務與認知的服務兩者之間獲得整體性的綜合性感受，進而產生對服務品質滿意與否的概念，本研究將影響球迷參與滿意度的構面分為下列：整體評價、所支持球員表現、球團提供之服務、各項活動及週邊商品。

四、球迷忠誠度

忠誠度乃是消費者在某一段時間內，對某一個品牌

或一些品牌的重複購買行為。Mowen (1990)將品牌忠誠度定義為顧客對一品牌持有正面態度，對其有承諾，及意圖在未來繼續購買的程度。本研究在球迷忠誠度之定義方面，綜合上述學者對忠誠之解釋，定義為球迷對所支持之球員有正面的態度，對其有認同及涉入，及意圖在未來繼續支持該一球員的程度。

第六節 研究限制

一、研究標的方面

本研究以2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽為主要研究範圍，無法將其研究結果推及至其他種類與層級的女子運動賽事，可能會因為賽事性質不同，現場觀眾組成與參與動機上有其相異之處。

二、研究對象方面

本研究之研究對象侷限於2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽之現場球迷，無法將研究結果推估至其他大眾媒體消費觀眾。

三、研究工具方面

本研究變數衡量多採用李克氏5點尺度衡量(Likert 5 point Scale)，但觀眾態度、感受與認知因人而異，因此與觀眾實際狀況可能有所出入，且無法控制受試者填寫問答的真實度，因此僅能假設所有受試者回答本問卷研究時皆據實回答。

第七節 研究流程

本研究的研究流程是確立研究方向與主題後，廣泛收集相關研究論文與資料，進而界定研究範圍與研究假說、決定抽樣方法，接著以結構性問卷作為研究工具進行問卷調查，最後將問卷回收後加以分析並提出建議。研究流程如下圖 1-1 所示：

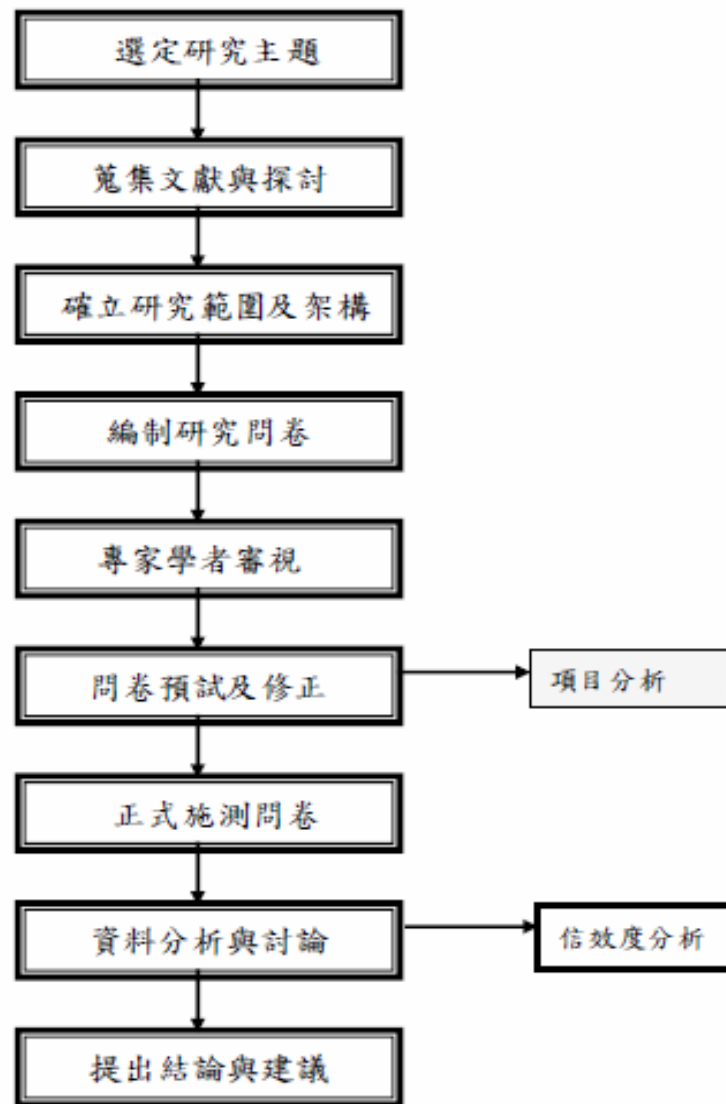


圖 1-1 研究流程圖

第貳章 文獻探討

文獻探討是為了使研究者更加瞭解過去研究以及與本論文相關的文獻，並加以釐清相關理論、重要因素之定義與運用本理論所進行的相關研究。由於本研究是以安麗盃世界女子花式撞球公開賽球迷之涉入程度、參與滿意度與球迷忠誠度之間關聯為探討主軸，所以在文獻回顧上，第一，先探討目前國內職業運動發展歷程與現況，後延續並簡述國內撞球運動的發展與安麗盃崛起歷程與其行銷運作方法；第二，涉入程度之基本定義、衡量與對球迷之影響；第三，研讀滿意度與忠誠度相關理論，並分析國內外提出之參與滿意度與忠誠度相關文獻，整理出參與滿意度與忠誠度構面，綜合以上文獻探討的結論，據以作為本研究之架構。

第一節 國內職業運動發展概述

一、國內職業運動發展的簡述

二十世紀以來，科技進步使得工作效率的提升，伴隨著週休二日制的實施，讓民眾在閒暇時間中安排各項運動休閒讓身心獲得更多的舒展，也使得運動產品和運動服務的需求隨之增加，認為隨著可支配的自由時間增長與便利的生活，連帶參與及觀賞運動的機會提升，引發人們從事運動的需

求；另一方面，卻也因為科技進步、緊張的生活步調，導致民眾生活壓力與日增加，因此開始追求健康的身心及生活品質而從事運動，運動不再是單純的競賽與能力的表現，而是健康與休閒的取向，這樣的社會變遷，是促成了運動產業的蓬勃發展的背景（蘇維杉，2003）。

由於運動休閒人口以及消費增加，除了帶動原本就已創造高經濟價值的運動用品製造業，增加運動技能指導、運動環境設施的需求，甚至有一部分的民眾開始喜歡欣賞精英運動員，在競賽中追求力與美的表現，於是職業運動、運動賽會籌辦、資訊媒體傳播與行銷等活動也隨之運應而生。這些屬於服務業範疇的運動休閒事業，不僅創造了每年超過300億的經濟產值（高俊雄，2005），也開始對台灣社會民眾的身心健康與生活品質產生正面影響與貢獻。

運動週邊的產品均圍繞者核心商品相依，其中運動核心產品又以職業運動與觀賞性賽會扮演的角色比例最重，以國外職業運動發展的經驗顯示，職業運動可說是整個運動產業的龍頭，因為自1850年末期，隨著全世界第一個職業棒球聯盟—國家聯盟(National League)的成立，其後的各單項的職業運動球團亦紛紛創立，形成一股運動與商業結合的風潮，除了門票收入成為當時職棒球團的主要營收來源外（李振綱，2006），也開始帶動許多周邊產業的發展，例如；運動場館、運動授權商品、媒體轉播權利金、專業服務（如場館

經營、財務/法律/保險服務、行銷諮詢、運動經紀)、球賽觀賞消費、球賽廣告等。事實上，運動商業週刊(Sports Business Journal)就指出職業運動是運動產業發展的火車頭(Broughton, 2002)。

而國內的職業運動市場，則是以「棒球」和「籃球」為台灣發展較早，且規模、組織較具完整性的職業運動項目(王宗吉，1999)。中華職業棒球聯盟(Chinese Professional Baseball League)最早成立於一九八九年，由味全、統一、三商、兄弟等四個企業投身職棒球隊，1990年台灣棒球史上第一季職棒聯賽開打(中華職棒聯盟網站，2006)，其後歷經中華職棒聯盟與台灣大聯盟長達6年的對峙、衝突後合併，十五年來吸引超過一千四百多萬人次進場觀賞，每年往往都有上億元的門票收入，儼然成了國內最熱門的運動與休閒活動，也帶動了運動產業與週邊商品的發展(黃瑛坡，2005)；而1994年成立中華職業籃球聯盟(Chinese Basketball Association)，曾經為國內籃壇掀起一股風潮，中華職籃元年即有每場平均2,804人購票進場觀賞，且電視轉播權利金從職籃元年的新台幣1,500萬飆高至職籃二年的新台幣4,500萬，到了職籃三至五年的電視轉播權利金更是高達新台幣32,800萬(池欣玲，2006)，由於職業運動提供觀眾一個滿足休閒需求與人際關係情感交流最佳場所，因此兩者均受到全國民眾的熱愛和歡迎，帶起了一股運動風潮，成為我國職業運動中最重要也最受歡迎的休閒活動。其後繼台灣有線電視合法

化後，有線電視來自廣告與訂閱費的雙重利潤，提供了一個可以提供單一運動的產品性質，透過緯來體育台的播映（如：國內男、女子職業撞球大賽、安麗盃以及其他綜合賽事），將撞球節目當為該台的節目主軸之一，並透過國際化的賽事改善早期撞球的不良形象，加上職籃因經營不善於1999年停賽後消逝，因此新興的撞球運動便取而代之成為除獨佔市場的職棒外，現在台灣為二的職業運動之一，也替台灣職業運動另闢一個可以深度經營的市場。

五、國內撞球運動之發展

台灣的撞球運動是由日本殖民地時期傳進來的，當時的撞球流行開侖(Cannon)，台灣光復以後，司諾克(Snooker)逐漸取代開侖，不過因為英式司諾克球檯太大，業者基於營業需要，改以小檯花式撞球桌替代。但是從1964年起，教育部以台五三訓字第一七四五號令，明定專科以上學校學生不准進入撞球場館後，撞球運動開始步入下坡，不但被列入特種營業管理，同時被逐出省運比賽（張文炳，1984）。1978年，有「台灣撞球之父」之稱的藤間一男將花式撞球有系統地引進台灣。由於花式撞球器材大小適中且較易學習，因而吸引國內許多人才相繼投入花式撞球發展，促成了撞球運動風氣的興盛，並逐漸朝向「職業化」發展，這樣的一個環境之下於是打造出許許多多的國際級撞球好手，從此為台灣撞球運動開創新的歷史。

早年撞球場館被歸入「八大行業」之一，隨著社會風氣的開放，及有心人士的努力推廣，於1999年終於擺脫了特種行業的不良形象，由「特種行業」正名為「競技及休閒體育場館業」，從1998年後，我國選手在國際賽事中屢傳捷報（如表2-1），尤其在1998及2002年亞運會中更囊括多面獎牌，並一度引發國內撞球熱潮。目前較為盛行的花式撞球打法為九號球(Nine Ball)及14-1(Fourteen One)二種，不過當前因為經濟不景氣及撞球熱潮的消退，原本四處林立的撞球場館已陸續有業者停止營業，國內眾多撞球好手也紛紛前往中國大陸發展甚至移藉出走，造成國內撞球運動之衝擊，不過這或許是台灣撞球運動的轉機，從如何改善國內撞球環境、加強軟硬體設施及爭取國際大型撞球賽事舉辦是相關單位現今必須努力的方向，希望能在官方和民間的合作下能迎接下一波台灣撞球運動的熱潮與錢潮。

表 2-1 國內撞球選手歷年國際賽事成績

年份	重大紀事
1993	「冷面殺手」趙豐邦贏得世界花式撞球賽冠軍 「撞球天后」柳信美贏得美國公開賽女子組冠軍
1997	陳純甄贏得大阪全日本公開賽女子組冠軍
1998	曼谷亞運中華代表隊獲得三金二銀一銅
1999	柳信美贏得安麗盃世界女子花式撞球賽冠軍
2000	趙豐邦再度贏得世界花式撞球賽冠軍
2001	日本秋田世界運動會楊清順獲得金牌、陳純甄獲得銅牌
2002	柳信美再度贏得安麗盃世界女子花式撞球賽冠軍 釜山亞運會中華代表隊獲得二金一銀
2005	「泰山神童」吳珈慶贏得世界花式撞球賽冠軍 德國杜伊斯堡世界運動會「刀鋒戰士」張裴瑋獲得金牌、陳純甄獲得銀牌
2006	楊清順贏得 Super Cup 冠軍
2007	澳門亞洲室內運動會中華隊獲得女子 9、8 號球金牌
2008	「女殺手」林沅君贏得安麗盃女子花式撞球賽冠軍
2009	「大眼妹」周婕妤贏得安麗盃女子花式撞球賽冠軍

註：資料來源：本研究整理

三、安麗盃女子撞球運動的崛起與現況

運動一直被視為男性的專利，且大部份運動節目的觀眾多為男性，因此大眾媒體所轉播的運動自然就導向男性所喜愛的籃球、棒球、賽車等，但在這情況下，安麗盃卻異軍突起，是國內少見受到媒體、贊助商及廣告商喜愛且積極行銷合作的女子競賽。

關於女子職業撞球的起源則是由1999年東森育樂台與撞球運動協會合作製播「女子撞球風雲賽」開始，經過半年的實驗性播映，創造出極佳收視率與觀眾群，使女子撞球蔚為撞壇新風潮後方正式推出女子職業賽，而後的安麗盃女子花式撞球錦標賽更是將女子撞球運動帶入新的職業紀元。

自從美商安麗公司1998年起贊助舉辦第一屆安麗盃世界女子花式撞球邀請賽，由緯來體育台負責全程的賽事轉播，獲得大眾廣大迴響後，2000年安麗盃三天賽事收視率再各有線電視體育台均拔得頭籌，冠軍戰更有高達6.28%的瞬間收視率，現場觀眾人數超過5,000人，與台灣安麗公司合作的夢想家媒體網站也在活動宣傳期間湧入284萬4,000人次上網閱讀。

除此之外，緯來體育台與中華民國撞球運動協會決定自2006年起將安麗盃由以往的邀請賽改為錦標賽，2008年更被世界撞球協會要求更名為安麗盃世界女子花式撞球公開賽，提高至國際水準層級的競賽，邀請眾多國際好手同場較勁，加上經過這幾年的推展，台灣已經躍進成為亞洲地區最高水

準的撞球強國，成為各國女子撞球選手前來進修的重鎮，如金佳映、玄知原、北山亞紀子等人都是各國首區一指的名將。國內女子撞球選手頻頻在眾多國際賽事中獲得殊榮，儼然已經能夠與男子撞球選手平起平坐，輝煌的戰績如1993年柳信美獲得美國公開賽女子組冠軍，同年陳純甄獲得26屆日本大阪公開賽女子組冠軍、1997年大阪全日本公開賽由陳純甄奪得女子組冠（林申勇，1999）等，這些女將屢屢締造佳績，將國內撞球水平發揚至國際舞台。

安麗盃成功的原因，不外乎支持廠商的贊助與媒體的成功結合的行銷手法，綜觀國內女子運動，最為國人熟悉的女壘、女排、女足是來自於國際比賽的亮眼成績，但卻面臨資金不足與電子媒體少量的關注。反之，安麗盃則以黑馬之姿獲得的高額獎金與媒體曝光率；以中華職棒為例，專門成立的宣傳推廣部時常推出現場促銷，以及配合各節日所設計的一系列活動，如興農球團的主場加油帽之夜、母親節特別活動，誠泰及中信球團推出的兒童主題日等等（李振綱，2006），而安麗盃也仿照職棒與超級籃球聯賽的手法，固定每年賽季，培養閱聽人收看習慣；其次是結合球星、名氣與賣點的明星塑造，而在賽前的宣傳更不遺餘力，除主辦單位與贊助商透過平面、電子與網路媒體的密集宣傳外，比賽期間運用更積極與多元的公關造勢活動，如2000年以「I Love Her 全民運動會」與票選「超人氣撞球天后」為主軸；2001年則以公益性質的關懷青少年，鞏固從事撞球最積極的族群與前進

奧運為賣點；2005年則以撞球甜心選拔賽，號召全國熱愛撞球的新血加入，並在賽事轉播的空檔中播放主辦單位事先預錄的訪問與花絮片段，提供觀眾各樣的訊息內容，引起觀眾觀賞的興趣，因此直至今日，除2003年第六屆因為SARS停辦之外，安麗盃已成為國內常態性的體壇盛事之一。

四、小結

台灣運動產業逐年增長，除了原本就非常專業的運動用品製造外，也開始致力於運動核心領域的開拓，隨著各單項運動的蓬勃發展，超級籃球聯賽(SBL)、中華職棒與撞球等職業與半職業運動也因應而生，不僅帶起國人觀賞運動的廣泛熱潮與實際參與，雖然運動市場仍以男子運動為主流，但女性競技運動能力與水準的提升，女性運動賽事的品質也愈益精進，讓民眾可以在休閒的時間裡，能將觀賞女性賽事與運動當成重要的活動之一，因此本研究選定知名的安麗盃世界女子花式撞球公開賽為研究標的，藉以探討女性運動賽事的球迷，其涉入，程度、球迷忠誠度與參與滿意度為何。

第二節 涉入理論

一、涉入定義

涉入概念的運用層面很廣泛，並由不同的觀點所形成，且其運用的時機也不盡相同，故涉入的定義才會造成眾說紛紜的情況，這也說明了涉入是一個多角度的觀念。茲就各家學者對涉入的定義整理如下表 2-2：

表 2-2 涉入的定義摘要表

研究者	涉入之定義
Freeman(1964)	對一事件特定立場上的關注、興趣或認同感。
Krugman (1965)	個人將廣告訊息與個人生活經驗，兩者相結合(connections)的次數
Howard (1969)	涉入是個人需求與興趣所決定。
Rothschild (1984)	詮釋為對於一項活動或者產品，感興趣、刺激或覺醒的一種狀態。
Zaichkowsky (1985)	個人基於本身的需求、價值觀和興趣，而對某項事物所感覺到的攸關程度。
Andrews (1988)	被外物所激發的內在狀態，包括強度與方向。

(續下頁)

表 2-2 涉入的定義摘要表（續）

研究者	涉入之定義
William (1993)	涉入是個人切身相關的程度，會影響消費者接收與處理資訊。
Blackwell (1995)	涉入是激發個人解決衍生問題的行為。
Trappey (1999)	某一事件所引起的興趣程度。
Wozniak (2001)	消費者對購買產品的個人關心程度。

資料來源：本研究整理

由於涉入普遍的運用在不同領域中，因此涉入至今仍沒有一個受各界普遍認同的定義。但是整體來看，多數的學者皆同意涉入的本質在於消費者個人對其自身攸關性的知覺程度。即消費者在特定情境下的相關程度愈強，知覺到的自我攸關程度也愈高，涉入程度亦隨之加深，進而產生後續關心該事物的行為反應。所以自涉入在此觀念提出後，其重要性即受到行銷學者的注意，涉入研究遂成為消費者行為研究的重要領域。

二、涉入之衡量

而在涉入的衡量方面，在休閒遊憩領域中關於遊憩涉入的衡量主要以 CIP (Consumer Involvement Profile) 及 PII (Personal Involvement Inventory) 兩種量表來測量遊憩者的涉入程度。其中 Zaichkowsky(1985) 提出個人涉入量表 PII，並認為沒有一個各別測量變項可以充分的度量涉入的概念，必須建構一購買決策、產品決策、與廣告決策之概化性量表，其發展出一套將 168 對形容詞經過一連串的檢驗，然後縮減為 20 個項目，以衡量消費者涉入程度，這 20 個語意差異題目量表稱之為個人涉入量表 (Personal Involvement Inventory，簡稱 PII)，PII 使用語意差異量表而不以 Likert 7 分量表來表示題目。如下表 2-3 所示，目的是在獲得一般性量表，不受產品特性的影響。

表 2-3 個人涉入衡量量表

很重要	：	：	：	：	：	：	：	很不重要
對我沒影響	：	：	：	：	：	：	：	對我有影響
跟我沒關係	：	：	：	：	：	：	：	跟我很有關係
對我有意義	：	：	：	：	：	：	：	對我很沒有意義
毫無用處	：	：	：	：	：	：	：	很有用處
很有價值	：	：	：	：	：	：	：	很沒價值
無足輕重	：	：	：	：	：	：	：	根本必須的
有助益的	：	：	：	：	：	：	：	沒有助益的
對我關係重大的	：	：	：	：	：	：	：	很不要緊的
很不感興趣的	：	：	：	：	：	：	：	很感興趣的
意義深長的	：	：	：	：	：	：	：	不足言道的
生命攸關的	：	：	：	：	：	：	：	很多餘的
令人厭煩的	：	：	：	：	：	：	：	有趣的
索然無味的	：	：	：	：	：	：	：	令人興奮的
令人心動的	：	：	：	：	：	：	：	不令人心動的
庸俗的	：	：	：	：	：	：	：	很高尚的
不可或缺的	：	：	：	：	：	：	：	可有可無的
非常不渴望的	：	：	：	：	：	：	：	非常渴望的
很想要購買的	：	：	：	：	：	：	：	很不想購買的
不必須的	：	：	：	：	：	：	：	非常必須的

註：資料來源：Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3), pp. 341-352.

其次為 Laurent & Kapferer (1985)提出消費者涉入剖面量表 CIP，認為應該以（一）重要性(importance)：對個人的意義和重要性。（二）愉悅性(pleasure)：情感訴求和提供愉快、喜愛的能力。（三）象徵性(sign)：產品表現個性或身分地位。（四）誤購風險性(risk importance)：購買產品所需負擔的經濟和功能風險（五）誤購可能性(risk probability)：消費者主觀認為會產生誤購的機率，等五個變項作為衡量「涉入剖面」(involvement profile)的構面，才能完整地描述消費者與產品之間關係的本質。

最後為 McQuarrie & Munson (1992)修改 Zaichkowsky 所提出之 PII (Personal Involvement Inventory) 量表後提出之 RPII (Revised Personal Involvement Inventory) 量表為衡量消費者涉入程度高低的工具。McQuarrie & Munson 認為 Zaichkowsky 所提出的涉入衡量項目過多，且所適用之對象亦無明確的劃分，更有用詞句屬多音節單字且敘述過長等缺點；進而根據 PII 進行修改，保有其 PII 原有之 8 組，另再加上 2 組，成為只有 10 組衡量項的 RPII，相較於原有的 PII 較為簡短卻不影響其效度及信度。如下表 2-4 所示：

態度、意見、情感、認知上的改變等。事實上，有關涉入程度與消費者之關係的研究頗多（詳見下表 2-5）。由下表可將利用涉入程度此一變數，來研究了解在職業運動上球迷之心理行為。而下一小節，本文也將國外相關對職業運動迷之涉入程度，做一探討。

表 2-5 國內外涉入程度文獻摘要表

作者/年代	研究結果
Zaichkowsky (1985)	涉入乃基於人類固有需要、價值觀與興趣，對客體所產生相關程度的認知。
Lauren (1986)	同一產品的涉入程度有高低之別，因此某些產品若經由一些區隔變數與以區隔，則可以建立多個不相近的市場區隔，而消費者涉入層面正可以作為此項工具。
Mcintyre (1989)	主要在測量露營族群的涉入程度。研究顯示，個人在露營活動的持久涉入越喜好露營活動者，越強調露營活動的社交功能者愈可能從事露營活動。
黃俊英(1990)	產品涉入程度不同，將使消費者的決策本質不同(不同的決策過程，不同的決策態度)。而對創新性的新產品而言，消費者的購買意願與其對該產品的涉入程度成正比。

(續下頁)

表 2-5 國內外涉入程度文獻摘要表（續）

作者 / 年代	研究結果
Wann (1996)	研究發現球迷之涉入程度會因為球季進行時與非球季時有明顯的不同；球季進行時之球迷涉入程度會大於非球季時。球季進行時，球迷會因涉入程度高，而消費有關職業球團所舉辦之各項活動與比賽。
張孝銘(2002)	研究發現職棒球迷的涉入程度，對現場觀賞有正向的因果關係，顯示球迷涉入可引起球迷的消費行為，球迷涉入為觀賞人數的重要指標。
吳宗瓊(2002)	在探討旅遊涉入程度與海外旅遊產品選購行為之關係研究中發現，涉入理論能有效解釋旅遊產品選購屬性上的變異，而不同旅遊型態參與者之涉入程度不同，亦發現不同涉入前置因數（個人特質、產品因素）與結果因素（資訊收集、選購決策模式）上有顯著不同。

註：資料來源：本研究整理

四、球迷涉入相關文獻

Mullin(1993)對涉入之定義為「運動涉入的頻率、強度與持久性，或是願意花多少金錢、時間與精力在運動涉入

上」，其研究方向著重於參與程度；回顧過去國內對球迷涉入之研究，多根據Mullin(1993)對涉入之定義為出發點，如謝智謀(1991)在職業運動觀賞行為之研究中，將涉入定義為球迷之參與情況，有43.8%的人觀賞12次，29.5%的人觀賞過3-5次。林千源(1995)兄弟象職業棒球隊消費者行為之研究，以觀賞次數來衡量球迷涉入程度，其發現個人平均每年到台北市立棒球場觀賞兄弟象隊比賽之次數上，填答為3-10次之中度參與者佔49.7%，填答11次以上之重度參與者佔37.7%，兩者合計佔87.4%，可見兄弟象迷重複參與頻率相當高。但從以上之研究可以發現，過去研究對球迷涉入程度之定義，與本研究有著一定之差異，本研究著重在於球迷心理過程，並非上述之參與程度。

相較於國內之文獻，國外對於球迷涉入程度上之研究相對廣泛許多。Kerstetter & Kovich(1997)研究美國女子職業籃球(WNBA)其球迷涉入與行為之間的關係，利用了涉入的概念來了解球迷之行為，結果發現涉入是一種了解球迷行為的有效概念，其中在結果部分，作者並發現球迷至球場之球齡，與樂趣及價值之連結有正面的相關。

Capella(2002)將球迷涉入分為情感型、正向行為型與負向行為型來解釋球迷在涉入方面之行為，其發現不同型態涉入之球迷，在其消費行為上與觀賞行為上皆有所不同。Laverie and Arnett(2000)所發展出模式中，利用球迷之涉入、參與滿意度及對球隊認同為構面來預測球迷之參與球賽

之頻率，其中在探討球迷涉入中，嘗試將其分為情境式涉入與持久式涉入加以探討，發現情境式涉入對參與滿意度有者正向之關係；而在持久性涉入方面，有高度持久式涉入之球迷對球隊之認同程度也愈高。Funk & Moorman(2004)則利用Laurent & Kapferer(1985)之CIP量表，採用多面向之測量量表，量測美國女子職業籃球(WNBA)其球迷涉入與觀賞動機之間的關係，其研究結果將涉入分為吸引力、看球之風險性、中心性與象徵意義，其中不同涉入有者不同之觀賽動機。

綜合上述文獻可了解，涉入為一種關心程度，而同一產品在不同的顧客身上會有不同的涉入程度，而涉入程度的高低確實會影響球迷行為，但國內對這一方面之相關研究略顯缺乏。因此，若能掌握不同球迷之涉入程度相信對安麗盃主辦單位是有幫助的。而本研究亦希望藉由涉入之觀點，試著能發現球迷在安麗盃的涉入程度不同，是否參與滿意度與忠誠度也有所不同？其情形又是如何？此正為本研究所欲探討的地方。

五、小結

綜合上述文獻可知，涉入為一種關心程度，不論其類型為何，均由個人、刺激、情境三個因素所構成，而這三項因素亦是影響個體涉入的主要因素。同一項產品在不同消費者的上會有不同的涉入程度，而涉入的高低確實影響消費者行為。因此，若能掌握不同消費者之涉入程度相信對安麗盃主

辦單位是有幫助的。而本研究亦希望藉由涉入之觀點，試著能發現場觀眾在撞球的涉入程度不同，是否參與滿意度也不同？其忠誠度的情形又是如何？此正為本研究所欲探討的地方。

第三節 球迷參與滿意度

一、滿意度定義

自1965年Cardozo提出滿意度的概念，其認為滿意度之提升，會增加顧客的重購行為，並將滿意度的概念引進至行銷學研究之領域。而在行銷學的領域長久以來雖對滿意度相關議題有所爭議。其後Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985)提出服務品質滿意模式，認為顧客對於服務品質之滿意度，決定於顧客個人之經驗、需求及口碑而定，在期望的服務與認知的服務兩者之間獲得整體性的綜合性感受，進而產生對服務品質滿意與否的概念，之後許多學者皆利用此一理論在消費者行為理論中。然而，仍有部分學者對於滿意度的定義仍然存在不同觀點，本研究將黃俊英、林義屏與董玉娟（1999），廖俊儒（2004）所整理出各學者之滿意度定義加以修改如下表2-6。

由下表2-6可知學者對滿意度所提出的看法，可知滿意度的內涵大致可包括情感的觀點、認知評價的觀點及整體性態度的觀點等。而本研究所指之參與滿意度為情感之觀點與認知上之綜合觀點，即如職棒球迷至球場觀賞球賽並為其所支

持的球隊加油，若一開始該球隊分數即落後，但該隊展現奮戰不懈的精神，並不時有精彩的打擊與守備的演出，至結束時不幸還是輸了比賽，雖然該球隊未獲得勝利，可能部份球迷覺得不滿意，但也有可能部份球迷為其奮戰不懈的努力精神感到滿意。所以本研究將融合情感之觀點與認知上之綜合觀點，將球迷參與滿意度定義為球迷內心對球隊之表現與球隊所提供之產品或服務所有購買和消費經驗上的情感上之反應與認知上的一致程度。

另外在滿意度量測方式，不同之研究類型有其不同之衡量觀點，而本研究主要是以 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽球迷觀賞現場比賽之參與滿意度為課題，在下一小節，主要在探討球迷參與滿意度上之衡量構面。

表 2-6 滿意度定義摘要表

作者	研究結果
Howard (1969)	顧客滿意是指顧客評價其付出與獲得報酬的是否適當的一種認知狀態。
Hempel (1977)	認為「顧客滿意度」決定於顧客所預期的產品或服務利益的實現程度，顧客滿意度反應「預期」與「實際」的一致程度。
Westbrook (1980)	認為滿意的情感性定義，代表消費者主觀覺得好便產生滿意，反之亦然。

(續下頁)

表 2-6 滿意度定義摘要表 (續)

Oliver (1981)	認為顧客滿意是由一特定交易所產生的情緒性反應。
Churchill(1982)	認為顧客滿意是一種購買與使用產品的結果，是由購買者比較預期結果的報酬與投入成本所產生。
Olson (1990)	顧客購買前的預期被實現或超過的程度。
Kolter (1994)	源自其對產品功能性或結果與個人對產品的期望，兩者比較後所形成。
方三保 (1998)	將顧客滿意視為是一種事前期望與事後知覺績效的比較過程。
關山晴 (2002)	指出顧客滿意是購買行為的比較過程，不論投入成本與所獲利益的比較，或是購前預期與實際結果的比較。

註：資料來源：修改自黃俊英、林義屏與董玉娟、廖俊儒(2004)

二、國內球迷參與滿意度相關衡量構面

由職業運動文獻中，有關球迷參與滿意度滿意度的衡量方法構面眾多。但大致都是探討職業棒球，在顧客滿意度上，觀眾對比賽現場氣氛、比賽精采性、啦啦隊表現、球員精神等因素最滿意；對球場座位舒適性、停車便利性、等因素最不满意，茲將國內相關球迷參與滿意度衡量構面整理如下表 2-7。

表 2- 7 球迷參與滿意度衡量構面表

研究者	衡量構面
張士哲 (1994)	1. 服務 2. 球場環境
林千源 (1995)	1. 看球的氣氛 2. 啦啦隊的表現 3. 比賽精彩度 4. 教練的表現 5. 球員表現 6. 職棒整體形象 7. 門票價錢 8. 賽程安排 9. 交通的便利性 10. 裁判的表現 11. 球員的操守 12. 停車的便利性 13. 比賽場地硬體設備
蘇懋坤 (1999)	1. 球場照明設備 2. 球場播音系統 3. 計分板清楚程度 4. 座位 5. 場地防雨遮陽設備 6. 停車場
趙政諭 (2000)	1. 主要場地設施 2. 服務品質 3. 經營管理
王沛泳 (2001)	1. 比賽樂趣 2. 所學習之知識 3. 球迷之間互動 4. 心靈上放鬆 5. 身體上放鬆 6. 相關設備
廖俊儒 (2004)	1. 整體評價 2. 現場體驗 3. 以往經驗

註：資料來源：修改自黃俊英、廖俊儒(2004)

參考上述之研究，本研究將影響球迷參與滿意度的構面分為下列：整體評價、所支持球員表現、主辦單位提供之服務、各項活動及週邊商品。

六、小結

從上述的文獻中得知，若以「整體滿意度」進行顧客滿意度衡量，無法得知顧客對產品各屬性的滿意度，容易獲得粗糙的結果，故本研究擬以「現場球迷參與滿意度」來進行安麗盃現場觀眾之參與滿意度衡量，供受試者進行滿意度之評估，藉此與其他變項進行探討。

第四節 球迷忠誠度

一、忠誠度定義

球迷忠誠對職業運動來說，是創造利潤及繼續成長下去的重要條件，廖俊儒(2004)。Jacoby與Chestnut(1978)指出，品牌忠誠乃是消費者在某一段時間內，對某一個品牌或一些品牌的重複購買行為。Mowen(1990)將品牌忠誠度定義為顧客對一品牌持有正面態度，對其有承諾，及意圖在未來繼續購買的程度。Prus與Brandt(1995)認為顧客忠誠即包含了顧客對特定品牌或公司之長久關係維持的承諾，其最終是態度及行為的組合表現出來。其態度包括再次購買的意圖、向他人推薦的意願，以及對競爭者的免疫力。行為則包括重複購買、及向他人推薦的行為。Jones與Sasser(1995)進一步指出顧客忠誠是指顧客對某特定產品或服務的再購意願。並認為顧客忠誠度有長期忠誠和短期忠誠兩種，長期忠誠是指顧客長期的購買，不易改變選擇，而短期忠誠是指當顧客有更好

的廠商或產品選擇時，就會立即拂袖而去。Oliver, Rust & Varki (1997)認為顧客忠誠度是指雖然受到環境影響或行銷手法可能引發潛在的轉換行為，但顧客對其所喜好的商品或服務的未來再購買和再惠顧的承諾仍不會有所改變。Bowen與 Shoemaker(1998)認為顧客忠誠是顧客再次光臨的可能性大小，並且顧客願意成為此企業的一份子。Kolter(2000)定義品牌忠誠度為消費者持續性購買某一特定品牌的傾向（吳曉雯，2003）。

二、忠誠度的衡量

本研究所指之忠誠度，指球迷持續支持安麗盃，此概念與行銷學中的品牌忠誠度相似。本研究在忠誠度之定義方面，綜合上述學者對忠誠之解釋，定義為球迷對所支持之球員有正面的態度，對其有認同及涉入，及意圖在未來繼續支持該一球員的程度。

而由對忠誠度定義之探討，可知忠誠度的核心重點為再購意願及再購行為，再則為可衍生正面的口碑傳播(Jones& Sasser,1995)。另外亦有學者提出可從消費者對價格的容忍程度與消費頻率衡量(Fornell, 1992)。由於本研究主要對象為安麗盃現場觀賞賽事之球迷，而安麗盃皆採自由入場不需購票，所以較無法量測消費者對價格變動之容忍度此一項；而在消費頻率方面，由於安麗盃比賽場地每年皆有變動，許多球迷即使想參與也會因為比賽場地過於遠而作罷，所以球迷

之消費頻率也較無法精準之量測。所以本研究對球迷之忠誠度之衡量主要是以再度購買意願、正向口碑、推薦於他人進行量測，做為本研究對球迷忠誠度研究之變項。

三、球迷忠誠相關研究

國內有關球迷忠誠度的研究，大多從行為層面出發，即測量其再購行為（觀賞頻率或次數）。分述如下：

王之弘（1991）以台中市球迷為研究對象，其研究結果得台中市球迷再度進場觀賞比賽之比率達70.5%。

張士哲（1994）將球迷分為三種忠誠度，（一）低忠誠度（非球迷）6.77%（二）中忠誠度（選擇球賽考慮因素不是其中一隊為自己支持球隊）32.78%（三）高忠誠度（選擇球賽考慮因素是其中一隊為自己支持球隊）60.45%。

林千源（1995）以參與程度來表示球迷之忠誠度，發現職業棒球球迷重複參與程度高為中、重度參與者佔87.4%；另外球迷不會因為所喜愛球員轉隊，而支持他隊。

綜觀上述，過去國內研究對球迷忠誠度主要是對其再購次數或觀賞頻率著手，相對於國外對球迷忠誠度之研究，其研究方法與研究架構上顯的侷限許多，如：Laverie & Arnett（2000）利用球迷心理變項，如涉入、球隊之認同，來對球迷參與現場觀賞比賽頻率做預測，以迴歸分析方式發現球迷涉入程度與球迷對球隊之認同能有效預測球迷參與現場觀賞比賽頻率。所以本研究擬從心理層面出發，除了探討職棒球迷

忠誠，並加入職棒球迷涉入、對球隊之認同及參與滿意度等心理變數，探討此四項變數彼此之關聯，從另一角度來探討球迷的忠誠度。

本研究所指之忠誠度，指球迷持續支持同一球員或比賽，此概念與行銷學中的品牌忠誠度相似。Jacoby & Chestnut(1978)指出品牌忠誠度乃是消費者在某一段時間內，對某一個品牌或一些品牌的重複購買行為。Kolter (2000)定義品牌忠誠度為消費者持續性購買某一特定品牌的傾向。

而在球迷忠誠度衡量方面，Jones & Sasser (1995)提出忠誠度的測量可從以下三方面來考量，再購意願、基本行為以及衍生行為。本研究之衡量構面主要包含比賽現場觀眾之再次消費、正面口碑、推薦予他人意願之程度等。

第五節 本章總結

台灣的撞球發展到現在，早期被列為特種行業，至今成了休閒運動的代表之一。而撞球這項運動，自古以來即是一種高尚之休閒運動，其又不受身材之限制，對亞洲人來說是十分容易從事的休閒活動。它包括了手、眼、腦相互協調、極重視技巧與手的敏巧度，再加上心理層面及比賽中的抗壓性往往是決定勝負的關鍵，它表現出的攻、守技巧上，每一個環節皆是藝術。2009年世運會將由高雄市來主辦，撞球亦是其中不可或缺之項目，也是國人寄予厚望奪金之重點項

目，相信在國內撞球人才相繼不斷崛起下，想必能繼續的立足於國際撞壇。

此外 Kotler (1999) 在許多研究中發現，吸引一個新消費者的成本，要比留住一個舊有的消費者所需的成本還要高出五倍之多。能否讓運動賽事的現場觀眾願意再回到比賽現場觀賞球賽並能使新的觀眾數保持成長並永續經營是運動賽事經營者的重要課題。

第參章 研究方法

本章針對研究目的及文獻探討後，擬定研究方法與實施程序，本研究採用問卷調查法，用以獲得2010安麗盃世界女子撞球公開賽現場觀眾其涉入程度、忠誠度與參與滿意度等各項資料，一共分為六小節，分別為第一節研究架構；第二節研究對象與抽樣；第三節研究假設；第四節研究工具；第五節研究步驟；第六節資料處理。茲分別加以說明如下：

第一節 研究架構

本研究主要在探討安麗盃現場觀眾之人口變項與「涉入程度」、「忠誠度」及「參與滿意度」之間的關係。首先利用問卷的發放，來統計出進入安麗盃撞球舉辦場館京華城地下一樓地心引力廣場觀賞比賽的球迷之「人口背景變項」；其次再利用問卷題項中填答題項的得分方式，來代表安麗盃比賽現場觀眾之「涉入程度」、「忠誠度」與「參與滿意度」，並進一步分析來比較不同「人口背景變項」的球迷在「涉入程度」、「忠誠度」與「參與滿意度」各構面上之差異性，並找出其差異組別；最後，再探討此次安麗盃撞球賽事的現場觀眾之「涉入程度」、「忠誠度」與「參與滿意度」之間的相關性（如圖3-1-1所示），以期能提供往後各相關單位舉辦各類型撞球賽事之參考。

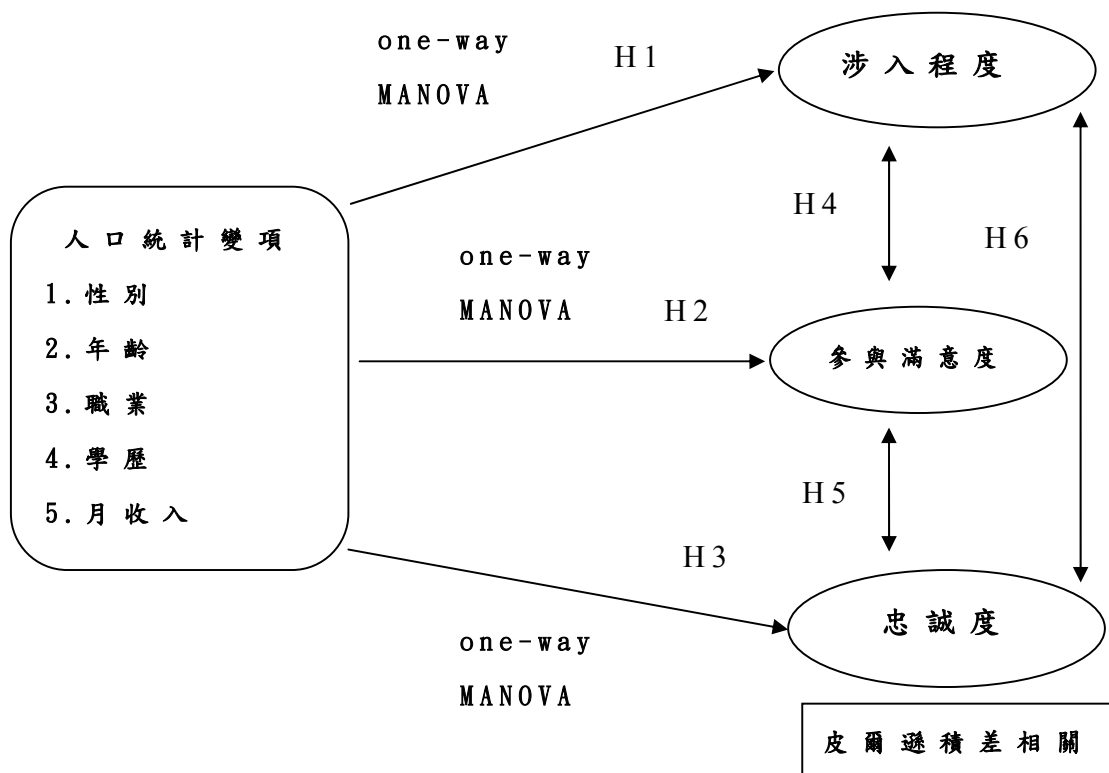


圖 3-1 研究架構圖

第二節 研究步驟

本研究之研究步驟包含選定研究主題、蒐集文獻與探討、確立研究範圍及架構、編制研究問卷、專家學者審視、問卷預試及修正、正式施測、資料分析與討論及提出結論與建議。

第三節 研究對象

本研究以2010年3月4日至7日在台北市京華城購物中心地下一樓地心引力廣場所舉辦的2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽為研究範圍，並以進入比賽現場觀賞球賽之現場觀眾為研究對象，採用問卷調查法來蒐集相關資料，為確保問卷的填答者皆為入場觀看撞球賽之觀眾，故研究者將於2010年3月4日至3月7日安麗盃撞球賽比賽期間親自前往比賽場地京華城地下一樓地心引力廣場實地發放問卷，以便利性抽樣進行自我實施方式的問卷調查。以下將對預試樣本的抽樣方法和正式施測樣本抽樣的方法詳細說明如下：

一、預試樣本

本問卷經彙整所有修正意見，並與指導教授共同討論進行題目評析、語意修飾，將認知歧異與語意不佳之題項加以修正後，發展修訂編製完成預試問卷，經指導教授核可後，

進行問卷之預試。

(一) 研究對象

問卷預試實施日期是以2009年7月22日至7月26日的高雄世運會撞球項目時的現場觀眾作為本研究預試對象。

(二) 抽樣方法

本研究係採取便利抽樣的方法，兩日總共發出200份，回收180份，扣除填答不完整者之無效問卷計28份，實得有效問卷計152份，有效回收率84.4%。

二、正式施測樣本

(一) 研究對象

正式施測於2010年3月4日至7日在台北市京華城所舉辦的2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽比賽場內實施，以進入比賽現場觀賞球賽之現場觀眾為研究對象，作為本研究之施測對象。

(二) 抽樣方法

本研究係採取便利抽樣的方法，以2010年3月4日至7日進入京華城比賽現場之觀眾為主體，共發出400份，回收330份，扣除填答不完整者之無效問卷計12份，實得有效問卷計318份，有效回收率96.3%。而在發出問卷也同時詢問是否已做過同樣問卷以避免重覆發放之問題。

第四節 研究假設

依據上述研究目的與研究問題，提出本研究之研究假設如下：

假設 1：不同基本背景之現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之涉入程度有顯著差異。

假設 1-1 不同性別現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之涉入程度有顯著差異。

假設 1-2 不同年齡現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之涉入程度有顯著差異。

假設 1-3 不同職業現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之涉入程度有顯著差異。

假設 1-4 不同教育程度現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之涉入程度有顯著差異。

假設 1-5 不同月收入現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之涉入程度有顯著差異。

假設 2：不同基本背景之現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之參與滿意度各層面有顯著差異。

假設 2-1 不同性別現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之參與滿意度各層面有顯著差異。

假設 2-2 不同年齡現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之參與滿意度各層面有顯著差異。

假設 2-3 不同職業現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞

- 球公開賽之參與滿意度各層面有顯著差異。
- 假設 2-4 不同教育程度現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之參與滿意度各層面有顯著差異。
- 假設 2-5 不同月收入現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之忠誠度各層面有顯著差異。
- 假設 3：不同基本背景之現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之忠誠度各層面有顯著差異。
- 假設 3-1 不同性別現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之忠誠度有顯著差異。
- 假設 3-2 不同年齡現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之忠誠度有顯著差異。
- 假設 3-3 不同職業現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之忠誠度有顯著差異。
- 假設 3-4 不同教育程度現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之忠誠度有顯著差異。
- 假設 3-5 不同月收入現場觀眾對於 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽之忠誠度有顯著差異。
- 假設 4：2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之涉入程度與參與滿意度呈現正相關。
- 假設 5：2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之參與滿意度與忠誠度呈現正相關。
- 假設 6：2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之涉入程度與忠誠度呈現正相關。

第五節 研究工具

本研究依據研究目的及相關文獻探討後，設計「2010安麗盃現場觀眾涉入程度、參與滿意度與忠誠度問卷」，本問卷總共分為四個部分，第一部分為現場觀眾基本資料，包括：性別、年齡、職業、最高學歷、個人每月平均收入；第二部分為「現場觀眾之涉入程度量表」主要是採 Laurent & Kapferer (1985)之 CIP 量表，採用多面向之測量量表，問項主要是參考 Capella & Funk (2004)對美國職棒大聯盟與美國女子職業籃球聯盟之問項，共有 22 個問項，第三部分為「現場觀眾之忠誠度量表」，而在忠誠度衡量方面，Jones & Sasser (1995)提出忠誠度的測量可從以下三方面來考量，再購意願、基本行為以及衍生行為。本研究之衡量問卷主要包含比賽現場觀眾之再次消費、正面口碑、推薦予他人意願之程度，及第四部分「現場觀眾之參與滿意度量表」，主要是採用 Anderson, Fornell, & Lehmann (1994)本研究將現場觀眾參與滿意度構面分為下列：整體評價、所支持球員表現、主辦單位提供之服務、各項活動及周邊商品，問卷衡量方式採用李克特氏五等量表方式計分，得分越高者代表其滿意度越高。茲分述如後：

一、現場觀眾基本資料

基本資料的部分包括：性別、年齡、職業、學歷、個人每月平均收入。詳細的劃分法說明如下：

- (一) 性別：分為男、女。
- (二) 年齡：分為15歲以下、16-20歲、21-25歲、26-30歲、31-35歲、36-40歲、41歲以上。
- (三) 職業：分為學生、服務業、軍公教、工商業、農林漁牧業、家管、自由業及其他。
- (四) 學歷(含就學中)：分為國小、國中、高中、大專研究所(含)以上。
- (五) 個人每月平均收入：分為10,000以下、10,001-30,000、30,001-50,000、50,001-70,000、以及70,001以上。

二、現場觀眾之涉入程度量表

(一) 量表的編製

本研究，將現場觀眾涉入程度定義為現場觀眾對2010安麗盃花式撞球公開賽所產生之興趣喜愛及所受之刺激，產生出支持之行為與情感。而本研究主要是採Laurent & Kapferer (1985)之CIP量表，採用多面向之測量量表，問項主要是參考Capella與Funk(2004)對美國職棒大聯盟與美國女子職業籃球聯盟之問項，共有22個問項，主要是想了解受事者對於安麗盃世界女子花式撞球公開賽之感受，分析受試者對於到達現場觀看比賽之感覺，本量表採用李克特氏五等(Likert)量表方式計分，根據受試者的填達情況，從「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」到「非常同意」，分別給予1、2、3、4、5的分數，得分越高者表示其涉入程度越高。

(二) 項目分析

項目分析的主要目的在求出問卷個別題項的決斷值(CR值)，經由項目分析，可以提升測驗題目的品質，進而提高測驗的信度與效度(吳明隆，2006)。預試中的152名受試者在22題中並無產生遺漏。先將所有受試者在預試量表的總分依高低排列，再各取總量表總分高與低的各27%(各約41人)進行獨立樣本t檢定，取各題達顯著差異($p < .05$)作為問卷題目，而未達顯著之題項予以刪除，以達到題項縮減之目的。接著以相關分析法計算每題與總分之積差相關，相關達0.3以上，方可採用。接著以相關分析法計算每題與總分之積差相關，相關達0.3以上，方可採用。在求得各題項的決斷值(CR值)與相關係數後發現所有22題之決斷值(CR值)或相關係數皆達顯著水準，因此全數題項皆予以保留，如表3-1。

表 3-1 現場觀眾之涉入程度項目分析摘要表

題目	CR值	相關係數
1. 我出席觀賞比賽是因為我所支持的球員有出賽。	2.928*	.439**
2. 我覺得安麗盃的比賽，是刺激有趣的。	5.409*	.318**
3. 安麗盃比賽現場對球迷之服務讓我覺得很愉悅。	6.704*	.363*

(續下頁)

表 3-1 現場觀眾之涉入程度項目分析摘要表 (續)

題目	CR 值	相關係數
4. 看見所支持的球員勝利，讓我覺得很快樂。	7.113*	.375**
5. 參加安麗盃的比賽，讓我在其他生活中更加愉快。	8.238*	.393*
6. 我很喜歡球場的氣氛，是我到現場的主要原因。	6.391*	.425*
7. 當我所支持球員勝利時，讓我覺得很有成就感。	7.835*	.304*
8. 對我而言，支持安麗盃是一項有意義之活動。	2.758*	.311**
9. 對我而言，到場觀賞所支持的球員比賽是很重要的。	3.233*	.456*
10. 到場觀賞球賽，提供了我與其他球迷交誼之好機會。	8.651*	.343*
11. 參加我喜愛的職業選手比賽與我的生活有密切關係。	7.144*	.378*
12. 參加安麗盃的比賽是我主要的休閒活動方式。	6.148*	.567**
13. 我覺得成為我支持球員之球迷是很有意義的。	10.454*	.359*

(續下頁)

表 3-1 現場觀眾之涉入程度項目分析摘要表 (續)

題目	CR 值	相關係數
14. 球員比賽中之精神是我的學習榜樣。	5.060*	.311**
15. 觀賞實力接近之比賽，比參加其他活動更有意義。	9.183*	.459*
16. 我會穿著我所支持球隊之相關衣服到場加油。	5.913*	.531*
17. 我不會在意球員之球場表現(不管贏或輸)。	3.363*	.421*
18. 在比賽時我會與對手球迷叫囂。	3.687*	.483**
19. 即使所支持球員大幅落後，我也會看完整場比賽。	6.944*	.362*
20. 我會對表現不佳之球員叫囂。	4.851*	.391*
21. 我了解所支持球員之嗜好與專長球路。	5.702*	.445**
22. 我會購買我所安麗盃或我所支持球員之比賽相關產品。	3.930*	.388**

* $p < .05$; ** $p < .01$

註：資料來源：本研究整理

三、現場觀眾之參與滿意度量表

(一) 量表的編製

本部份主要是想了解比賽現場觀眾根據以往消費體驗的

整體參與滿意程度，再與指導教授進行題目評析與討論，就認知歧異與語意不佳之題目加以修正之後，發展編製完成預試問卷，並進行問卷之預試。本研究將影響球迷參與滿意度的構面主要參考 Anderson, Fornell, & Lehmann (1994) 分為下列：整體評價、所支持球員表現、主辦單位提供之服務、各項活動及週邊商品，總計 5 題。

(二) 評量及計分方式

本部份亦採用李克特氏(Likert)五等量表方式計分，根據受試者的填答情況，從「非常不滿意」、「不滿意」、「普通」、「滿意」到「非常滿意」，分別給予 1、2、3、4、5 的分數。得分越高者代表其滿意度越高。

(三) 項目分析

預試中的 152 名受試者在 5 題中並無產生遺漏。先將所有受試者在預試量表的總分依高低排列，再各取總量表總分高與低的各 27% (各約 41 人) 進行獨立樣本 t 檢定，取各題達顯著差異 ($p < .05$) 作為問卷題目，而未達顯著之題項予以刪除，以達到題項縮減之目的。接著以相關分析法計算每題與總分之積差相關，相關達 0.3 以上，方可採用。在求得各題項的決斷值 (CR) 與相關係數後發現所有 5 題之決斷值 (CR) 或相關係數皆達顯著水準，因此全數題項皆予以保留，如表 3-2 所示。

表 3-2 現場觀眾之滿意度項目分析摘要表

題目	CR值	相關係數	備註
23. 整體而言，我覺得該球員的表現達到我預先之期望。	2.951*	.401*	
24. 我對該球員之比賽內容感到很滿意。	5.476*	.364*	
25. 我對安麗盃比賽場地所提供之服務很滿意。	10.097*	.656*	
26. 我對安麗盃之週邊販賣商品很滿意。	12.738*	.810*	
27. 安麗盃所舉辦之周邊活動讓我很滿意。	12.644*	.474*	

*p<.05

註：資料來源：本研究整理

四、現場觀眾之忠誠度量表

(一) 量表的編製

本研究在忠誠度之定義方面，定義為球迷對所支持之球隊有正面的態度，對其有認同及涉入，及意圖在未來繼續支持該一球隊的程度。再與指導教授進行題目評析與討論，就認知歧異與語意不佳之題目加以修正之後，發展編製完成預試問卷，並進行問卷之預試，而在球迷忠誠度衡量方面，主要參考 Jones & Sasser(1995)提出忠誠度的測量可從以下三方面來考量，再購意願、基本行為以及衍生行為。本研究之

衡量問卷主要包含比賽現場觀眾之再次消費、正面口碑、推薦予他人意願之程度。總計7題

(二) 評量及計分方式

本部份亦採用李克特氏(Likert)五等量表方式計分，根據受試者的填答情況，從「非常不滿意」、「不滿意」、「普通」、「滿意」到「非常滿意」，分別給予1、2、3、4、5的分數。得分越高者代表其滿意度越高。

(三) 項目分析

預試中的152名受試者在7題中並無產生遺漏。先將所有受試者在預試量表的總分依高低排列，再各取總量表總分高與低的各27%（各約41人）進行獨立樣本t檢定，取各題達顯著差異（ $p < .05$ ）作為問卷題目，而未達顯著之題項予以刪除，以達到題項縮減之目的。接著以相關分析法計算每題與總分之積差相關，相關達0.3以上，方可採用。在求得各題項的決斷值（CR）與相關係數後發現所有5題之決斷值（CR）或相關係數皆達顯著水準，因此全數題項皆予以保留，如表3-3所示。

表 3-3 現場觀眾之忠誠度項目分析摘要表

題目	CR 值	相關係數	備註
28. 您願意再次到安麗盃現場觀賞球賽。	9.781*	.612*	
29. 您願意向周遭的親友分享安麗盃比賽的美好體驗。	12.339*	.755*	
30. 您願意推薦周遭的親友前去現場觀賞安麗盃的比賽。	18.168*	.655*	
31. 我對於安麗盃擁有高度的忠誠度。	11.269*	.330*	
32. 我不只支持安麗盃，還會買安麗盃的周邊商品。	7.746*	.318*	
33. 我會說服家人與朋友一起支持安麗盃。	7.927*	.375*	
34. 即使支持的球員表現不理想，我仍會繼續支持安麗盃或我選擇的球員。	6.405*	.545*	

*p<.05

註：資料來源：本研究整理

第六節 資料處理

本研究資料之統計分析，採用 SPSS 12.0 版電腦統計軟體進行統計分析，採用的統計方法有描述性統計、項目分析、信效度分析、單因子多變量分析 (one-way MANOVA)、薛費爾事後比較 (Scheffé) 及皮爾森積差相關 (Person's Product-Moment)。本研究所有統計考驗的顯著水準均定為 $\alpha=.05$ 。

一、描述性統計 (descriptive statistics)

本研究採用次數分配和百分比來分析樣本的基本資料特徵；以平均數和標準差來了解安麗盃現場觀眾涉入程度、參與滿意度與忠誠度之現況。

二、項目分析

本研究採用項目分析中的極端組比較法、相關分析法，以了解各題項與總表鑑別力及相關性。

三、信效度分析

(一) 因素分析 (factor analysis)：用於分析觀賞動機與滿意度屬性變數，萃取其中重要的潛伏因素，透過因素結果來評估量表的建構效度，以達到將變數構面縮減的目的。

(二) 內部一致性 α 信度考驗：本研究分別針對觀賞動機量表、滿意度量表的各個構面進行內部一致性分析，以信度係數 Cronbach's α 衡量同一個因素下各題項之間一致性。

四、單因子多變量分析 (one-way MANOVA)

以單因子變異數分析來比較不同性別、年齡、職業、教

育程度及月收入之2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾在涉入程度、參與滿意度與忠誠度各層面上之差異情形。

五、雪費法事後比較 (scheffe)

在單因子變異數分析後若達顯著差異，繼續以雪費 (scheffe) 進行事後比較。

六、Pearson積差相關分析

以 Pearson 積差相關分析，探討 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽比賽現場觀眾在涉入程度、參與滿意度與忠誠度之間是否達顯著相關。

第四章 研究結果與討論

本章主在依據研究目的，針對問卷調查所得到的資料加以分析，旨在瞭解2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾人口變項與涉入程度、參與滿意度及忠誠度，以及三者之間的關係。本章內容分為六節來陳述分析結果，第一節為現場觀眾基本資料分析；第二節為現場觀眾涉入程度、參與滿意度與忠誠度信效度分析；第三節為人口統計變項對於涉入程度之差異分析；第四節為人口統計變項對於參與滿意度之差異分析；第五節為人口統計變項對於忠誠度之差異分析；第六節為現場觀眾涉入程度、參與滿意度與忠誠度之相關分析。

第一節 現場觀眾基本資料分析

根據回收之有效問卷，使用描述性統計針對樣本資料進行分析，本研究受試者各項基本資料的人數及百分比如表4-1-1所示。就性別而言，男性有239人，佔75.1%；女性有79人，佔24.9%。因此從數據顯示可知本研究的受試者以男性居多，趨近於女性的3倍，與部分研究（劉天麟，2003；林衢良，2004；林恩霈，2004；顏志宏，2005；陳怡每，2007）的結果十分接近。

就年齡而言，16-20歲的有27人，佔8.4%；21-25歲的有89人，佔27.9%；26-30歲的有100人，佔31.4%；31-35歲的有54人，佔16.9%；36-40歲的有22人，佔6.9%；40歲以上的則有25人，佔7.8%。可知本研究受試者的年齡多數集中在21-25歲、26-30歲及31-35歲等三組，佔76.4%，這和洪嘉菱、莫季雍（2002）針對安麗盃撞球賽現場觀眾進行電視轉播閱聽眾觀賞動機研究的樣本結構中，受試者年齡介於20-29歲占七成（70.3%）以上的比例有些許類似之處，由於本次賽事舉辦時間橫跨週三至週日，故賽事現場觀眾年齡分布於31歲以上的受試者亦不在少數，加上賽事舉辦期間適逢寒假，因此推論撞球比賽進行的時間可能會影響觀眾年齡的組成。

就職業來看，學生有94人，佔29.5%；從事服務業的有81人，佔25.4%；任職軍公教的有11人，佔3.4%；職業是工商業的有54人，佔16.9%；自由業的有45人，佔14.1%；職業是家管的有4人，佔1.2%；其他的則有29人，佔9.1%。本研究以學生、服務業、工商業、以及自由業為大多數，佔86.1%。這和廖俊儒（2001）及洪嘉菱、莫季雍（2002）的研究顯示其現場觀眾職業大多以學生為主體有類似之處，分別各佔63%與57.3%，但進一步探討此次學生所占之樣本雖然仍屬多數，但比例並不算高（29.5%），除了因為安麗盃世界女子花式撞球公開賽乃是屬於國際性質的賽事，台灣難得爭取到這樣的機會，因此勢必會吸引各職業層級的觀眾前來觀賽，加上賽事長長達四天，自然會影響到現場觀眾職業的組成。

若以教育程度來看，研究所（含）以上有51人，佔16.0%；大學或專科有212人，佔67%；高中職有50人，佔16.0%；國中小有5人，佔1%。可知本研究以大學專科生者居多，此一結果也和某些研究（林千源，1995；廖俊儒，2001；嚴雅馨，2003；林恩霽，2003；顏志宏，2005；王志仁，2006；胡新民，2006；陳怡每，2007）有相符之處。根據E-ICP對於運動媒體的消費族群所作之研究顯示，學歷分佈上，以高中職人口為最多，但以相對比例來看，大學和研究所以上的教育程度者，有較高的消費行為。由此推論，此次安麗盃撞球公開賽事的現場觀眾多屬於受過中、高教育的知識份子，加上此乃國際級高水準的賽事，因此對運動的消費行為會有較高的接受程度。

就平均月收入來看，發現10,000以下、10,001-30,000以及30,001-50,000這三部分所佔的比例較高，分別佔25.1%、32%與26.7%。此結果和其他相關之研究十分接近（林千源，1995；嚴雅馨，2003；林衢良，2004；顏志宏，2005；胡新民，2006；陳怡每，2007），在以上大部分關於棒球及籃球的研究中發現，平均收入在2,0000左右甚至10,000以下的佔樣本的絕大多數，因此可以推論無論是任何一項運動，收入較低的族群是主要的運動消費者，而此一區塊又以學生為大宗，但本研究和其它不同處在於30,001-50,000這一部分也有相當比例，由此次世運的背景來看再對照其職業組成，研判服務業的觀眾是不可小覷的消費者，會不會因為此次世運會

的影響而造成撞球人口的組成產生變化則可以再作探討。

表 4-1 受訪者之人數及其背景變項

變項	統計量	基本資料	人數	百分比(%)
性別	1.	男	239	75.1
	2.	女	79	24.9
年齡	1.	15歲以下	1	0.3
	2.	16-20歲	27	8.4
	3.	21-25歲	89	27.9
	4.	26-30歲	100	31.4
	5.	31-35歲	54	16.9
	6.	36-40歲	22	6.9
	7.	40歲以上	25	7.8
學歷(含)在學中	1.	國中含以下	5	2
	2.	高中、職	50	16
	3.	大專	212	66
	4.	研究所含以上	51	16

(續下頁)

表 4-1 受訪者之人數及其背景變項 (續)

統計量 變項	基本資料	人數	百分比(%)
職業	1. 學生	94	29.5
	2. 工商業	54	16.9
	3. 服務業	81	25.4
	4. 軍公教	11	3.4
	5. 自由業	45	14.1
	6. 家管	4	1.2
	7. 其他	29	9.1
月收入(新台幣)	1. 10,000以下	80	25.1
	2. 10,001~30,000	102	32
	3. 30,001~50,000	85	26.7
	4. 50,001~70,000	30	9.4
	5. 70,001以上	21	6.6

註：資料來源：本研究整理

第二節 現場觀眾涉入程度、忠誠度及參與滿意度信

效度分析

一、現場觀眾涉入程度量表之信、效度分析

(一) 效度分析

本研究採用因素分析來衡量問卷的構面效度，因素分析的目的在于求出量表的建構效度，建構效度是指測驗能夠測出理論的特質或概念的程度，亦即實驗的測驗分數能解釋某一心理特質有多少（吳明隆，2006）。本研究係以共同因素分析來考驗量表之建構效度。本量表在刪除部分題項後，以主成份分析法及最大變異法進行因素分析，因為最大變異法其原理是讓所有變項在同一因素的負荷平方量的變異量達到最大，以簡化對因素的解釋（王保進，2002）。經過第一次因素分析後，發現第三題、第四題、第五題、第六題及第二十二題經轉軸後的因子數構面產生題項皆在二題以下，因此將其刪除（表 4-2）。

表 4-2 現場觀眾之涉入程度量表第一次因素分析

題目	因素構面					
	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六
涉入程度第 11 題	.751					
涉入程度第 12 題	.742					
涉入程度第 16 題	.686					
涉入程度第 10 題	.676					
涉入程度第 22 題	.526					
涉入程度第 13 題	.524					
涉入程度第 6 題		.503				
涉入程度第 7 題		.622				
涉入程度第 8 題		.781				
涉入程度第 9 題		.685				
涉入程度第 15 題			.769			
涉入程度第 14 題			.726			
涉入程度第 21 題			.669			
涉入程度第 4 題			.529			
涉入程度第 1 題				.777		
涉入程度第 2 題				.681		
涉入程度第 5 題				.529		
涉入程度第 20 題					.904	
涉入程度第 18 題					.877	

(續下頁)

表 4-2 現場觀眾之涉入程度量表第一次因素分析 (續)

題目	因素構面					
	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六
涉入程度第17題						.855
涉入程度第19題						.520
特徵值 (Eigenvalue)	6.681	2.175	1.599	1.424	1.245	1.098
解釋變異量 (%)	14.872	11.972	11.677	11.053	8.394	6.674
累積解釋變異量 (%)	14.872	26.844	38.522	49.574	57.969	64.643

說明：1. 萃取方式：主成份分析法 2. 轉軸方法：最大變異法

註：資料來源：本研究整理

刪除題項之後繼續進行二次的因素分析，經過第二次的因素分析後，獲得2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾涉入程度可萃取出六個因素，所得可解釋總變異量達71.56% (表4-3)，具有良好的建構效度。各因素所包括的題項、內容以及其命名分述如下。第一因素構面包括第十題、第十一題、第十二題、第十三題、第十六題等五題，依其內容成份歸納命名為「生活休閒及個人因素」。第二因素構面包括第十四題、第十五題及第二十一題等三題，依其內容成份歸納命名為「球員特質」。第三因素構面包括第七題、第八題及第九題等三題，依其內容成份歸納命名為「球員支持」。第四因素構面包括第十八題與第二十題等兩題，依其內容成份歸納命名為「情緒表現」。第五因素構面包括第一題與第二題等兩題，依其內容成份歸納命名為「比賽吸引」。第六因素構面包括第十七題與第十九題等兩題，依其內容成

份歸納命名為「比賽精神」。

表 4-3 現場觀眾之涉入程度量表第二次因素分析

因素構面						
題目	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六
涉入程度第12題	.783					
涉入程度第11題	.718					
涉入程度第10題	.710					
涉入程度第16題	.698					
涉入程度第13題	.545					
涉入程度第15題		.776				
涉入程度第14題		.758				
涉入程度第21題		.716				
涉入程度第8題			.806			
涉入程度第9題			.771			
涉入程度第7題			.662			
涉入程度第20題				.909		
涉入程度第18題				.892		
涉入程度第1題					.821	
涉入程度第2題					.664	
涉入程度第17題						.868
涉入程度第19題						.596
特徵值 (Eigenvalue)	5.273	1.992	1.428	1.294	1.171	1.006
解釋變異量 (%)	16.97	13.65	12.57	10.60	9.811	7.943
累積解釋變異量 (%)	16.97	30.62	43.20	53.80	63.61	71.56

說明：1. 萃取方式：主成份分析法 2. 轉軸方法：最大變異法

註：資料來源：本研究整理

(二) 信度分析

信度分析是以 Cronbach's α 內部一致性來衡量所測驗的內容是否趨於一致性及穩定性。如表 4-2-3 所示，結果得知總量表的 Cronbach α 係數為 .826，學者 Henson(2001) 認為，如研究者目的在於編製預測問卷或測量某構念之先導性研究，信度係數在 .50 至 .60 已經足夠。又根據學者 Gay (1992) 的觀點，任何測驗或量表的信度係數如果在 .90 以上，表示量表的信度甚佳。而 DeVellis 與 Nunnally (1978) 認為如果信度在 .70 至 .80 之間是還可以接受的。而本量表各構面之信度並未低於 .60 以下而總量表之信度高達 .80 以上，因此可知本量表具有不錯之信度。

表 4-4 現場觀眾之涉入程度量表信度分析摘要表

量表構面因素	原量表題目編號	Cronbach α
生活休閒及個人因素	第 10、11、12、13、16 題	.83
球員特質	第 14、15、21 題	.72
球員支持	第 7、8、9 題	.72
情緒表現	第 18、20 題	.80
比賽吸引	第 1、2 題	.62
比賽精神	第 17、19 題	.62
總量表	共 17 題	.82

註：資料來源：本研究整理

二、現場觀眾忠誠度量表之信、效度分析

(一) 效度分析

本量表以主成份分析法(Principal-Components Analysis)

及最大變異法進行因素分析，經因素分析後獲得2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾忠誠度可萃取出兩個因素，所得可解釋總變異量達68.088%（表4-5），具有良好的建構效度。各因素所包括的題項、內容以及其命名分述如下。第一因素構面包括第35、36、37、41等四題，依其內容成份歸納命名為「觀賞支持與現場體驗」。第二因素構面包括第39及40等兩題，依其內容成份歸納命名為「個人支持影響」。另外，因題項第38題共構，因此刪除，刪除後所得解釋總變異量增加到70.587%。

表 4- 5 現場觀眾之忠誠度量表因素分析

題目	因素構面	
	因素一	因素二
忠誠度第35題	.866	
忠誠度第36題	.801	
忠誠度第37題	.777	
忠誠度第41題	.716	
忠誠度第39題		.906
忠誠度第40題		.750
特徵值 (Eigenvalue)	3.156	1.079
解釋變異量 (%)	43.750	26.837
累積解釋變異量 (%)	43.750	70.587

說明：1. 萃取方式：主成份分析法 2. 轉軸方法：最大變異法

註：資料來源：本研究整理

(二) 信度分析

經過因素分析之後，接著進行信度分析，以 Cronbach α 內部一致性來衡量所測驗的內容是否趨於一致性及穩定性。如 4-6 所示，結果得知總量表的 Cronbach α 係數為 .797，而各分量表的 α 係數分別為 .832 及 .647，而本量表各構面之信度並未低於 .60 以下而總量表之信度在 .80 以上，因此可知本量表具有不錯之信度。

表 4-6 現場觀眾之忠誠度量表信度分析摘要表

量表構面因素	原量表題目編號	Cronbach α
觀賞支持與現場體驗	第 35、36、37、41 題	.83
個人支持影響	第 39、40 題	.64
總量表	共 6 題	.79

註：資料來源：本研究整理

三、現場觀眾參與滿意度量表之信、效度分析

(一) 效度分析

本量表以主成份分析法 (Principal-Components Analysis) 及最大變異法進行因素分析，經因素分析後獲得 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度可萃取出兩個因素，所得可解釋總變異量達 76.229% (表 4-7)，具有良好的建構效度。各因素所包括的題項、內容以及其命名分述如下。第一因素構面包括第 30、31 等二題，依其內容成份歸納命名為「比賽預期」。第二因素構面包括第 32、33、

34等三題，依其內容成份歸納命名為「場地活動與服務」。

表 4-7 現場觀眾之參與滿意度量表因素分析

題目	因素構面	
	因素一	因素二
參與滿意度第30題		.883
參與滿意度第31題		.801
參與滿意度第32題	.838	
參與滿意度第33題	.888	
參與滿意度第34題	.876	
特徵值 (Eigenvalue)	2.327	1.484
解釋變異量 (%)	46.547	29.683
累積解釋變異量 (%)	46.547	76.229

註：資料來源：本研究整理

說明：1. 萃取方式：主成份分析法

2. 轉軸方法：最大變異法

(二) 信度分析

經過因素分析之後，接著進行信度分析，以Cronbach α 內部一致性來衡量所測驗的內容是否趨於一致性及穩定性。如4-8所示，結果得知總量表的Cronbach α 係數為.76，而各分量表的 α 係數分別為.64及.85，而本量表各構面之信度並未低於.60以下而總量表之信度在.70以上，因此可知本量表具有不錯之信度。

表 4-8 現場觀眾之參與滿意度量表信度分析摘要表

量表構面因素	原量表題目編號	Cronbach α
比賽預期	第 30、31 題	.64
場地活動與服務	第 32、33、34 題	.85
總量表	共 5 題	.76

註：資料來源：本研究整理

第三節 人口統計變項對涉入程度各層面之差異分析

本節以單因子多變量分析 (one-way MANOVA) 比較不同人口統計變項的觀眾在涉入程度量表上的差異，分別就性別、年齡、職業、教育程度及月收入五個變項對『生活休閒與個人因素』、『球員特質』、『球員支持』、『情緒表現』、『比賽吸引』與『比賽精神』分別進行討論；經過統計分析之後，如達顯著差異，則進一步以雪費法 (Scheffe) 進行事後比較，以了解各變項組間之差異。

一、2010 安麗盃世界女子花式撞球賽現場觀眾涉入程度量表各題項之平均值在現場觀眾涉入程度之整體分析，係採用敘述統計來呈現安麗盃撞球賽現場觀眾在涉入程度各構面題目上之得分平均數。涉入程度量表的每題得分範圍為 1~5 分，1 分表示非常不符合、2 分表示不符合、3 分表示普通、4 分表示符合而 5 分表示非常符合，根據本研究受試者填答中顯示涉入程度各題之平均數及排序如表 4-9 所示。

針對樣本的現場觀眾涉入程度進行分析，結果得知現場觀眾在涉入程度上最強的前三項依序為：我覺得安麗盃的比賽，是刺激有趣的、對我而言，支持安麗盃是一項有意義之活動、我出席觀賞比賽是因為我所支持的球員有出賽，其研究與（謝智謀，1991；林千源，1995；湯擷嘉，2002；蔡博任，2005；陳怡每，2008）有部份類似之處；此外得到這樣結果進一步推論其原因為安麗盃在台灣是女子撞球非常盛大的比賽，撞球又是我國重點奪牌項目加上又有地主優勢，因此吸引許多球迷甚至非球迷前往為我國選手加油。此外世界各國頂尖撞球好手雲集也是吸引觀眾前往觀看比賽的誘因。而在涉入程度上最弱的前三項依序為：我會穿著我所支持球隊之相關衣服到場加油、在比賽時我會與對手球迷叫囂、我會對表現不佳之球員叫囂。

表 4-9 涉入程度各項目、平均數及其排序表（N=318）

項目	平均數	項目排序
02.我覺得安麗盃的比賽，是刺激有趣的。	4.18	1
08.對我而言，支持安麗盃是一項有意義之活動。	4.15	2
01.我出席觀賞比賽是因為我所支持的球員有出賽。	4.09	3

（續下頁）

表 4-9 涉入程度各項目、平均數及其排序表 (續)

項目	平均數	項目排序
07.當我所支持球員勝利時，讓我覺得很有成就感。	4.08	4
09.對我而言，到場觀賞所支持的球員比賽是很重要的。	3.99	5
14.球員比賽中之精神是我的學習榜樣。	3.98	6
15.觀賞與所支持球員實力接近之比賽，比參加其他活動更有意義。	3.81	7
19.即使所支持球員大幅落後，我也會看完整場比賽。	3.79	8
13.我覺得成為我支持球員之球迷是很有意義的。	3.77	9
10.到場觀賞球賽，提供了我與其他球迷交誼之好機會。	3.52	10
11.參加我所喜愛的職業選手比賽與我生活有密切關係。	3.37	11
21.我了解所支持球員之嗜好與專長球路。	3.31	12
17.我不會在意球員之球場表現(不管贏或輸)。	3.28	13
12.參加安麗盃的比賽是我主要的休閒活動方式。	3.17	14

(續下頁)

表 4-9 涉入程度各項目、平均數及其排序表 (續)

項目	平均數	項目排序
16.我會穿著我所支持球隊之相關衣服到場加油。	2.88	15
18.在比賽時我會與對手球迷叫囂。	1.71	16
20.我會對表現不佳之球員叫囂。	1.61	17

註：資料來源：本研究整理

二、不同性別現場觀眾在觀賞動機各層面上的差異比較以單因子多變量分析 (one-way MANOVA) 檢驗不同性別的現場觀眾在 2010 安麗盃世界女子花式撞球賽涉入程度各層面上是否有差異存在。

(一) 結果

不同性別現場觀眾在涉入程度上之差異結果如表 4-10 所示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.965 ($p < .05$)，即表示不同性別之現場觀眾在涉入程度上並沒有顯著差異。而不同性別的現場觀眾在涉入程度各構面上的考驗結果如表 4-11 所示，結果發現在涉入程度的所有構面上的差異皆未達統計上顯著水準之考驗 ($p < .05$)，此外在涉入程度的構面上，生活休閒與個人因素、球員特質、球員支持、情緒表現等四個構面女性的平均數皆高於男性的平均數；比賽吸引與比賽精神等兩個構面則是男性的平均數高於女性的平均數。

表 4-10 不同性別之觀眾涉入程度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
性別	.965	1.899	(1, 311)

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

表 4-11 不同性別之現場觀眾涉入程度差異分析表

涉入程度構面	性別	人數	平均數	F 值
生活休閒與個人因素	1.男	239	3.321	.850
	2.女	79	3.408	
球員特質	1.男	239	3.692	.171
	2.女	79	3.730	
球員支持	1.男	239	4.043	2.040
	2.女	79	4.156	
情緒表現	1.男	239	1.607	3.950
	2.女	79	1.829	
比賽吸引	1.男	239	4.159	1.010
	2.女	79	4.070	
比賽精神	1.男	239	3.567	1.574
	2.女	79	3.430	

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

(二) 討論

在涉入程度上，男性較女性涉入程度較高，這樣結果與大部分的研究(鍾志強，1992；林千源，1995；劉美稚，1999；蔡博任，2005；陳怡每，2008；林嵩棧，2008)相同，其中可能的原因就是受訪男性對象原本就是撞球愛好者；但在涉入程度各個構面上，男女並沒有顯著差異，推論原因可能是撞球運動在台灣雖然目前仍屬於男性為主的運動，但近年來安麗盃及女子職業撞球大賽宣傳及行銷的影響下，女性觀眾快速的成長，撞球運動已逐漸成為風行的運動之一，無論是去撞球場館撞球或是觀賞比賽都已經成為正當的運動風氣。另外值得一提的是，由於此次安麗盃在市政府大力宣傳及加上又適逢寒假期間，使得部分學生與上班族多少含有主動的因素前往現場觀賽。

結果發現假設 1-1，不同性別現場觀眾對於2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽之涉入程度有顯著差異，未獲得支持。

三、不同年齡現場觀眾在2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽涉入程度各層面上的差異比較以單因子多變量分析檢驗不同年齡現場觀眾在2009高雄世運撞球賽觀賞動機各層面上是否有差異存在。

(一) 結果

不同年齡現場觀眾在涉入程度上之差異結果如表 4-12 所示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.723

($p < .05$)，即表示不同年齡之現場觀眾在涉入程度上有顯著差異。不同年齡層的現場觀眾在各構面涉入程度上的考驗結果如表 4-13 所示，此外結果發現不同年齡現場觀眾在涉入程度的六個構面之差異皆達顯著水準之考驗。而經事後比較得知：在**生活休閒與個人因素**上，年齡層為 36-40 比 31-35 及 16-20 歲的涉入程度較高；在**球員特質**上，年齡層為 36-40 比 26-30 歲的涉入程度高；在**球員支持**上，年齡層為 16-20、36-40 及 41 歲以上比 31-35 歲的涉入程度高；在**情緒表現**上，年齡層為 16-20 比 31-35 及 36-40 歲的涉入程度高，此外 26-30 也比 21-25 及 41 歲以上的涉入程度高；在**比賽吸引**上，年齡層為 31-35 及 36-40 比 26-30 歲的涉入程度高；在**比賽精神**上，年齡層為 16-20 比 31-35 及 36-40 歲的涉入程度高。

表 4- 12 不同年齡之觀眾涉入程度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
年齡	.723	2.864	(6, 311)

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

表 4- 13 不同年齡之觀眾涉入程度差異分析表

涉入程度構面	年齡	人數	平均數	F 值	事後檢定
生活休閒與個人因素	1.15歲以下	1	2.80	2.548*	6>2、5
	2.16-20歲	27	3.62		
	3.21-25歲	89	3.19		
	4.26-30歲	100	3.28		
	5.31-35歲	54	3.41		
	6.36-40歲	22	3.69		
	7.41歲以上	25	3.36		
球員特質	1.15歲以下	1	4.00	1.926*	6>4
	2.16-20歲	27	4.02		
	3.21-25歲	89	3.59		
	4.26-30歲	100	3.68		
	5.31-35歲	54	3.66		
	6.36-40歲	22	3.96		
	7.41歲以上	25	3.61		

(續 下 頁)

表 4-13 不同年齡之觀眾涉入程度差異分析表 (續)

涉入程度構面	年齡	人數	平均數	F 值	事後檢定
球員支持	1.15歲以下	1	3.33	2.518*	2>7、5
	2.16-20歲	27	4.01		
	3.21-25歲	89	4.04		
	4.26-30歲	100	4.11		
	5.31-35歲	54	3.90		
	6.36-40歲	22	4.43		
	7.41歲以上	25	4.10		
情緒表現	1.15歲以下	1	1.00	2.497*	2>5、6
	2.16-20歲	27	2.11		
	3.21-25歲	89	1.48		
	4.26-30歲	100	1.67		
	5.31-35歲	54	1.56		
	6.36-40歲	22	1.86		
	7.41歲以上	25	1.80		

(續下頁)

表 4-13 不同年齡之觀眾涉入程度差異分析表 (續)

涉入程度構面	年齡	人數	平均數	F 值	事後檢定
比賽吸引	1.15歲以下	1	3.50	1.666*	5、6>2
	2.16-20歲	27	3.90		
	3.21-25歲	89	4.20		
	4.26-30歲	100	4.20		
	5.31-35歲	54	4.13		
	6.36-40歲	22	4.18		
	7.41歲以上	25	3.86		
比賽精神	1.15歲以下	1	3.00	5.564*	2>5、6
	2.16-20歲	27	3.88		
	3.21-25歲	89	3.45		
	4.26-30歲	100	3.52		
	5.31-35歲	54	3.78		
	6.36-40歲	22	3.68		
	7.41歲以上	25	2.80		

*p<.05

註：資料來源：本研究整理

(二) 討論

在年齡方面，觀眾在涉入程度要素上有顯著差異，此研究結果與劉美稚（1999）以及王沛泳（2001）相同；在生活休閒與個人因素上，年齡層為16-20比31-35歲的涉入程度較

高，推測原因可能是在於撞球運動是比較集中在年輕族群的層面，尤其以大學專科生為最多，大學專科生本身具有一定的自主性，比較會專注及投入事物當中；在**球員特質**上，年齡層為 36-40 比 26-30 歲的涉入程度高，推測此一年齡層的觀眾有可能是正屬於將近退休階段的軍公教族群以及成熟的上班族，因此在工作之餘更要找尋休閒娛樂來紓解壓力，而此結果和陳怡每（2008）的部分研究結論有類似之處，根據陳怡每（2008）的研究，不同的年齡的安麗盃現場觀眾在「家庭與休閒消遣」構面達到顯著水準，其根據推論隨著年齡漸增，現場觀眾對於生活的娛樂與消遣會愈亦重視，且會喜歡伴隨與家人從事相同的活動；在**球員支持**上，年齡層為 16-20、36-40 及 41 歲以上比 31-35 歲的涉入程度高，可以推測撞球活動和其他絕大部分的運動一樣，需要群體一同來參與甚至融入其中，而不會受到年齡的差異而有太大的變化；在**情緒表現**上，年齡層為 16-20 比 31-35 及 36-40 歲的涉入程度高，此外 26-30 也比 21-25 及 41 歲以上的涉入程度高，有可能是年齡較輕的族群對球員表現與比賽內容會有較激動的情緒表現，而且比較會積極去了解各對戰組合，而會支持喜愛的球員；在**比賽吸引**上，年齡層為 31-35 及 36-40 比 26-30 歲的涉入程度高，推測可能是年齡層越高的族群，對安麗盃並沒有像年輕族群一樣了解，因此在時間允許之下會有較高的好奇心吸引他們前往觀賞；在**比賽精神**上，年齡層為 16-20 比 31-35 及 36-40 歲的涉入程度高，可能是因為

年輕族群接觸撞球運動的機會較多，因此會比較了解撞球比賽的規則與禮儀。

結果發現假設 1-2，不同年齡之現場觀眾在 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽涉入程度上有顯著差異，獲得支持。

四、不同職業現場觀眾在涉入程度各層面上的差異比較以單因子多變量分析檢驗不同職業現場觀眾在 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽涉入程度各層面上是否有差異存在。

(一) 結果

不同職業現場觀眾在涉入程度上之差異結果如表 4-14 所示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.71 ($p < .05$)，即表示不同職業之現場觀眾在涉入程度上有顯著差異。不同職業的現場觀眾在各構面涉入程度上的考驗結果如表 4-15 所示，結果發現不同職業的現場觀眾在涉入程度的六個構面除了球員支持及比賽吸引未達到統計上顯著水準之考外，其餘構面皆達到統計上顯著水準之考驗 ($p < .05$)。而經 scheffe 事後比較得知：在生活休閒與個人因素上，職業為服務業的比工商業與學生族群之現場觀眾的涉入程度為高；球員特質方面，服務業比軍公教與工商業及其他之現場觀眾的涉入程度為高，在情緒表現上、職業為服務業的比軍公教及學生之現場觀眾的涉入程度為高；在比賽精神上，軍公教要比其他之現場觀眾的涉入程度為高。

表 4- 14 不同職業之觀眾涉入程度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
職業	.774	2.247	(1, 346)

*p<.05 註：資料來源：本研究整理

表 4- 15 不同職業之觀眾涉入程度差異分析表

涉入程度構面	職業	人數	平均數	F 值	事後檢定
生活休閒與個人因素	1.學生	94	3.266	2.752	3>2、5
	2.工商業	54	3.378		
	3.服務業	81	3.469		
	4.軍公教	11	3.109		
	5.自由業	45	3.378		
	6.家管	4	4.300		
	7.其他	29	3.076		
球員特質	1.學生	94	3.660	3.107	3>4、2
	2.工商業	54	3.796		
	3.服務業	81	3.856		
	4.軍公教	11	3.727		
	5.自由業	45	3.696		
	6.家管	4	3.667		
	7.其他	29	3.230		

(續下頁)

表 4-15 不同職業之觀眾涉入程度差異分析表 (續)

涉入程度構面	職業	人數	平均數	F 值	事後檢 定
球員支持	1.學生	94	4.057	1.374	4>1、2
	2.工商業	54	4.093		
	3.服務業	81	4.103		
	4.軍公教	11	3.939		
	5.自由業	45	4.059		
	6.家管	4	4.833		
	7.其他	29	3.954		
情緒表現	1.學生	94	1.569	3.113	3、4>1
	2.工商業	54	1.574		
	3.服務業	81	1.932		
	4.軍公教	11	1.864		
	5.自由業	45	1.411		
	6.家管	4	2.500		
	7.其他	29	1.569		

(續下頁)

表 4-15 不同職業之觀眾涉入程度差異分析表 (續)

涉入程度構面	職業	人數	平均數	F 值	事後檢 定
比賽吸引	1.學生	94	4.133	.888	5>4、3
	2.工商業	54	4.037		
	3.服務業	81	4.068		
	4.軍公教	11	4.182		
	5.自由業	45	4.256		
	6.家管	4	4.250		
	7.其他	29	4.310		
比賽精神	1.學生	94	3.495	1.431	4>3、1
	2.工商業	54	3.361		
	3.服務業	81	3.525		
	4.軍公教	11	3.682		
	5.自由業	45	3.544		
	6.家管	4	4.000		
	7.其他	29	3.862		

*p<.05

註：資料來源：本研究整理

(二) 討論

在職業方面，觀眾在涉入程度要素上有顯著差異，經事後比較發現，在生活休閒與個人因素上，職業為服務業的比工商業與學生族群之現場觀眾的涉入程度為高，推測大台北

地區原本就屬於台灣地區服務業集中的都市，而從事服務業的民眾平時工作忙碌，因此遇到難得休假之日，勢必更加較積極安排與從事休閒娛樂之活動，而且像安麗盃此種精采賽事勢必不能錯過；在**球員特質**方面，學生比軍公教與工商業及其他之現場觀眾的涉入程度為高；推測除了撞球運動的球迷是以學生層面居多，對球員的認同度相對較高，而此一時期以又以同儕間的互動最為熱絡，同儕間的一舉一動就往往是模仿跟隨之對象，因此涉入程度相對提高，而職業為家管為何涉入程度較高是否因為是樣本數過少的影響有待未來進一步的探討；在**情緒表現**上、職業為服務業的比軍公教及學生之現場觀眾的涉入程度為高，推測原因有可能是某些職業的工作者往往上班時間不固定，也以此少有規律的休假時間，如果有難得的休息時間必定會把握住，休閒活動也會考量盡可能簡單及方便性為主，在從事休閒活動中，也希望可以紓解平時工作壓力，因此在觀看比賽時比較會積極地表現出自己的情緒，因此要有外在的趨力（如宣傳廣告引起注意、方便性不要太過麻煩）方會加強動機前往；在**比賽精神**上，軍公教要比其他之現場觀眾的涉入程度為高，推測應該是與職業屬性有關。

結果發現假設 1-3，不同職業之現場觀眾在 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開撞球賽涉入程度上有顯著差異，獲得部分支持。

五、不同教育程度現場觀眾在涉入程度各層面上的差異比較
以單因子多變量分析檢驗不同教育程度現場觀眾在2010
安麗盃世界女子花式撞球公開撞球賽涉入程度各層面上
是否有差異存在。

(一) 結果

不同教育程度現場觀眾在涉入程度上之差異結果如表
4-16 所示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為
0.84($p < .05$)，結果發現不同教育程度的現場觀眾在涉入程度
的六種構面上除了比賽吸引未達到統計上顯著水準之考外，
其餘構面皆達到統計上顯著水準之考驗($p < .05$)。不同教育程
度的現場觀眾在各構面涉入程度上的考驗結果如表 4-17 所
示。經 Scheffe 事後比較得知：在**生活休閒與個人因素**上，教
育程度為高中高職生比大學專科生及國中生之現場觀眾的涉
入程度為高；在**球員特質**上，教育程度高中高職生比研究
所、大學專科生及國中生之現場觀眾的涉入程度為高；在**球
員支持**上，教育程度為高中高職生比碩士生及大專生之現場
觀眾的涉入程度為高；在**情緒表現**上，教育程度為高中高職
生比大學專科生的涉入程度為高；在**比賽精神**上，教育程度
為高中高職生比碩士生及大專生之現場觀眾的涉入程度為
高。

表 4-16 不同教育程度之觀眾涉入程度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
教育程度	.635	6.226	(1, 308)

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

(二) 討論

不同教育程度的現場觀眾在各構面之涉入程度上，高中高職生之涉入程度皆比其他教育程度之現場觀眾為高，發現教育程度愈高，其涉入程度有愈低的傾向，此研究結果與張家豪（2004）以及曾嘉聖（2008）的研究有類似之處，但為何國中初中生的觀賞動機低於高中高職生，則有待作進一步探究。

表 4-17 不同教育程度之現場觀眾涉入程度差異分析表

涉入程度構面	教育程度	人數	平均數	F 值	事後檢定
生活休閒與個人因素	1. 國小	2	3.40	14.208*	3>4、2
	2. 國中	3	2.80		
	3. 高中	50	3.94		
	4. 大專	212	3.28		
	5. 研所以上	51	3.00		
球員特質	1. 國小	2	2.66	3.552*	3>5、2
	2. 國中	3	4.22		
	3. 高中	50	3.95		
	4. 大專	212	3.62		
	5. 研所以上	51	3.71		
球員支持	1. 國小	2	3.33	3.822*	3>4、5
	2. 國中	3	3.11		
	3. 高中	50	4.24		
	4. 大專	212	4.04		
	5. 研所以上	51	4.10		

(續下頁)

表 4-17 不同教育程度之觀眾涉入程度差異分析表 (續)

涉入程度構面	教育程度	人數	平均數	F 值	事後檢定
情緒表現	1.國小	2	4.00	8.300*	3>4
	2.國中	3	1.00		
	3.高中	50	2.05		
	4.大專	212	1.61		
	5.研所以上	51	1.44		
比賽吸引	1.國小	2	5.00	1.185	
	2.國中	3	3.83		
	3.高中	50	4.08		
	4.大專	212	4.16		
	5.研所以上	51	4.07		
比賽精神	1.國小	2	3.50	5.558*	3>4、5
	2.國中	3	3.00		
	3.高中	50	3.91		
	4.大專	212	3.54		
	5.研所以上	51	3.16		

*p<.05

註：資料來源：本研究整理

結果發現假設 1-4，不同教育程度之現場觀眾在 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開撞球賽涉入程度上有顯著差異，獲得支持。

六、不同月收入現場觀眾在涉入程度各層面上的差異比較以單因子多變量分析檢驗不同月收入現場觀眾在 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開撞球賽涉入程度各層面上是否有差異存在。

(一) 結果

不同月收入現場觀眾在涉入程度上之差異結果如表 4-18 所示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.76($p < .05$)。不同月收入的現場觀眾在各構面涉入程度上的考驗結果如表 4-19 所示，結果發現不同月收入的現場觀眾在生活休閒與個人因素構面上並未達統計上顯著水準之考驗($p > .05$)；但在其他五個構面上則達統計上顯著水準之考驗($p < .05$)。經 Scheffe 事後比較得知：在球員特質上，月收入為新台幣 30,001~50,000 元比 10,001~30,000 元之現場觀眾的涉入程度為高；在球員支持上，月收入為 50,001~70,000 元的比 10,001-30,000 元及 30,001-50,000 元之現場觀眾的涉入程度為高，在情緒表現上，月收入為 10,001-30,000 元的比 50,001-70,000 元之現場觀眾的涉入程度為高；在比賽吸引上，月收入為 40,001-70,000 元的比 10,000 元以下之現場觀眾的涉入程度為高；在比賽精神上，月收入為 10,001-30,000 元

的比 30,001~50,000 元之現場觀眾的涉入程度為高，而月收入為 10,001-30,000 元比 10,000 元以下、30,001-50,000 元、50,001-70,000 元及 70,000 元以上之現場觀眾的涉入程度為高。

表 4-18 不同月收入之現場觀眾涉入程度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
月收入	.769	3.509	(1, 311)

*p<.05 註：資料來源：本研究整理

表 4-19 不同月收入之現場觀眾涉入程度差異分析表

涉入程度構面	月收入	人數	平均數	F 值	事後檢定
生活休閒與個人因素	1.10,000 元以下	80	3.31	1.073	
	2.10,001~30,000	102	3.34		
	3.30,001~50,000	85	3.27		
	4.50,001~70,000	30	3.58		
	5.70,001 元以上	21	3.36		
球員特質	1.10,000 元以下	80	3.50	2.728*	3>2、1
	2.10,001~30,000	102	3.70		
	3.30,001~50,000	85	3.80		
	4.50,001~70,000	30	3.76		
	5.70,001 元以上	21	3.95		

(續下頁)

表 4-19 不同月收入之現場觀眾涉入程度差異分析表 (續)

涉入程度構面	月收入	人數	平均數	F 值	事後檢定
球員支持	1.10,000元以下	80	3.92	3.568*	4>3、2
	2.10,001~30,000	102	4.10		
	3.30,001~50,000	85	4.02		
	4.50,001~70,000	30	4.22		
	5.70,001元以上	21	4.41		
情緒表現	1.10,000元以下	80	1.61	2.860*	
	2.10,001~30,000	102	1.82		
	3.30,001~50,000	85	1.65		
	4.50,001~70,000	30	1.23		
	5.70,001元以上	21	1.69		
比賽吸引	1.10,000元以下	80	4.11	3.370*	4>1
	2.10,001~30,000	102	4.28		
	3.30,001~50,000	85	4.00		
	4.50,001~70,000	30	4.28		
	5.70,001元以上	21	3.85		
比賽精神	1.10,000元以下	80	3.54	4.844*	2>3
	2.10,001~30,000	102	3.71		
	3.30,001~50,000	85	3.42		
	4.50,001~70,000	30	3.63		
	5.70,001元以上	21	2.90		

註：*p<.05 資料來源：本研究整理

(二) 討論

根據顏志宏(2005)與陳怡每(2008)等研究發現，每月可支配所得越高的現場觀眾會有更高程度的涉入程度，這與本研究之結果不盡相同，但與曾嘉聖(2008)之研究有相符之處，其研究發現每月可支配的所得愈低，其涉入程度有愈強的趨勢，而每月可支配所得與職業息息相關，每月可支配所得在10,000元左右的觀眾絕大部分應是學生的身分，因此相較於有固定工作的社會人士而言，學生的涉入程度會來的強烈。雖然月收入較高者有較多充裕的可支配所得，但撞球運動的參與學生族群仍為大多數，加上安麗盃是免費入場，因此學生族群的涉入程度會來得更加強烈。

結果發現假設 1-5，不同月收入之現場觀眾在2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽涉入程度上有顯著差異，獲得部份支持。

第四節 人口統計變項對於參與滿意度各層面之差異分析

本節以單因子多變量分析(one-way MANOVA)比較不同人口統計變項的觀眾在參與滿意度量表上的差異，分別就性別、年齡、職業、教育程度及月收入五個變項對「比賽預期」與「場地活動與服務」分別進行討論；經過統計分析之後，如達顯著差異，則進一步以雪費法(Scheffe)進行事後比較，以了解各變項組間之差異。

一、2010安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度各題項之平均值

在現場觀眾滿意度之整體分析，係採用敘述統計來呈現安麗盃撞球賽現場觀眾在參與滿意度各構面題目上之得分平均數。參與滿意度量表的每題得分範圍為1~5分，1分表示非常不滿意、2分表示不滿意、3分表示普通、4分表示滿意而5分表示非常滿意，根據本研究受試者填答中顯參與滿意度各構面每一題之得分情形及排序如表4-20所示。針對樣本的現場觀眾參與滿意度進行分析，結果得知現場觀眾在參與滿意度上最強的前三項依序為：安麗盃之周邊販賣商品、安麗盃所舉辦之周邊活動、安麗盃比賽場地所提供之服務。由於本次安麗盃比賽場地位於台北市鬧區，因此觀眾在前往觀賞比賽時會首先選擇方便又省錢的大眾交通工具，這是可以理解的。而在參與滿意度上最差的為：對參賽球員之比賽內容。

表 4- 20 參與滿意度各項目、平均數及其排序 (N=318)

項目	平均數	項目排序
33.我對安麗盃之周邊販賣商品很滿意	3.19	1
34.安麗盃所舉辦之周邊活動讓我很滿意	3.36	2
32.我對安麗盃比賽場地所提供之服務很滿意	3.52	3
30.整體而言，我覺得參賽球員的表現達到我預先之期望	3.61	4
31.我對參賽球員之比賽內容感到很滿意	3.81	5

註：資料來源：本研究整理

二、不同性別現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度各層面上的差異比較以單因子多變量分析(one-way MANOVA)檢驗不同性別的現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度各層面上是否有差異存在。

(一) 結果

不同性別現場觀眾在參與滿意度上之差異結果如表4-21所示，主要效果之多變量顯著性考驗的Wilk's Λ 值為0.991($p > .05$)，即表示不同性別之現場觀眾在參與滿意度上沒有顯著差異。

表 4- 21 不同性別之現場觀眾參與滿意度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
性別	.991	1.388	(1, 411)

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

(二) 討論

不同性別之現場觀眾在參與滿意度上沒有顯著差異，此結果和廖俊儒（2004）以及蔡博任（2005）相同，但和劉美稚（1999）、趙政諭（2000）、張家豪（2004）以及賴昇宏（2006）不同。而在陳雅玲（2006）的研究中發現，不同性別在環境規劃方面有顯著差異，其猜測原因是否因為男性的天性對於建築規劃較敏銳有關，但在此研究中女性參與滿意度卻高於男性，是否因為時空或地域環境不同因而產生差異，是可以再進一步加以探討的。而在其他構面上不同性別並無顯著差異，有可能是由於單一賽事的原因，這和蔡博任（2005）研究世界盃五人制足球賽事有相同之處，而劉美稚（1999）與趙政諭（2000）研究有關職棒觀眾、張家豪（2004）以及賴昇宏（2006）研究 SBL 和大專籃球聯賽，此較屬於長期性的比賽加上比賽層級（世運、世界盃和國內的聯賽）不同而造成參與滿意度間的差異性。

結果發現假設 2-1，不同性別之現場觀眾在 2010 安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度上有顯著差異，未獲得支持。

三、不同年齡現場觀眾在滿意度各層面上的差異比較

以單因子多變量分析檢驗不同年齡現場觀眾在 2010 安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度各層面上是否有差異存在。

表 4-22 不同年齡之現場觀眾參與滿意度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
年齡	.911	2.474	(4, 408)

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

(一) 結果

不同年齡現場觀眾在滿意度上之差異結果如表 4-4-3 所示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.911 ($p < .05$)，即表示不同年齡之現場觀眾在滿意度上有顯著差異。不同年齡層的現場觀眾在參與滿意度各構面的考驗結果如表 4-23 所示，結果發現不同年齡層的現場觀眾在參與滿意度的兩個構面上之差異皆達到統計上顯著水準之考驗 ($p < .05$)。經 Scheffe 事後比較得知：在比賽預期上，26-30 歲比 16-20 歲及 36-40 歲的滿意度高，；在場地活動與服務

上，26-30 歲比 31-35 歲滿意度高，以及 16-20 歲的比 21-25 及 31-35 歲的參與滿意度高。

（二）討論

不同年齡之現場觀眾在參與滿意度上有顯著差異，此結果和劉美稚（1999）、趙政諭（2000）、張家豪（2004）、廖俊儒（2004）以及賴昇宏（2006）的研究相同，由此可以發現無論是本研究中的撞球運動，或者是國內最受歡迎的棒球或籃球運動，其觀眾參與滿意度皆有顯著差異存在，而且無論是賽事等級或舉辦地點如何，觀眾年齡的組成較集中在年輕族群此一區塊。而經事後比較發現，26-30 歲參與滿意度顯然較高於其他年齡層，原因有可能是在於撞球人口集中在青壯年，對比賽有較多的認同感，加上國際級的賽事對於場地活動與服務要求比較高，也因此有較好的參與滿意度，至於年齡層較高的觀眾或許是較在意是否方便到達賽事現場，因此也對參與滿意度有較高的評價。

結果發現假設 2-2，不同年齡之現場觀眾在 2010 安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度上有顯著差異，獲得支持。

表 4- 23 不同年齡之現場觀眾參與滿意度差異分析表

參與滿意度構面	年齡	人數	平均數	F 值	事後檢定
比賽預期	1.15歲以下	1	4.00	2.288*	4>2、6
	2.16-20歲	27	3.59		
	3.21-25歲	89	3.61		
	4.26-30歲	100	3.83		
	5.31-35歲	54	3.65		
	6.36-40歲	22	3.88		
	7.41歲以上	25	3.52		
場地活動與服務	1.15歲以下	1	3.00	2.657*	4>5
	2.16-20歲	27	3.75		
	3.21-25歲	89	3.28		
	4.26-30歲	100	3.41		
	5.31-35歲	54	3.29		
	6.36-40歲	22	3.40		
	7.41歲以上	25	3.01		

*p<.05

註：資料來源：本研究整理

四、不同職業現場觀眾在滿意度各層面上的差異比較

以單因子多變量分析檢驗不同職業現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度各層面上

是否有差異存在。

(一) 結果

不同職業之現場觀眾在參與滿意度上之差異結果如表 4-24 所示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.906 ($p < .05$)，即表示不同職業之現場觀眾在參與滿意度上有顯著差異。不同職業的現場觀眾在參與滿意度各構面的考驗結果如表 4-25 所示，結果發現不同職業的現場觀眾在參與滿意度兩個構面中之差異皆達到統計上顯著水準之考驗 ($p < .05$)。而經雪費法事後比較得知：在比賽預期上，職業為工商業的比學生及服務業的參與滿意度為高；在場地活動與服務上，職業為工商業的比職業是軍公教之現場觀眾的參與滿意度為高。

表 4-24 不同職業之現場觀眾參與滿意度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
職業	.906*	2.621*	(7, 405)

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

表 4-25 不同職業之現場參與觀眾滿意度差異分析表

參與滿意度 構面	職業	人數	平均數	F 值	事後檢 定
比賽預期	1.學生	94	3.654	2.206*	2>1、3
	2.工商業	54	3.870		
	3.服務業	81	3.580		
	4.軍公教	11	3.818		
	5.自由業	45	3.778		
	6.家管	4	4.000		
	7.其他	29	3.793		
場地活動與 服務	1.學生	94	3.468	3.124*	2>4
	2.工商業	54	3.556		
	3.服務業	81	3.222		
	4.軍公教	11	3.242		
	5.自由業	45	3.289		
	6.家管	4	4.000		
	7.其他	29	3.034		

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

(二) 討論

不同職業之現場觀眾在參與滿意度上有顯著差異，此結果和劉美稚（1999）、廖俊儒（2004）、張家豪（2004）以及賴昇宏（2006）的研究相同。在事後比較中發現，軍公教、

學生的滿意度偏低，推論原因有可能是公務人員及學生對於周遭環境的感受比較強烈，對滿意度的要求比較高所致，而其他職業或許只要求賽事的精采度，加上安麗盃比賽現場的軟硬體基本上也有一定的水準，因此對滿意度的感受普遍較高。而在廖俊儒（2004）、張家豪（2004）及賴昇宏（2006）的研究中，學生族群的滿意度普遍高於非學生族群，原因在於學生往往觀賞免付費之比賽，因此對滿意度要求並不高，而非學生族如付費觀賞賽事，要求的軟硬體條件自然會較高。所以無論在任何賽事中，無論比賽規模大小或是地點為何，唯有尋求更高品質的軟硬體設施規劃，方能吸引更多觀眾前來觀賞比賽

結果發現假設 2-3，不同職業之現場觀眾在 2010 安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度上有顯著差異，獲得支持。

五、不同教育程度現場觀眾在滿意度各層面上的差異比較

以單因子多變量分析檢驗不同教育程度現場觀眾在 2010 安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度各層面上是否有差異存在。

（一）結果

不同教育程度之現場觀眾在參與滿意度上之差異結果如表 4-26 顯示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.85 ($p < .05$)，即表示不同教育程度之現場觀眾在參與滿意度上有顯著差異。不同教育程度的現場觀眾在各參與滿意

度構面上的考驗結果如表 4-27 所示，結果發現不同教育程度的現場觀眾在參與滿意度的兩個構面上之差異皆達到統計上顯著水準之考驗（ $p < .05$ ）。再經 Scheffe 事後比較得知：在現場及周邊環境體驗上，教育程度為碩士比國中初中生的滿意度為高；在人員訓練及場館管理上，高中高職生比碩士的滿意度為高。

表 4-26 不同教育程度之現場觀眾參與滿意度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
教育程度	.832*	7.513*	(4, 408)

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

表 4-27 不同教育程度之現場觀眾參與滿意度差異分析表

參與滿意度構面	教育程度	人數	平均數	F 值	事後檢定
比賽預期	1.國小	2	2.00	8.097*	5>2
	2.國中	3	4.33		
	3.高中	50	3.82		
	4.大專	212	3.66		
	5.研究所以上	51	3.84		

(續下頁)

表 4-27 不同教育程度之現場觀眾參與滿意度差異分析
表 (續)

參與滿意 度構面	教育程度	人數	平均 數	F 值	事後 檢定
場地活動 與服務	1.國小	2	2.00	8.051*	3>5
	2.國中	3	2.33		
	3.高中	50	3.75		
	4.大專	212	3.27		
	5.研究所以上	51	3.39		

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

(二) 討論

不同教育程度之現場觀眾在參與滿意度上有顯著差異，此結果和劉美稚(1999)、張家豪(2004)以及賴昇宏(2006)的研究相同，經事後比較發現，在比賽預期上，教育程度為碩士比國中生的滿意度為高；在場地活動與服務上，高中高職生卻比碩士的滿意度為高，似乎職業不同在參與滿意度上並沒有太大的關係，但是在整體而言，教育程度越高者，其感受參與滿意度有偏低的傾向，推測有可能教育程度較低者，對各種閱歷及工作經驗較少，重點會放在賽事中，而對整體參與滿意度並不高。此外賴昇宏(2006)在大專籃球聯賽的研究中指出，許多UBA(University Basketball Association)球員高中時大多為HBL(High school Basketball

League)球隊的一員，而許多高中族群的球迷，在這些高中球員畢業進入大學後，仍會繼續支持心中所喜愛的球員，造成高中族群的滿意度普遍比其他族群高。由此可知穩住固定觀眾群必須是要有長期的策略，無論是任何運動，只有創造出良好的服務品質及行銷策略方能產生出具體的經營成效。

結果發現假設 2-4，不同教育程度之現場觀眾在 2010 安麗盃女子花式撞球公開賽參與滿意度上有顯著差異，獲得支持。

六、不同月收入現場觀眾在參與滿意度各層面上的差異比較
以單因子多變量分析檢驗不同月收入現場觀眾在 2010 安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾參與滿意度各層面上是否有差異存在。

(一) 結果

不同月收入之現場觀眾在參與滿意度上之差異結果如表 4-28 所示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.929 ($p < .05$)，即表示不同月收入之現場觀眾在參與滿意度上有顯著差異。不同月收入的現場觀眾在參與滿意度各構面上的考驗結果如表 4-29 所示，結果發現不同月收入的現場觀眾在現場及周邊環境體驗構面上之差異皆達統計上顯著水準之考驗；而在參與滿意度的兩個構面上的差異也達統計上顯著水準之考驗。經事後比較得知在比賽預期上，月收入為 50,001-70,000 元比 30,001-50,000 元的觀眾的參與滿意度為高；在場地活動與服務上，月收入為 70,000 元以上比

30,001-50,000元的觀眾滿意度為高。

(二) 討論

不同月收入之現場觀眾在參與滿意度上有顯著差異。此與廖俊儒(2004)的研究相同，推論林嵩棧(2008)只包含某場結束後之滿意度進行測量因此在滿意度方面的差異有限，而廖俊儒(2004)是探討過去觀賞職棒比賽經驗及體驗的滿意度，本研究之觀眾或許會和以往觀賞撞球比賽的經驗相連接因此產生此結果。在事後比較後發現，大部分中高收入所得的現場觀眾有較高的參與滿意度，但某部分高收入者或許是趕著安麗盃的熱潮進場觀看比賽而對滿意度的認知較不敏感，除此之外，根據前面職業類別的推測，收入較穩定的軍公教或者有較高收入的職業族群，除了要求觀賞一場具有水準的賽事之外，也希望享受整體賽會所帶來的具體感受，因此對滿意度的感受較深刻。

結果發現假設2-5，不同月收入之現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽參與滿意度有顯著差異，獲得支持。

表 4- 28 不同月收入之現場觀眾參與滿意度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F值	df
月收入	.929*	2.913*	(4, 408)

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

表 4- 29 不同月收入之現場觀眾參與滿意度差異分析表

參與滿意 度構面	月收入	人 數	平均 數	F 值	事後 檢定
比賽預期	1.10,000元以下	80	3.68	2.666*	4>3
	2.10,001~30,000	102	3.71		
	3.30,001~50,000	85	3.64		
	4.50,001~70,000	30	3.73		
	5.70,001元以上	21	4.07		
場地活動 與服務	1.10,000元以下	80	3.30	4.646*	5>3
	2.10,001~30,000	102	3.43		
	3.30,001~50,000	85	3.16		
	4.50,001~70,000	30	3.41		
	5.70,001元以上	21	3.87		

*p<.05

註：資料來源：本研究整理

第五節 人口統計變項對於忠誠度各層面之差異分析

本節以單因子多變量分析(one-way MANOVA)比較不同人口統計變項的觀眾在忠誠度量表上的差異，分別就性別、年齡、職業、教育程度及月收入五個變項對『觀賞支持與現場體驗』與『個人支持影響』分別進行討論；經過統計分析之後，如達顯著差異，則進一步以雪費法(Scheffe)進行事後比較，以了解各變項組間之差異。

一、2010安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾忠誠度各題項之平均值

在現場觀眾忠誠度之整體分析，係採用敘述統計來呈現安麗盃撞球賽現場觀眾在忠誠度各構面題目上之得分平均數。忠誠度量表的每題得分範圍為1~5分，1分表示非常不滿意、2分表示不滿意、3分表示普通、4分表示滿意而5分表示非常滿意，根據本研究受試者填答中顯忠誠度各構面每一題之得分情形及排序如表4-30所示。針對樣本的現場觀眾忠誠度進行分析，結果得知現場觀眾在忠誠度上最強的前三項依序為：安麗盃之周邊販賣商品、說服家人與朋友一起支持安麗盃、推薦周遭的親友前去現場觀賞安麗盃的比賽。由於本次安麗盃比賽場地位於台北市鬧區，因此觀眾在前往觀賞比賽非常方便，這是可以理解的。而在忠誠度上最差的為：再次到安麗盃現場觀賞球賽。

表 4-30 忠誠度各項目、平均數及其排序 (N=318)

項目	平均數	項目排序
39.我不只支持安麗盃，還會買安麗盃的周邊商品	3.12	1
40.我會說服家人與朋友一起支持安麗盃	3.48	2
37.您願意推薦周遭的親友前去現場觀賞安麗盃的比賽	3.94	3
36.您願意向周遭的親友分享安麗盃比賽的美好體驗	4.00	4
41.即使支持的球員表現不理想，我仍會繼續支持我所選擇的球員	4.09	5
35.您願意再次到安麗盃現場觀賞球賽	4.15	7

註：資料來源：本研究整理

二、不同性別現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾忠誠度各層面上的差異比較

以單因子多變量分析(one-way MANOVA)檢驗不同性別的現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾忠誠度各層面上是否有差異存在。

(一) 結果

不同性別現場觀眾在忠誠度上之差異結果如表 4-31 所示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.991 ($p > .05$)，即表示不同性別之現場觀眾在忠誠度上沒有差異。

表 4- 31 不同性別之現場觀眾忠誠度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
性別	.991	1.365	(1, 315)

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

(二) 討論

不同性別之現場觀眾在忠誠度上沒有顯著差異，此結果和廖俊儒（2004）以及蔡博任（2005）相同，但和劉美稚（1999）、趙政諭（2000）、張家豪（2004）以及賴昇宏（2006）不同。但在此研究中女性忠誠度卻高於男性，是否因為環境不同因而產生差異，是可以再進一步加以探討的。而在其他構面上不同性別並無顯著差異，有可能是由於單一賽事的原因，這和蔡博任（2005）研究世界盃五人制足球賽事有相同之處，而劉美稚（1999）與趙政諭（2000）研究有關職棒觀眾、張家豪（2004）以及賴昇宏（2006）研究大專籃球聯賽，比較屬於長期性的比賽加上比賽層級（世運、世界盃和國內的聯賽）不同而造成忠誠度間的差異性。

結果發現假設 3-1，不同性別之現場觀眾在 2010 安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾忠誠度上有顯著差異，未獲得支持。

三、不同年齡現場觀眾在忠誠度各層面上的差異比較

以單因子多變量分析檢驗不同年齡現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾忠誠度各層面上是否有差異存在。

表 4- 32 不同年齡之現場觀眾忠誠度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F值	df
年齡	.828	5.126	(4, 318)

* $p < .05$

資料來源：本研究整理

(一) 結果

不同年齡現場觀眾在忠誠度上之差異結果如表4-32所示，主要效果之多變量顯著性考驗的Wilk's Λ 值為0.828($p < .05$)，即表示不同年齡之現場觀眾在忠誠度上有顯著差異。不同年齡層的現場觀眾在忠誠度各構面的考驗結果如表4-33所示，結果發現不同年齡層的現場觀眾在忠誠度的兩個構面上之差異皆達到統計上顯著水準之考驗($p < .05$)。經雪費法事後比較得知：在觀賞支持與個人體驗上，26-30歲比16-20歲及36-40歲的忠誠度高，；在個人支持影響上，26-30歲比31-35歲忠誠度高，以及16-20歲的比21-25及31-35歲的忠誠度高。

(二) 討論

不同年齡之現場觀眾在忠誠度上有顯著差異，此結果和劉美稚（1999）、趙政諭（2000）、張家豪（2004）、廖俊儒（2004）以及賴昇宏（2006）的研究相同，由此可以發現無論是本研究中的撞球運動，或者是國內最受歡迎的棒球或籃球運動，其觀眾忠誠度皆有顯著差異存在，而且無論是賽事等級或舉辦地點如何，觀眾年齡的組成較集中在年輕族群此一區塊。而經事後比較發現，26-30歲忠誠度顯然較高於其他年齡層，原因有可能是在於撞球人口集中在青壯年，對比賽有較多的認同感，加上國際級的賽事對於場地活動與服務要求比較高，也因此有較好的忠誠度，至於年齡層較高的觀眾或許是較在意是否方便到達賽事現場，因此也對忠誠度有較高的評價。

結果發現假設3-2，不同年齡之現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾忠誠度上有顯著差異，獲得支持。

表 4-33 不同年齡之現場觀眾忠誠度差異分析表

忠誠度構面	年齡	人數	平均數	F 值	事後檢定
觀賞支持與個人體驗	1.15歲以下	1	3.75	5.043*	4>2、6
	2.16-20歲	27	4.18		
	3.21-25歲	89	4.12		
	4.26-30歲	100	4.18		
	5.31-35歲	54	3.76		
	6.36-40歲	22	3.98		
	7.41歲以上	25	3.73		
個人支持影響	1.15歲以下	1	2.00	4.757*	4>5
	2.16-20歲	27	3.74		
	3.21-25歲	89	3.18		
	4.26-30歲	100	3.31		
	5.31-35歲	54	3.22		
	6.36-40歲	22	3.81		
	7.41歲以上	25	2.96		

*p<.05

註：資料來源：本研究整理

四、不同職業現場觀眾在忠誠度各層面上的差異比較

以單因子多變量分析檢驗不同職業現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾忠誠度各層面上是否有

差異存在。

(一) 結果

不同職業之現場觀眾在忠誠度上之差異結果如表 4-34 所示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.873 ($p < .05$)，即表示不同職業之現場觀眾在忠誠度上有顯著差異。不同職業的現場觀眾在忠誠度各構面的考驗結果如表 4-35 所示，結果發現不同職業的現場觀眾在忠誠度兩個構面中之差異皆達到統計上顯著水準之考驗 ($p < .05$)。而經雪費法事後比較得知：在觀賞支持與個人體驗上，職業為軍公教的比學生及服務業的忠誠度為高；在個人支持影響上，職業為工商業的比職業是自由業之現場觀眾的忠誠度為高。

表 4-34 不同職業之現場觀眾忠誠度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
職業	.873*	3.631*	(4, 405)

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

表 4- 35 不同職業之現場忠誠度差異分析表

忠誠度構面	職業	人數	平均數	F 值	事後檢定
觀賞支持與個人體驗	1. 學生	94	4.15	3.004*	4>1、3
	2. 工商業	54	4.13		
	3. 服務業	81	3.96		
	4. 軍公教	11	3.90		
	5. 自由業	45	4.08		
	6. 家管	4	3.25		
	7. 其他	29	3.83		
個人支持影響	1. 學生	94	3.38	4.602*	2>5
	2. 工商業	54	3.50		
	3. 服務業	81	3.16		
	4. 軍公教	11	3.27		
	5. 自由業	45	3.46		
	6. 家管	4	3.75		
	7. 其他	29	2.70		

*p<.05

註：資料來源：本研究整理

(二) 討論

不同職業之現場觀眾在忠誠度上有顯著差異，此結果和廖俊儒（2004）、以及賴昇宏（2006）的研究相同。在事後

比較中發現，服務業、學生的忠誠度偏低，推論原因有可能是服務業及學生對於比賽環境的感受比較強烈，要求也比較高所致，而其他職業或許只要求賽事的精采度，加上安麗盃比賽現場的軟硬體基本上也有一定的水準，因此對安麗盃比賽環境的感受普遍較高，因此我們可以發現無論比賽規模大小或是地點為何，唯有尋求更高品質的軟硬體設施規劃，方能吸引更多觀眾前來觀賞比賽

結果發現假設 3-3，不同職業之現場觀眾在 2010 安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾忠誠度上有顯著差異，獲得支持。

五、不同教育程度現場觀眾在忠誠度各層面上的差異比較

以單因子多變量分析檢驗不同教育程度現場觀眾在 2010 安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾忠誠度各層面上是否有差異存在。

(一) 結果

不同教育程度之現場觀眾在忠誠度上之差異結果如表 4-36 顯示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.867 ($p < .05$)，即表示不同教育程度之現場觀眾在忠誠度上有顯著差異。不同教育程度的現場觀眾在各忠誠度構面上的考驗結果如表 4-37 所示，結果發現不同教育程度的現場觀眾在忠誠度的兩個構面上之差異皆達到統計上顯著水準之考驗 ($p < .05$)。再經雪費法事後比較得知：在觀賞支持與個人體驗上，教育程度為國中比大專生的忠誠度為高；在個人支持影

響上，高中高職生比碩士的忠誠度為高。

表 4- 36 不同教育程度之現場觀眾忠誠度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
教育程度	.867*	5.772*	(4, 408)

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

表 4- 37 不同教育程度之現場觀眾忠誠度差異分析表

忠誠度構面	教育程度	人數	平均數	F 值	事後檢定
觀賞支持與個人體驗	1. 國小	2	2.00	8.097*	2 > 4
	2. 國中	3	4.33		
	3. 高中	50	3.82		
	4. 大專	212	3.66		
	5. 研究所以上	51	3.84		
個人支持影響	1. 國小	2	2.00	8.051*	3 > 5
	2. 國中	3	2.33		
	3. 高中	50	3.75		
	4. 大專	212	3.27		
	5. 研究所以上	51	3.39		

* $p < .05$

註：資料來源：本研究整理

(二) 討論

不同教育程度之現場觀眾在忠誠度上有顯著差異，此結果和劉美稚（1999）、張家豪（2004）以及賴昇宏（2006）的研究相同，經事後比較發現，在觀賞支持與個人體驗上，教育程度為國中生比大專生的滿意度為高；在個人支持影響上，高中高職生卻比碩士的滿意度為高，似乎教育程度不同在忠誠度上並沒有太大的關係，但是在整體而言，教育程度越高者，其感受忠誠度有偏低的傾向，推測有可能教育程度較低者，對各種閱歷及工作經驗較少，重點會放在賽事中，而對整體忠誠度並不高。此外賴昇宏（2006）在大專籃球聯賽的研究中指出，許多UBA(University Basketball Association)球員高中時大多為HBL(High School Basketball League)球隊的一員，而許多高中族群的球迷，在這些高中球員畢業進入大學後，仍會繼續支持心中所喜愛的球員，造成高中族群的忠誠度普遍比其他族群高。由此可知穩住固定觀眾群必須是要有長期的策略，無論是任何運動，只有創造出良好的服務品質及行銷策略方能產生出具體的經營成效。

結果發現假設 3-4，不同教育程度之現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽忠誠度上有顯著差異，獲得支持。

六、不同月收入現場觀眾在忠誠度各層面上的差異比較

以單因子多變量分析檢驗不同月收入現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽現場觀眾忠誠度各層面上是否有差異存在。

(一) 結果

不同月收入之現場觀眾在忠誠度上之差異結果如表 4-38 所示，主要效果之多變量顯著性考驗的 Wilk's Λ 值為 0.969 ($p < .05$)，即表示不同月收入之現場觀眾在忠誠度上有顯著差異。不同月收入的現場觀眾在忠誠度各構面上的考驗結果如表 4-39 所示，結果發現不同月收入的現場觀眾在忠誠度的兩個構面上之差異皆達統計上顯著水準之考驗。經事後比較得知在**觀賞支持與個人體驗**上，月收入為 50,001-70,000 元比 10,000 元以下的觀眾的忠誠度為高；在**個人支持影響**上，月收入為 50,001-70,000 元比 10,001-30,000 元的觀眾忠誠度為高。

(二) 討論

不同月收入之現場觀眾在忠誠度上有顯著差異。此與林嵩棧 (2008) 不同，但和廖俊儒 (2004) 的研究相同，推論林嵩棧 (2008) 只包含某場結束後之滿意度進行測量因此在忠誠度方面的差異有限，而廖俊儒 (2004) 是探討過去觀賞職棒比賽經驗及體驗的滿意度，本研究之觀眾或許會和以往觀賞撞球比賽的經驗相連接因此產生此結果。在事後比較後發現，大部分中高收入所得的現場觀眾有較高的忠誠度，但某部分高收入者或許是趕著安麗盃的熱潮進場觀看比賽而對忠誠度的認知較不敏感，除此之外，根據前面職業類別的推測，收入較穩定的軍公教或者有較高收入的職業族群，除了要求觀賞一場具有水準的賽事之外，也希望享受整體賽會所

帶來的具體感受，因此感受較深刻。

結果發現假設3-5，不同月收入之現場觀眾在2010安麗盃女子花式撞球公開賽忠誠度有顯著差異，獲得支持。

表 4- 38 不同月收入之現場觀眾忠誠度多變量變異數分析表

人口統計變項	多變量 Wilk's Λ	F 值	df
月收入	.9269*	3.931*	(7, 411)

*p<.05 註：資料來源：本研究整理

表 4- 39 不同月收入之現場觀眾忠誠度差異分析表

忠誠度構面	月收入	人數	平均數	F 值	事後檢定
觀賞支持與個人體驗	1.10,000元以下	80	3.98	6.612*	4、5>1
	2.10,001~30,000	102	4.15		
	3.30,001~50,000	85	3.84		
	4.50,001~70,000	30	4.09		
	5.70,001元以上	21	4.46		
個人支持影響	1.10,000元以下	80	3.28	3.030*	4>2
	2.10,001~30,000	102	3.27		
	3.30,001~50,000	85	3.17		
	4.50,001~70,000	30	3.45		
	5.70,001元以上	21	3.80		

*p<.05 註：資料來源：本研究整理

第六節 現場觀眾涉入程度、參與滿意度與忠誠度之

相關分析

此部份是採用 Pearson 積差相關分析，來探討 2010 安麗盃女子花式撞球公開賽比賽現場觀眾之涉入程度、忠誠度與參與滿意度三者間之關係。

一、現場觀眾涉入程度與參與滿意度之相關分析

而由研究結果表 4-40 所示，可以得知涉入程度與參與滿意度的相關係數為 .449，具有顯著的正相關存在，代表涉入程度愈高者對參與滿意度感受愈高，此與大部分對涉入程度與參與滿意度的相關研究（王沛泳，2001；張家豪，2004；蔡博任，2005；賴昇宏，2006）有相同之處。此外張孝銘、高俊雄（2002）指出，球迷參與滿意度愈高時，球迷的涉入程度也就愈高。Mannell & Kleiber (1997) 也曾指出，滿意及涉入是以心理性的需求為出發，當個人的信念和預期參與某種活動失去平衡時，目標和動機因素將會減少，如果行為或參與活動結果是達到需求滿意，所提供正向回饋是有益的，即個體在參與活動，是否滿意會影響需求或動機，也會影響參與行為或活動，或停止行為或活動。

表 4-40 現場觀眾涉入程度與參與滿意度之相關係數表

	涉入程度
參與滿意度	.449**

註：** $p < .01$ 資料來源：本研究整理

而本研究結果也同時發現，現場觀眾其涉入程度與滿意度之間的相關性與彭小惠（2005）的研究較不同，推論其可能原因，彭小惠的研究是以UBA的觀眾為研究對象，而UBA屬於例行性的賽會，與此次安麗盃的撞球賽事的單一賽會賽制不相同，因此可能造成彭小惠的研究結果為動機與滿意度之間相關程度較高。

結果發現假設四，2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之涉入程度與參與滿意度上呈正相關，獲得支持。

二、現場觀眾涉入程度與忠誠度之相關分析

由研究結果表4-41所示，可以得知涉入程度與忠誠度的相關係數為.620，具有顯著的正相關存在，代表涉入程度愈高者對忠誠度感受愈高。

結果發現假設五，2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之涉入程度與忠誠度上呈正相關，獲得支持。

表 4- 41 現場觀眾涉入程度與忠誠度之相關係數表

涉入程度	
忠誠度	.620**

註：** $p < .01$ 資料來源：本研究整理

三、現場觀眾參與滿意度與忠誠度之相關分析

由研究結果表4-42所示，可以得知參與滿意度與忠誠度的相關係數為.567，具有顯著的正相關存在，代表參與滿意

度愈高者對忠誠度感受愈高，這和 Neal(2003)的研究有些相似之處，忠誠的消費者大都是滿意的，但滿意的消費者則不一定是忠誠的。

表 4- 42 現場觀眾參與滿意度與忠誠度之相關係數表

	參與滿意度
忠誠度	.567**

註：** $p < .01$ 資料來源：本研究整理

結果發現假設六，2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之參與滿意度與忠誠度上呈正相關，獲得支持。

第五章 結論與建議

本研究的目的是在於了解2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾之基本背景結構現況；探討不同人口背景特性對於涉入程度、參與滿意度與忠誠度之差異分析；並探討2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾涉入程度、參與滿意度及忠誠度三者之間的關係。本章的主要目的是將本研究結果做一整體性描述，並依據研究結果，提出建議。

第一節 結論

一、2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾基本資料

現場觀眾以男性居多，佔總樣本數的75.1%，年齡層則集中在16-35歲的青壯年人口，佔總樣本數的84.6%，教育程度大多為大學專科生，佔總樣本數的67%，職業分布極為平均，以學生、服務業、工商業以及自由業為大多數，佔總樣本數的85.9%，而每月平均收入分布也很平均，不過每月平均收入以新台幣10,001-30,000元比例較高，佔總樣本數的32.1%。

二、不同背景變項之2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾在涉入程度之差異比較

(一) 不同性別的現場觀眾在涉入程度上沒有顯著差異

研究結果發現不同性別觀眾之涉入程度的所有構面上的差異皆未達統計上顯著水準之考驗。

(二) 不同年齡的現場觀眾在涉入程度上呈現顯著差異

研究結果發現不同年齡層的現場觀眾在涉入程度的六個構面之差異皆達到統計上顯著水準之考驗。

(三) 不同職業的現場觀眾在涉入程度上呈現顯著差異

研究結果發現不同職業的現場觀眾在涉入程度的六個構面皆達到統計上顯著水準之考驗。

(四) 不同教育程度的現場觀眾在涉入程度上呈現顯著差異

研究結果發現不同教育程度的現場觀眾在涉入程度的六個構面上皆則達統計上顯著水準之考驗。

(五) 不同月收入的現場觀眾在涉入程度上呈現顯著差異

研究結果發現不同月收入的現場觀眾在涉入程度的六個構面上皆則達統計上顯著水準之考驗。

三、不同背景變項之2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾在滿意度之差異比較

(一) 不同性別的現場觀眾在參與滿意度上並無顯著差異

研究結果發現不同性別之現場觀眾在參與滿意度上並沒有顯著差異。在參與滿意度之兩個構面上則皆未達到統計上顯著水準之考驗。

(二) 不同年齡的現場觀眾在參與滿意度上呈現顯著差異

研究結果發現不同年齡層的現場觀眾在參與滿意度的兩

個構面上之差異皆達到統計上顯著水準之考驗。

(三) 不同職業的現場觀眾在參與滿意度上呈現顯著差異

研究結果發現不同職業的現場觀眾在參與滿意度兩個構面中之差異皆達到統計上顯著水準之考驗。

(四) 不同教育程度的現場觀眾在參與滿意度上呈現顯著差異

研究結果發現不同教育程度的現場觀眾在參與滿意度的兩個構面上之差異皆達到統計上顯著水準之考驗。

(五) 不同月收入的現場觀眾在參與滿意度上呈現顯著差異

研究發現不同月收入的現場觀眾在參與滿意度的兩個構面上的差異則達統計上顯著水準之考驗。

四、涉入程度和參與滿意度達顯著正相關

研究結果可以得知涉入程度及參與滿意度的相關係數為.449，具有顯著的正相關存在，也就是說涉入程度越強烈者，對其整體參與滿意度也較高。

五、涉入程度和忠誠度達顯著正相關

研究結果可以得知涉入程度及忠誠度的相關係數為.620，具有顯著的正相關存在，也就是說涉入程度越強烈者，對其整體忠誠度也較高。

六、參與滿意度和忠誠度達顯著正相關

研究結果可以得知參與滿意度及忠誠度的相關係數為.567，具有顯著的正相關存在，也就是說涉入程度越強烈者，對其整體忠誠度也較高。

第二節 建議

本研究的最終目的在於瞭解2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾的組成與涉入程度、參與滿意度及忠誠度之情形，進而對賽事提出建言，基於這最終目的故進行2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽現場觀眾的人口統計變數、涉入程度、忠誠度與參與滿意度研究。因此研究者在此節根據研究結果、討論及結論作出以下建議，並且提出與本研究相關之未來研究方向。

一、建議

(一) 鞏固主要觀眾群，並積極開發其他顧客群

任何運動賽會要是沒有辦法吸引觀眾進場為選手加油，就會失去運動賽會的應有的意義與光環，因此觀眾乃為運動賽會舉辦成功與否的重要指標。綜觀過去台灣的運動賽事來看，主要現場觀賞消費族群是以學生為主（陳永宜，2004），在廖俊儒（2001）以及王志仁（2006）分別針對安麗盃贊助效益研究中發現，現場觀眾年齡多分布於16-24歲與25-35歲兩個區間，職業多為學生與上班族。而本研究中所調查的現場觀眾年齡也大多分布在13-40歲之間，職業則是以學生和服務業兩族群居多，但軍公教的觀眾群也不容忽視。推論此次世運會由於是難得一次的國際盛會，加上公務部門的全力動員，軍公教人員也紛紛加入觀賽行列中，加上有暑假的加持下，因此觀眾層級分布得十分廣泛，但是不諱言，目前真正

有興趣及有空暇時間去現場觀賞運動賽事還是以學生為主。

因此學生顧客的開發是目前的重點策略，並針對學生的喜好與習性，進行研究與策略行銷傳播，因此，本研究建議以後如有舉辦類似的撞球賽事時應將賽程安排於週休二日期間或和週休二日相連的星期五晚間甚至在寒暑假等，將其成為一種常態，讓觀眾有機會在下班或下課的許可時間前往觀看比賽，不僅穩定住學生此一區塊成為觀賞撞球賽事的高忠誠度顧客群，甚至還可以將一些以寒暑假才能大量安排休閒活動的廣大公教人員拉進此一消費族群當中，進而開發出新的顧客群。

（二）提昇賽會品質

賽會最重要的還是整體的品質，無論是球賽的精彩度、現場硬體與氣氛營造、維持流暢的比賽作業流程，或提供完整的比賽資訊，適時的處理與接納觀眾的意見反應去改善賽事發現的缺失等，以滿足觀眾的需求為己任，才是將賽事進一步加以提昇的不二法門。本研究中發現，在滿意度的各構面分析中，在場地空間規劃上面的滿意度有偏低的傾向，由於本次賽事的場館並非專用的撞球場館，雖然在整體面而言是符合比賽標準，但在細部的空間規劃上仍需要進一步加強（如無障礙空間、洗手間指示、安全設施），以備未來爭取更多國際級撞球賽事如亞洲盃、世界盃甚至東亞運及亞運作好準備。

二、未來研究方向

(一) 以量化為主而以質化為輔

在本研究方法採用量化的測量方式，可能因為取樣或者限制於問卷內容，而無法全盤測量出這些現場觀眾的各項參與動機及滿意度，這是本研究不足之處，因此，研究者建議未來研究可以針對這些人以尋找其他文獻理論中之變數、深度訪談或其他方式進行調查，補足這部分遺缺之憾。

(二) 增加研究深度及廣度以區別其他賽事異同之處

由於本研究只限定於此次2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽賽事，建議往後研究可延伸於其他知名的中大型賽事，如：國內之女子與男子職業撞球大賽、亞洲九號球公開賽、亞洲十號球公開賽、世界盃花式撞球賽甚至以後很有可能爭取到的東亞運、亞運會其中的撞球賽，深入探討等級不同的賽事是否會影響觀眾參與動機與組成，並可以進一步推及其他運動項目，如：新興的直排輪、排球與羽球等的現場觀眾涉入程度及滿意度進行比較研究，發掘是否有同異之處，並針對其結果提出具體方針。

(三) 嘗試增加研究方向

本研究只針對撞球賽事之現場觀眾涉入程度、忠誠度及參與滿意度做研究，建議後續的研究者可加入對撞球之體驗或者是涉入頻率，進而深入探討賽事體驗是否影響動機或滿

意度，或者是涉入的深淺及參與的強度是否對涉入程度或滿意度造成變化，以增加研究結果在實際應用及參考的價值。

參考文獻

一、 中文部份

- 翁春淑 (2005)。國際觀光旅館內部行銷、顧客導向對工作滿足關係之研究
未出版碩士論文，大葉大學國際企業管理學系碩士論文，彰化縣。
- 許黛君 (2005)。職棒球迷的認同感、產品認知與群體規範對贊助商產品的
態度及購買意願影響之研究。朝陽科技大學企業管理系碩士論文，台中縣。
- 許建民、高俊雄 (2006)。職棒球迷支持球隊因素與球隊認同關係之比較研
究-以兄弟象與興農牛為例。國立體育學院論叢，17，(3)，17-30。
- 尉騰蛟(譯)(1994)。服務管理－建立顧客導向的企業文化。台北市：長河。
(Albrecht, K., & Zemke, R., 1994)。
- 葉公鼎 (2001)。論運動休閒產業之範疇與分類。運動管理季刊，1，8-21。
- 廖俊儒 (2004)。職棒現場觀眾消費體驗要素對體驗滿意度與忠誠意願影響
之研究。國立台灣師範大學體育學系碩士論文，台北市。
- 程紹同 (1999)。運動贊助策略學。台北市：漢文。
- 程紹同、廖俊儒 (1999)：安麗的九號風球。廣告雜誌，109，98-102。
- 黃金柱 (1994)：體育管理。台北市：師大。
- 黃淑汝 (1999)：台灣地區職業運動贊助管理之研究。國立交通大學經營管
理研究所碩士論文，新竹縣。

二、英文部分

- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
- Bristow, D. N. & Schneider, K. C., (2006). An investigation of the customer orientation of professional sports organizations: Development of the sports fan orientation scale. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 15(1), 27-44.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R. & Zeithaml, V. A.(1993). A dynamic process model of service quality and value: From expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research*, 30, 7-27.
- Capella, M. E. (2002). Measuring sports fans involvement: The fan behavior.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gwinner, K. P., Dwayne, D. G. & Mary, J. B. (1998). Relational benefits in services Industries: The customer's perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(2), 101-114.
- Gronholdt, L., Martensen, A. & Kristensen, K. (2000). The relationship between customer satisfaction and loyalty: Cross- industry differences. *Total Quality Management*, 11, 509-515.
- Kim, S. S., Scott, D., & Crompton, J. L. (1997). An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intentions in the bird watching. *Journal of Leisure Research*, 29(3), 320-341.
- Kolter, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, planning and control*, 9th(Ed.), Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, inc.
- Kurtz, D. L., Dodge, H. R. & Klompmaker, J. E. (1976). *Professional Selling*. Dallas: Business Publications Inc.
- Mitchell, A. A. (1979). Involvement: A Potentially Important Mediator of Consumer Behavior. *Advances in Consumer Research*, 6, 191-196.

- McGehee, N. G., Yoon, Y. & Cardenas, D. (2003). Involvement and Travel for Recreational Runners in North Carolina. *Journal of Sport Management*, 17(3), 305-324.
- McIntyre, N., & Pigram, J. J. (1992). Recreation specialization reexamined: The case of vehicle-based campers. *Leisure Sciences*, 14, 3-15.
- Matsuoka, H., Chelladurai, P., & Harada, M. (2003). Direct and Interaction Effects of Team Identification and Satisfaction on Intention to Attend Games. *Sport Marketing Quarterly*, 12(4), 244-253.
- Saxe, R. & Weitz, B.A. (1982) The SOCO scale: A measure of salespeople. *Journal of Marketing Research*, 19, 343-351.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1985). *The social identity theory of intergroup behavior*.
- Trail, G. T., Anderson, D. F. & Fink, J. S. (2005). Consumer satisfaction and identity theory: A model of sport spectator conative loyalty. *Sport Marketing Quarterly*, 14, 98-111.
- Wann, D. L. & Royalty, J. L. (2000). The self-presentation of sport fans: Investigating the importance of team identification and self-esteem. *Journal of Sport Behavior*, 23(2), 198-206.
- Wann, D. L., Royalty, J. L., & Rochelle, A. (2002). Using motivation and team identification to predict sport fans' emotional responses to team performance. *Journal of Sport Behavior*, 25(2), 207-216.

附錄一 2010 安麗盃現場觀眾調查問卷

您好：

首先感謝您的協助，使本研究能順利進行。這是一份學術性的問卷，主要目的在於了解現場球迷對 2010 安麗盃世界女子花式撞球公開賽的看法。本問卷共分為五個部分，問卷並無對或錯的標準答案，您只要依個人的想法填寫即可。其結果僅供學術研究用，絕不對外公開，請您安心填寫。

最後，再次感謝您的支持與合作。

若您對本研究有任何問題或建議

請電洽 0921528070

E-MAIL: a09155145@yahoo. com. tw

國立台灣體育學院運動管理學系碩士班

研究生：吳繼帆 敬啟

指導教授：黃彥翔 博士

第一部份：現場球迷涉入程度

填答說明：以下各問題，請依照您主觀的認知來填寫最適合之選項，並請在適合的□中打✓，謝謝您！

- | | 非
常
不
同
意 | 不
同
意 | 普
通 | 同
意 | 非
常
同
意 |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 我出席觀賞比賽是因為我所支持的球員有出賽。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 我覺得安麗盃的比賽，是刺激有趣的。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 安麗盃比賽現場對球迷之服務讓我覺得很愉悅。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 看見所支持的球員勝利，讓我覺得很快樂。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. 參加安麗盃的比賽，讓我在其他生活中更加愉快。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. 我很喜歡球場的氣氛，是我到現場的主要原因。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. 當我所支持球員勝利時，讓我覺得很有成就感。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. 對我而言，支持安麗盃是一項有意義之活動。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. 對我而言，到場觀賞所支持的球員比賽是很重要的。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. 到場觀賞球賽，提供了我與其他球迷交誼之好機會。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. 參加我所喜愛的職業選手比賽與我生活有密切關係。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. 參加安麗盃的比賽是我主要的休閒活動方式。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. 我覺得成為我支持球員之球迷是很有意義的。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. 球員比賽中之精神是我的學習榜樣。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15. 觀賞球員與實力接近對手之比賽，比參加其他活動更有意義。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16. 我會穿著我所支持球員之相關衣服到場加油。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17. 我不會在意球員之球場表現(不管贏或輸)。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. 在比賽時我會與對手球迷叫囂。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

請繼續填寫下一頁

- | | | | | | |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 19. 即使所支持球員大幅落後，我也會看完整場比賽。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. 我會對表現不佳之球員叫罵。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21. 我了解所支持球員之嗜好與專長球路。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 22. 我會購買我所支持球員之比賽相關產品。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第二部份：球員認同感

- | | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 非
常
不
同
意 | 不
同
意 | 普
通 | 同
意 | 非
常
同
意 |
| 23. 對我而言，我所支持的球員獲得勝利是非常重要的。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 24. 對我而言，成為我所支持球員之球迷有多重要。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 25. 我覺得自己是一位非常死忠的球迷。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 26. 我的朋友覺得我是一位非常死忠的球迷。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 27. 我很討厭我所支持球員之主要對手。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 28. 在安麗盃的比賽中，我每天都關心我支持球員之相關新聞。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 29. 在安麗盃比賽期間我總是表示我是某一球員之支持者。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第三部份：現場球迷參與滿意度

- | | | | | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 非
常
不
同
意 | 不
同
意 | 普
通 | 同
意 | 非
常
同
意 |
| 30. 整體而言，我覺得參賽球員的表現達到我預先之期望。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 31. 我對參賽球員之比賽內容感到很滿意。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 32. 我對安麗盃比賽場地所提供之服務很滿意。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 33. 我對安麗盃之週邊販賣商品很滿意。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 34. 安麗盃所舉辦之周邊活動讓我很滿意。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第四部份：現場球迷忠誠度

- | | | | | | |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 非
常
不
同
意 | 不
同
意 | 普
通 | 同
意 | 非
常
同
意 |
| 35. 您願意再次到安麗盃現場觀賞球賽。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 36. 您願意向周遭的親友分享安麗盃比賽的美好體驗。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 37. 您願意推薦周遭的親友前去現場觀賞安麗盃的比賽。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 38. 我對於自己所支持的球員擁有高度的忠誠度。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 39. 我不只支持安麗盃，還會買安麗盃的周邊商品。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 40. 我會說服家人與朋友一起支持安麗盃。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 41. 即使支持的球員表現不理想，我仍會繼續支持我所選擇的球員。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

請繼續填寫下一頁

第五部分：個人資料

本部分是關於個人的基本資料，所有的資料僅作為研究統計使用，絕不對外公開，請您放心作答，並在各項敘述中選擇最適當的□中打V，謝謝您。

1. 請問您的性別是：男 女。
2. 請問您的居住地為：
本地觀眾(現居住台北市或台北縣者)
外縣市觀眾 居住於_____縣/市
3. 請問您的年齡為：
15歲以下 16-20歲 21-25歲 26-30歲 31-35歲
36-40歲 41歲以上
4. 教育程度：國小 國中 高中 大專 研究所(含)以上
5. 職業：
學生 工商業 服務業 軍公教 自由業 家管
農林漁牧業 其它 _____
6. 個人每月所得：
10,000元以下 10,001元-30,000元 30,001元-50,000元
50,001元-70,000元 70,001元以上。
7. 請問您預計親自至球場觀看本次安麗盃世界女子花式撞球公開賽的場數是：
1-3場 4-6場 7-9場 10場以上。
8. 請問您預計觀看本次2010安麗盃世界女子花式撞球公開賽轉播的場數是：
1-3次 4-6次 7-9次 10次以上。

本問卷到此全部結束，最後麻煩您再檢查一次，以免有遺漏之虞，導致您寶貴的意見無法完全表達，最後再次感謝您的支持及協助。

祝福您 身體健康、事事如意。