

國立臺灣體育學院休閒運動管理研究所
碩士學位論文

運動觀光潛水假期參與者動機、期望與滿意度
之研究

A study of Participant Motivation, Anticipation and
Satisfaction of Sport Tourism on
Scuba Diving Holiday



研究生：郭秀玲 撰

指導教授：林房儻 博士

中華民國九十六年六月

論文名稱：運動觀光潛水假期參與者動機、期望與滿意度之研究

總頁數：101 頁

院所組別：國立臺灣體育學院休閒運動管理研究所

畢業時間及提要別：九十五學年度第二學期碩士學位論文提要

研究生：郭秀玲

指導教授：林房儼教授

摘要

觀光休閒產業是二十一世紀最具商機的無煙囪產業。世界觀光組織指出，國際旅遊市場中挑戰性與運動性的活動，被認為是觀光產業中最具成長性的(高俊雄，2003)。本研究之目的在瞭解國內運動觀光潛水假期參與者的社經地位及其基本資料，並探討不同人口統計變項、參與行為在參與動機、期望及滿意度差異情形，藉以分析現有潛水假期市場消費者的特徵。本研究以在墾丁、綠島、東北角潛點之潛水客為研究對象，採取問卷調查作為資料收集方法，發放問卷 400 份，回收有效問卷 364 份。經因素分析，運動觀光參與動機因素分為「健康促進」、「提昇專業技能」、「社交動機」、「自我實現」，期望因素分為「行程規劃」、「專業能力」，滿意度因素分為「整體服務品質」、「心靈體驗」。採單因子多變量變異數分析、Scheffe 事後多重比較分析、相關分析、多元迴歸分析法等資料處理方法，所得結論與發現為：1、男性參與者在「專業技能」參與動機，以及「整體服務品質」參與滿意度有較相當程度的需求；2、不同潛水資歷在「心靈體驗」滿意度有顯著差異；3、在「專業技能」參與動機，高頻率較低頻率參與者有顯著差異；4、不同參與天數偏好在「健康促進」及「社交動機」參與動機有顯著差異；5、潛水假期參與者強調「參與動機」或具有較高的參與動機取向特質時，則容易體驗到「滿意度」的潛水假期樂趣。

針對研究結果做出建議，潛水及旅遊相關產業可依據運動假期參與者參與行為特徵進行市場調查做出市場區隔，選定目標市場，作好產業或公司市場定位，結合台灣各地的潛水觀光資源進而規劃相關套裝行程行銷。

關鍵字：運動觀光、潛水假期

Kuo,Hsiu-ling(2007). A study of Participant Motivation, Anticipation and Satisfaction of Sport Tourism on Scuba Diving Holiday

Unpublished master thesis, National Taiwan College of Physical Education, Taichung.

Abstract

Tourism leisure industry is the chimneyless industry with the most business opportunities in the 21 century. World Tourism Organization indicated that it's challenging and campaign in the international tour market, and thought that is the industry that grows most. The purpose of the research is to understand social position and basic information of participants of domestic sports tourism during scuba diving holidays, and confer the variation of different population statistics, and participating behavior among participation motive, anticipation and satisfaction, so as to analyze consumer's characteristics in current diving vacation market.

The research surveyed divers in Kenting, Green Island and Northeast cape for collecting information. 400 surveys were sent out and 364 valid surveys were retrieved. Through analysis of factors, campaign tourism participation motivation factors can be divided into health improvement, professional skill enhancement, social intercourse motive and self-achievement; expectation factors can be divided into journey planning and specialized ability; satisfaction level can be divided into quality of the whole service and spiritual experience. Through data processing, such as one-way ANOVA , Scheffe Post-Hoc, related analysis, diverse regression analysis and etc., the conclusion and discoveries are:

1. Male participants have a high demand on participation motivation of enhancing professional skill and participation satisfaction of the quality of the whole service.
2. Different diving experiences have remarkable differences of satisfaction level of spiritual experience.
3. There is a remarkable difference between high frequency and low frequency participants in participation motivation of enhancing professional skills.
4. Different participating days show remarkable differences in health improvement and social intercourse motive;
5. Diving vacation participators emphasized that it's easy to experience the satisfaction level of enjoyment of diving vacation when they have higher participation motivation or participation motivation characteristics.

Several suggestions were made in accordance with the research results: diving and

related tourism industries can proceed with market separation, target markets selection, and assure their industry or company market orientation. They could also combine all diving tourism resources in Taiwan and plan related journey packages based on the market survey analyzing participants' behavior characteristics.

Key words: Sport Tourism, Scuba Diving Holiday

目錄

摘要	I
英文摘要	II
目錄	IV
表目錄	VI
圖目錄	IX
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究問題	4
第四節 研究範圍與限制	4
第五節 名詞釋義	4
第貳章 文獻探討	6
第一節 運動觀光之探討	6
第二節 潛水運動之探討	11
第三節 動機相關理論之探討	15
第四節 期望與滿意度之探討	20
第參章 研究方法	24
第一節 研究架構	24
第二節 研究假設	26
第三節 研究步驟	28
第四節 研究對象	29
第五節 研究工具	29
第六節 資料分析方法	35
第肆章 研究結果與分析	38
第一節 人口背景變項分析	38
第二節 參與行為與特徵	42
第三節 不同人口背景變項在參與動機、期望與滿意度之差異性考驗	45
第四節 不同參與行為在參與動機、期望與滿意度之差異性考驗	60
第五節 參與動機與期望的相關分析	74
第六節 參與動機及期望對滿意度之預測	75
第七節 討論	77
第伍章 結論與建議	82
第一節 結論	82
第二節 建議	88
參考文獻	91

一、中文部分	91
二、外文部分	93
三、網路部分	94
附錄一	96
附錄二	99

表目錄

表 2-1、1994 年至 2000 年全球有組織之水域運動遊程人次估計表	11
表 2-2、潛水活動類別劃分表	13
表 2-3、十八種重要的旅遊動機	16
表 2-4、McDonald et al. 運動動機構面與 Maslow 需求層級相關量表	18
表 2-5、Fulker and Turner 研究之顯著差異結果整理	20
表 2-6、遊客滿意過程	20
表 2-7、海洋遊憩機會序列	22
表 3-1、參與動機量表 KMO 值與 Bartlett 球形檢定表	31
表 3-2、參與動機量表之解說總變異量表	31
表 3-3、潛水假期參與動機量表的信度分析摘要表	32
表 3-4、參與期望量表 KMO 值與 Bartlett 球形檢定表	33
表 3-5、參與期望量表之解說總變異量表	33
表 3-6、潛水假期參與期望量表的信度分析摘要表	34
表 3-7、參與滿意度量表 KMO 值與 Bartlett 球形檢定表	34
表 3-8、參與滿意度量表之解說總變異量表	35
表 3-9、潛水假期參與滿意度量表的信度分析摘要表	35
表 4-1、樣本性別之描述統計量表	38
表 4-2、樣本年齡之描述統計量表	39
表 4-3、樣本教育程度之描述統計量表	39
表 4-4、樣本平均月收入之描述統計量表	40
表 4-5、樣本職業之描述統計量表	41
表 4-6、樣本潛水資歷之描述統計量表	41
表 4-7、參與者每年參加次數之描述統計量表	42
表 4-8、參與者參與天數偏好之描述統計量表	43
表 4-9、參與月份喜好之描述統計量表	43
表 4-10、國內參與區域偏好之描述統計量表	44
表 4-11、樣本潛水目的之描述統計量表	44
表 4-12、不同性別在參與動機之多變量變異數分析摘要表	45
表 4-13、不同性別在參與動機之單變量變異數分析摘要表	46
表 4-14、不同年齡在參與動機之多變量變異數分析摘要表	46
表 4-15、不同年齡在參與動機之單變量變異數分析摘要表	47
表 4-16、不同教育程度在參與動機之多變量變異數分析摘要表	47
表 4-17、不同教育程度在參與動機之單變量變異數分析摘要表	48
表 4-18、不同平均月收入在參與動機之多變量變異數分析摘要表	48
表 4-19、不同平均月收入在參與動機之單變量變異數分析摘要表	49

表 4-20、不同職業在參與動機之多變量變異數分析摘要表	49
表 4-21、不同職業在參與動機之單變量變異數分析摘要表	50
表 4-22、不同潛水資歷在參與動機之多變量變異數分析摘要表	50
表 4-23、不同潛水資歷在參與動機之單變量變異數分析摘要表	51
表 4-24、不同性別在期望之多變量變異數分析摘要表	51
表 4-25、不同性別在期望之單變量變異數分析摘要表	52
表 4-26、不同年齡在期望之多變量變異數分析摘要表	52
表 4-27、不同年齡在期望之單變量變異數分析摘要表	52
表 4-28、不同教育程度在期望之多變量變異數分析摘要表	53
表 4-29、不同教育程度在期望之單變量變異數分析摘要表	53
表 4-30、不同平均月收入在期望之多變量變異數分析摘要表	54
表 4-31、不同平均月收入在期望之單變量變異數分析摘要表	54
表 4-32、不同職業程度在期望之多變量變異數分析摘要表	54
表 4-33、不同職業程度在期望之單變量變異數分析摘要表	55
表 4-34、不同潛水資歷在期望之多變量變異數分析摘要表	55
表 4-35、不同潛水資歷在期望之單變量變異數分析摘要表	55
表 4-36、不同性別在滿意度之多變量變異數分析摘要表	56
表 4-37、不同性別在滿意度之單變量變異數分析摘要表	56
表 4-38、不同年齡在滿意度之多變量變異數分析摘要表	57
表 4-39、不同年齡在滿意度之單變量變異數分析摘要表	57
表 4-40、不同教育程度在滿意度之多變量變異數分析摘要表	57
表 4-41、不同教育程度在滿意度之單變量變異數分析摘要表	58
表 4-42、不同平均月收入在滿意度之多變量變異數分析摘要表	58
表 4-43、不同平均月收入在滿意度之單變量變異數分析摘要表	58
表 4-44、不同職業在滿意度之多變量變異數分析摘要表	59
表 4-45、不同職業在滿意度之單變量變異數分析摘要表	59
表 4-46、不同潛水資歷在滿意度之多變量變異數分析摘要表	60
表 4-47、不同潛水資歷在滿意度之單變量變異數分析摘要表	60
表 4-48、不同參與次數在參與動機之多變量變異數分析摘要表	61
表 4-49、不同參與次數在參與動機之單變量變異數分析摘要表	61
表 4-50、不同參與天數偏好在參與動機之多變量變異數分析摘要表	62
表 4-51、不同參與天數偏好在參與動機之單變量變異數分析摘要表	62
表 4-52、不同季節偏好在參與動機之多變量變異數分析摘要表	63
表 4-53、不同季節偏好在參與動機之單變量變異數分析摘要表	63
表 4-54、不同區域選擇在參與動機之多變量變異數分析摘要表	64
表 4-55、不同區域選擇在參與動機之單變量變異數分析摘要表	64

表 4-56、不同參與目的在參與動機之多變量變異數分析摘要表-----	65
表 4-57、不同參與目的在參與動機之單變量變異數分析摘要表-----	65
表 4-58、不同參與次數在期望之多變量變異數分析摘要表-----	66
表 4-59、不同參與次數在期望之單變量變異數分析摘要表-----	66
表 4-60、不同參與天數偏好在期望之多變量變異數分析摘要表-----	67
表 4-61、不同參與天數偏好在期望之單變量變異數分析摘要表-----	67
表 4-62、不同季節偏好在期望之多變量變異數分析摘要表-----	68
表 4-63、不同季節偏好在期望之單變量變異數分析摘要表-----	68
表 4-64、不同區域選擇在期望之多變量變異數分析摘要表-----	68
表 4-65、不同區域選擇在期望之單變量變異數分析摘要表-----	69
表 4-66、不同參與目的在期望之多變量變異數分析摘要表-----	69
表 4-67、不同參與目的在期望之單變量變異數分析摘要表-----	69
表 4-68、不同參與次數在滿意度之多變量變異數分析摘要表-----	70
表 4-69、不同參與次數在滿意度之單變量變異數分析摘要表-----	70
表 4-70、不同天數偏好在滿意度之多變量變異數分析摘要表-----	71
表 4-71、不同天數偏好在滿意度之單變量變異數分析摘要表-----	71
表 4-72、不同季節偏好在滿意度之多變量變異數分析摘要表-----	72
表 4-73、不同季節偏好在滿意度之單變量變異數分析摘要表-----	72
表 4-74、不同區域選擇在滿意度之多變量變異數分析摘要表-----	73
表 4-75、不同區域選擇在滿意度之單變量變異數分析摘要表-----	73
表 4-76、不同參與目的在滿意度之多變量變異數分析摘要表-----	73
表 4-77、不同參與目的在滿意度之單變量變異數分析摘要表-----	74
表 4-78、遊客參與動機與期望積差相關分析摘要表-----	75
表 4-79、潛水假期參與動機、期望與滿意度之相關矩陣-----	75
表 4-80、潛水假期參與動機、期望預測滿意度之多元逐步迴歸分析摘要表--	76
表 4-81、潛水假期人口背景變項及參與行為分析摘要表-----	78
表 4-82、人口背景變項及參與動機、期望與滿意度之差異性考驗研究結果整理	79
表 4-83、參與行為在參與動機、期望與滿意度之差異性考驗研究結果整理----	81

圖目錄

圖 2-1、運動觀光基本模式圖	6
圖 2-2、運動觀光類型	8
圖 2-3、運動觀光類型	10
圖 2-4、觀光需求與觀光行為之過程	17
圖 3-1、研究架構圖	25
圖 3-2、研究流程圖	28
圖 4-1、潛水假期參與動機、期望與滿意度分析徑路圖	77

第壹章 緒論

本研究旨在探討運動觀光潛水假期參與者之參與動機與滿意度。本章共分五節，第一節說明研究背景；第二節為研究動機；第三節為研究問題；第四節為研究範圍與限制；第五節為名詞釋義。

第一節 研究背景與動機

觀光休閒產業是二十一世紀最具商機的無煙囪產業。根據世界觀光組織(World Tourism Organization)的統計報告顯示，西元 2006 年 5 月全球國際觀光人數已達八億四千二百萬人次，較 2005 年成長 4.5%，且全球國際觀光人數自 1995 年至 2006 年平均每年以 4% 的成長率增加(世界觀光組織，2007)。而根據交通部觀光局九十五年國人旅遊狀況調查統計資料，九十四年國人出國人次，計八百二十萬八千一百二十五人次，較九十三年成長 5.5%，且出國旅遊以「觀光、遊憩、度假」為主要目的佔 56.7%，居於最高，以「商(公)務旅行」為主要目的乃居次，佔 25.9%；在國人國內旅遊人次，計九千二百六十一萬人次，其中「純觀光旅遊」為目的佔 55.5%，居於最高，以「健身度假運動」為目的佔 9.7%(交通部觀光局，2007)；由此可見觀光產業在台灣將會持續蓬勃成長。

觀光產業的多元化經營理念，使人民從早期的單一參與選擇層面進而發展為多元需求，其中運動觀光休閒產業即成為許多旅遊休閒者的最佳選擇(江中皓，2001)。世界觀光組織指出，國際旅遊市場中挑戰性與運動性活動，被認為是觀

光產業中最具成長性的(高俊雄, 2003)。熱門型態的旅程包括：激流泛舟、滑雪旅行、健行、自行車旅行、潛水旅行、直昇機滑雪週、有導遊帶領的釣魚、狩獵之旅、爬山及野外挑戰…等(杜淑芬, 1998), 絕大部分是以運動為主題結合觀光的旅程。學者 Hall 將運動觀光區分為兩種：旅行去參與運動、旅行去觀賞運動 (Standeven & Knop, 1999)。

在國內, 參與性的運動觀光活動中, 主要以高爾夫運動旅遊及潛水運動旅遊較為熱門。本研究之所以選定潛水運動旅遊, 乃鑑於政府近年亦積極開發海洋運動觀光, 例如：觀光局及體委會推動大鵬灣國家風景區發展國際海洋觀光, 辦理海洋運動嘉年華；高雄市以「海洋首都」為施政總目標, 發展海洋運動, 在「挑戰 2008 年國家重點發展計劃」中將觀光項目列入推動計劃, 以及行政院體委會大力推動「運動人口倍增計劃」, 將「海洋休閒運動」列入施政重點；為推動海洋運動並執行「海洋事務政策發展規劃方案」, 95 年度辦理大型海洋運動競賽及活動, 整合相關資源與企業合作推動海洋運動, 並將具有水域活動專長的體育替代役男共 37 人分發至全省 15 個縣市協助推動海洋運動, 以提供國人體驗海洋運動及水上活動的樂趣。在研究方面, 已完成「我國海域運動發展之研究」、「運用漁業碼頭發展海洋運動之研究—以臺北縣為例」、「臺灣地區海洋運動發展策略及措施之研究—以澎湖縣、連江縣為例」、「推動海洋運動策略及措施之研究」等相關研究, 作為未來推動海洋運動之參考(行政院體育委員會, 2007)。

近年來國內諸多大專院校紛紛開設潛水選修課程, 如陸軍官校、東吳大學、臺灣體院…等。全球大部分的領域是海

洋及湖泊，而臺灣四面環海，諸多臨海據點適合發展水域運動，因此，如何結合觀光發展及潛水運動是一項有趣的議題。雖然潛水旅遊是新興的水域活動，但隨著國防相關法令規定的逐漸放寬，以及國民經濟能力提升和各類休閒運動資訊取得的普及，國內從事潛水的人口有逐年成長趨勢(葉書銘，2001)。

目前國人從事潛水旅遊主要透過旅行社、潛水俱樂部、或個人自行辦理，屬於套裝行程。這類套裝行程只提供給對其有特殊興趣的團體(湯擷嘉，2003)。因此，瞭解運動觀光參與者對於行程的動機、期望與滿意度的內涵，這是本研究動機之一。

有鑑於運動觀光雖日益盛行，但至今相關研究較少，本研究將從運動觀光潛水假期參與者的人口統計變項背景中，透過遊客的參與動機、期望與遊憩滿意程度做進一步了解，以利於潛水假期行程規劃者或運動觀光推廣者能設計出吸引一般民眾參與的套裝行程，促進國人參與運動觀光活動，這是本研究動機之二。

第二節 研究目的

基於上述動機，本研究之目的可歸納如下：

- 一、瞭解國內運動觀光潛水假期參與者的社經地位及其基本資料。
- 二、探討不同人口統計變項、參與行為在參與動機、期望及滿意度差異情形，藉以分析現有潛水假期市場消費者的

特徵。

- 三、根據本研究所獲得結果，作為未來推展運動觀光及潛水假期相關單位規劃、管理之參考。

第三節 研究問題

根據本研究的目的，與文獻回顧中所得研究運動觀光之理論架構，本研究擬定以下之研究問題為：

- 一、不同人口背景變項在參與動機、期望、滿意度為何？
- 二、不同參與行為在參與動機、期望、滿意度為何？
- 三、潛水假期參與者的參與動機對於期望是否有影響。
- 四、參與動機、期望的程度對於滿意度是否具有預測力？

第四節 研究範圍與限制

本研究以參與國內（包含台灣東北角、墾丁地區、綠島等）潛水假期之運動觀光客為受試對象，進行立意取樣問卷調查法，以從事休閒潛水者為主，參與職業潛水者並不在研究範圍之內。

第五節 名詞釋義

- 一、運動觀光：意指任何人離開居住地至少 24 小時，前往他處旅行並參與或觀賞運動活動。
- 二、潛水假期：本研究是指觀光旅遊活動中包含參與休閒潛水運動的行程。

三、參與動機：本研究是指推動參與潛水假期之個人內部原動力。

四、參與期望：本研究是指參與潛水假期前的期待和盼望。

五、滿意度：本研究是指參與潛水假期後所感覺的愉悅程度。

第貳章 文獻探討

本章有關文獻探討共分為四節，第一節為運動觀光之探討；第二節為潛水運動之探討；第三節為動機相關理論之探討；第四節為期望與滿意度之探討。

第一節 運動觀光之探討

一、運動與觀光的關係

以往都是將運動與觀光視兩個獨立的產業。然而現今運動與觀光趨於多元發展，兩者間具有互利共生的關係。根據 Standeven & Knop(1999)所提出的運動觀光基本模式圖(如圖 2-1)，可說明運動與觀光之間的互動關係。

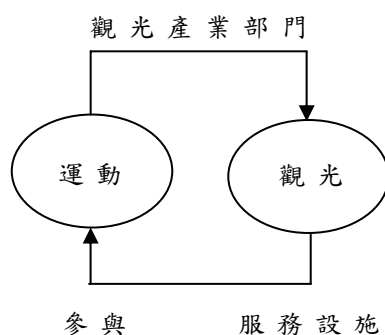


圖 2-1 運動觀光基本模式圖
資料來源：Standeven & Knop(1999)

最早針對運動觀光研究之學者，是 Zurn 以問卷調查法研究波蘭 Cracow 市之運動觀光(sport tourism)，以探討運動、遊憩和觀光之間的關係。研究結果指出，當地居民之運動和

遊憩類型可以分為季節性和週末觀光，而且影響周末觀光最重要之因素為經濟因素。在此項探索性研究之後，直到1986年國際戶外教育、遊憩和運動觀光研討會時，運動觀光研究才再次被提出（馬上閔 b，2001）。

二、運動觀光的定義

1937年國家聯盟將觀光定義為：任何人離開居住地，拜訪另一個國家至少待上二十四小時以上。而世界觀光組織(WTO)定義觀光為：一種利用休閒時間所作的旅行活動(A way of using leisure, and also with other activities involving travel)。李銘輝(1997)在所著「觀光地理」一書，引述Hunziker與Krapf對觀光的定義為：「與營利無關，僅在一地作短暫的停留，在旅遊地停留時間內所發生之各種有關諸種現象」。陳思倫、歐聖榮和林連聰(2001)將觀光定義為：「工作之外，遠離居住地前往他處作短暫的停留或訪問，以達到紓解工作壓力，增廣見聞，以及提升身心健全之功能。」

因此，運動觀光(sport tourism)的定義，依Kurtman和Zauhar(1997)的研究指出，運動觀光應從兩個層面來探討：(一)運動為主的觀點：以參與運動或觀賞運動為旅行的主要目的，觀光為次要目的；(二)觀光為主的觀點：以觀光為旅行的主要目的，參與運動或觀賞運動為次要目的(馬上閔，民91)。另外，Hall認為運動觀光包含兩種類別：旅行去參與運動，和旅行去觀賞運動。因此，運動觀光定義為：為了非商業性的理由，旅行離家去參加或觀賞運動活動(Standeven & Knop，1999)。綜合以上所述，在本研究中運動觀光意指任何人離開居住地至少24小時，前往他處旅行並參加或觀賞運動活動。

三、運動觀光的分類

在運動觀光的分類方面，依 Standeven & Knop (1999) 的分類法，是將運動觀光進行的時間分為假日與非假日，再將運動觀光客分為被動性和主動性。被動性運動觀光客是以一般的比賽觀賞或鑑賞為主，例如：參觀運動博物館。而主動性運動觀光客會以參與運動為旅行的主要目的，並區分為假日運動或運動假期。假日運動分為二種：一是參與假日期間所提供的有組織性的運動，通常是以團隊參與為主，例如：俱樂部會員的沙灘排球賽；二是在假日參與私人或獨立性質的運動，例如：散步、打高爾夫球。而運動假期可分為單一性或複合性運動假期，前者僅以一種特定運動為目的，後者則是參與多種的運動。其分類如圖 2-2：

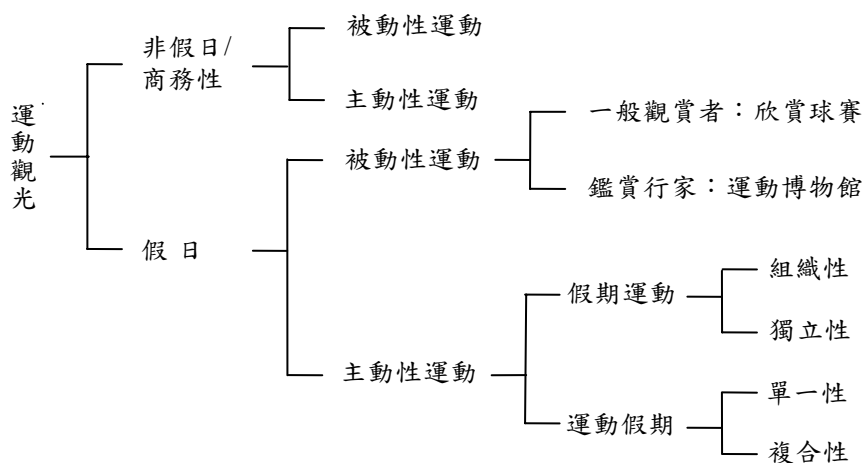


圖 2-2 運動觀光類型

(資料來源：Standeven & DeKnop, 1999)

另外，Kurtzman 和 Zauhar 將運動觀光分為五種類別 (1997)，分述如下：

(一)運動觀光景點 (sport tourism attractions)：位於地區、鄉間或都會區，以提供觀光客觀賞並實現個人或社會期盼的景點，這些景點有自然或人工化的。例如：宜蘭冬山河親水公園、台中東勢綠色隧道-自行車道、羅東運動公園。

(二)運動觀光渡假村 (sport tourism resorts)：規劃完善、綜合多項運動設施，並以此為主要行銷策略的地點，例如：世界各地的地中海渡假村 (Club Med)。

(三)運動觀光旅遊 (sport tourism tours)：提供以運動相關旅遊為主要賣點的公司。其提供的服務和商品會因消費者需求不同而受限制。例如：高爾夫假期、潛水假期。

(四)運動觀光賽會 (sport tourism events)：可以吸引大量觀賞性運動觀光客的體育賽事與活動。例如：奧林匹克運動會、世界盃足球賽、超級盃美式足球賽。

(五)運動觀光遊輪 (sport tourism cruises)：以體育活動或運動為主要市場策略的大型遊輪，船上提供多項運動及娛樂設施，像是一間海上飯店或渡假村，甚至還會安排和運動明星接觸的機會。例如：環球遊輪艦隊、麗星遊輪 (與兄弟象球員三天二夜同遊)。

此外，高俊雄 (2003)將運動觀光分為以下三種基本型態：

(一)運動景點觀光：遊客主要是為了實際參與運動或觀賞運動，但停留時間並不長，從一到八小時之間，通常不過夜，可以是遊程的全部，也可以是整體遊程一部分。例如：參觀運動博物館、名人堂、著名運動場館、賽馬場等。

(二)運動渡假觀光：遊客的主要目的是為了參與運動，通常在兩天到五天，停留地是旅遊主要的目的地，許多活動都是在該處或附近完成的，是整體旅遊的主要部分。

(三)運動賽會觀光：遊客的主要目的是為了觀賞運動賽會，停留時間可長達數天成為旅遊的主要部分，也可以短到二至八小時之間成為整體遊程一部分。例如：欣賞奧運會、世界盃足球賽、世界盃棒球賽。

以上三類運動觀光類型的相對位置如圖 2-3：

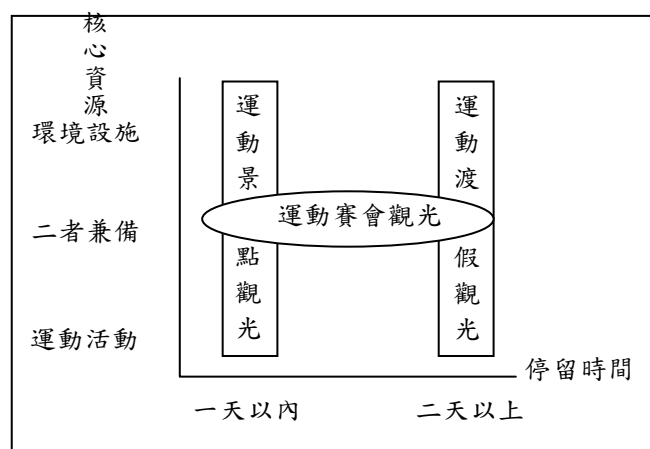


圖 2-3 運動觀光類型

資料來源：高俊雄(2003)，國民體育季刊 32(3)，P.8

另外，尚憶薇(2001)提出運動觀光包括：實際參與(動態運動)、靜態觀賞(賽事運動觀光)、參觀著名的運動相關景點(懷舊運動觀光)。同時從運動觀光的概念，分類可利用的資源為：水域活動(包括：浮潛、潛水、泛舟、划船、遊艇、衝浪等)、山域活動(包括：健行、登山、溯溪、慢跑、鐵人三項等)、空域活動(包括：滑翔翼、輕航機、熱氣球、跳傘等)、冒險活動(包括：狩獵、漆彈、攀岩、高空彈跳等)、原住民運動(豐年祭舞蹈、角力搏擊等)，和運動競賽舉辦時所衍生的觀光活動。

第二節 潛水運動之探討

一、潛水運動的發展

劉修祥(2001)發現以水域運動為主的套裝旅遊行程，在西元 2000 年時會增加 2.5~5 倍，其中水域活動及潛水為主的海洋遊程的成長最為顯著，Smith and Jenner 針對 1994 年至 2000 年全球有組織的水域運動遊程數量做預測，其結果整理如表 2-1。另外，Davis 和 Tisdell(李明儒、陳元陽、陳宏斌)認為澳洲每年約有 10 萬人學習水肺潛水，除了具有合格證照的潛水者之外，由他人引導體驗潛水活動而不具潛水員執照者，其人口成長更為迅速。同時，他們也估計在澳洲的昆士蘭海岸，每年從事潛水遊憩活動的人口約有 100 萬人次。

表 2-1 1994 年至 2000 年全球有組織之水域運動遊程人次估計表

年 份	1994	1996	1998	2000
水域運動遊程 之總數量估計	75-100 萬	100-150 萬	150-250 萬	250-300 萬
不同活動之相對市場佔有率(%)				
空船租用活動	40	33	30	25
小型船活動	9	10	10	10
划艇隊活動	3	4	5	5
潛水活動	14	20	25	30
水濱活動	34	33	30	30

資料來源：劉修祥(2001)

台灣潛水活動始於民國 56 年德國旅台人士諾達爾成立台北潛水俱樂部，訓練國內第一代業餘休閒潛水者。至民國

58年成立中華民國潛水協會，隸屬於中華民國體育協進會潛水委員會。1988年潛水協會曾進行台灣潛水人口調查，當時具合格證照潛水員約3,000人(蘇焉，1999)。到目前估計台灣具合格證照的潛水員約27,000人以上，但從事潛水活動的人口(含體驗潛水與不具潛水執照者)，可能超過20萬人(李明儒、陳元陽、陳宏斌，2003)。目前墾丁、東北角是台灣本島潛水的盛地，綠島、澎湖及蘭嶼也都設有潛水服務中心。

二、潛水運動的分類

一般休閒性潛水(即體驗潛水)可概分成浮潛與水肺潛水兩種；浮潛是用面鏡、呼吸管、蛙鞋等工具在水中進行活動，其活動深度與範圍較小，大多在近海進行；水肺潛水除上述工具，還包括高壓空氣瓶、背架、調節器，在水中有很大的活動空間，並依活動區域分為：濱海潛水(由岸邊游出潛水)，船潛(利用船隻出海至目標地潛水)兩種(張永仁、劉喜臨、李雅萍，1997)。

另外，在「台灣潛在生態觀光及冒險旅險產品研究與調查」(中華民國遊憩協會，1997)一書中將潛水分成浮潛及深潛兩種。「浮潛」的潛水深度不超過10公尺；而「深潛」分成：(一)初級深潛：指潛水訓練班畢業，潛水深度約8至12公尺。(二)中級深潛：指具有豐富經驗及特殊指定技巧者，潛水深度不超過30公尺。(三)高級潛水：深度以40公尺以內。

另外，依交通部觀光局澎湖國家風景區管理處「澎湖潛水訓練中心—可行性研究及規劃報告書」(1996)一書，潛水區分為休閒性潛水(sport diving)與專門性潛水(technical diving)兩種，如表2-2。

表 2-2 潛水活動類別劃分表

項目	休閒性潛水(Sport diving)	專門性潛水(Technical diving)
活動概念	強調以遊憩體驗與參與為目的，含括欣賞水中景觀、研究海洋生物或學習海底攝影等。	專門性潛水係以器材研展、試驗，以及新領域發掘為主，是一項接受專門、嚴格的訓練及使用特別儀器裝備的潛水活動，而潛水員亦要承擔較大的風險。
範圍	水深不超過 132 呎(約為 40 公尺)不做任何必須減壓停留的潛水活動(DeCompress Dive)。潛水活動只限於開放水域(Open Water)，不包括禁閉空間(Overhead Environment)的潛水，如洞穴潛水、沉船潛水等。	深潛(Deep Diving)：水深超過 132 呎 沉船潛水(Wreck Diving)。 洞穴潛水(Cave Diving)。 濃氧潛水(Nitrox Diving)。 混合氣體潛水(Mixed Gas Diving)。 用循環式潛水呼吸裝備(Rebreather)。
關係	一般性之潛水活動。	必須具備休閒潛水之一定資格(如中級潛水員)，方可學習並取得相關之證照，為專門性之潛水活動。
備註	為本研究所指之潛水。	非本研究範圍。

(資料來源：交通部觀光局澎湖國家風景區管理處，1996，p.17)

國內學者李明儒、陳元陽、陳宏斌(2003)將休閒潛水的定義做出整理，認為休閒潛水具備條件如下：(一)就裝備而言，不包括休閒性水面供氣潛水，因其在國內相當少見，且並非休閒潛水的主流；而是指潛水者自行攜帶高壓充填空氣氣瓶的潛水活動，亦即一般所謂的水肺潛水(scuba diving)。(二)就潛水深度而言，依美國國家潛水教練協會(National Association of Underwater Instructor, NAUI)及潛水教練協會(Professional Association of Diving Instructor, PADI)之教育手冊，認為休閒潛水應不須做任何減壓停留的手續，其深度不應超過 40 公尺。(三)就活動概念而言，強調用輕鬆愉快的心情體驗海底世界的奧妙，包括水中欣賞景觀、海洋生態及生物研究等。

水肺潛水也就是利用潛水員自身所攜帶的呼吸系統在水中從事潛水活動。水肺潛水的英文全文是 Self Contawed Underwater Breathing Apparatus(即自給式呼吸器)，取每個英文字首，簡稱為 SCUBA。現今 SCUBA 這個專有名詞已經廣泛代表休閒潛水的涵義(林高正，2004)。

根據以上文獻，休閒潛水定義為：以水肺裝備從事非職業性的海洋遊憩運動或活動，且深度不超過 40 公尺。因此，本研究的潛水假期是指假期中以參與休閒潛水運動為主要目的，從事觀光旅遊活動為次要目的的參與行為。

另外，中華民國遊憩學會(1997)在「台灣潛在生態觀光及冒險旅遊產品研究與調查」中，界定冒險旅遊活動因富含冒險性與挑戰性，所以活動的類別呈現陸、海、空等多樣性變化，而潛水活動刺激性評估介於非常刺激至刺激之間，潛水遊憩體驗滿足介於極滿足至滿足之間；因此，將潛水活動歸類為水域型冒險旅遊活動。以下為冒險旅遊活動之三大類型：

(一)陸域型活動：

常見的活動如：專業性登山、攀岩、雪地攀登、登山、滑雪、洞穴探險、高空彈跳、吉普車越野、摩托車越野、登山車越野、狩獵、荒地旅遊、極地探險等。

(二)水域型活動：

急流泛舟、輕艇、獨木舟、溯溪、風浪板、衝浪、滑水、帆船、潛水等。

(三)空域型活動：

跳傘、滑翔翼、輕航機、拖曳傘、熱氣球、飛行傘等。

冒險旅遊活動可提供參與者追求的利益，包括：社交性、不同文化間的體驗、消遣以及促進自尊心提昇等。而未來冒險旅遊的活動，會朝向興奮刺激感的獲得、理想的覺醒、或是整體的體驗等(中華民國遊憩學會，1997)。由此可見，潛水旅遊將在未來運動觀光旅遊上扮演重要之角色，有其存在的價值。

第三節 動機相關理論之探討

一、動機之定義

動機大部分定義有兩個共通點，首先是涉及人類想要滿足的需求，其次動機是促使人們採取行動的一種動力(林靈宏，2000)。張春興(2000)認為動機是促使個體從事某種活動的內在原因。

曹勝雄(2001)認為，動機的產生是由個體內在的某種需求而來，一旦需求的強度提昇到某種程度後，就會轉化為一種動機，進而促使每一個人尋找滿足需要的東西。

Maslow 將把人類的需要歸納為下列五種：

- (一)生理需求：維持生存的基本需求，是在最低層次的需求。
- (二)安全需求：為了生命安全以及財產受到保障的需求。
- (三)愛與隸屬的需求：親近、愛的接受與付出的需求。
- (四)自尊需求：包括自尊、受到尊重的需求。
- (五)自我實現的需求：為達成自我滿足與成就實現的需求。

二、觀光動機之相關理論

最早將旅遊動機進行分類的是德國人 R.Giucksmann(劉純，2001)，他在1935年發表的一般旅遊論一書中分析旅

遊的原因，將旅遊行為的動機分為：心理、精神、身體和經濟四大類。

觀光動機是源於人類的觀光需求。M.S.Dann認為人類起初的觀光動機，是想脫離現有的社會規範和價值崩潰的社會環境的心態，或是欲克服日常生活當中疏離感的一種「逃避心理」，也是人類為了尋求自我開發的方式之一，因此主張人們選擇能提供友誼、自我成就的觀光行為（謝淑芬，1994）。

另外，旅遊研究者 John A.Thomas 提出驅使民眾進行旅遊主要的動機有 18 種（謝淑芬，1994），列於表 2-3：

表 2-3 十八種重要的旅遊動機

教育與文化	休息與娛樂	種族傳統	其他
1. 去看別的國家的人 民如何生活、工作 和娛樂 2. 去某些地方觀光 3. 去獲得新聞界正在 報導的事件之後更 進一步了解 4. 去參與特殊活動	5. 擺脫日常單調的生 活 6. 去好好玩一下 7. 去獲得某種和異姓 接觸的浪漫經歷	8. 去瞻仰自己祖先的 故土 9. 去訪問自己的家庭 或朋友曾經去過的 地方	10. 天氣 11. 健康 12. 運動 13. 經濟 14. 冒險 15. 勝人一籌的本領 16. 順應時尚 17. 參與歷史 18. 瞭解世界的願望

資料來源：謝淑芬，1994

英國學者 H.P.Gray(薛明敏，1993)在「國際旅遊—國際貿易」一書中，把適合於歐洲人的遊樂性旅行動機歸納為下列兩種：

(一)放浪癖(Wander-lust)：亦即想離開熟悉的事物去追求未知的事物，去訪問不同的地方、人民、文化或遺址等。

(二)陽光癖(Sun-lust)：以追求海灘、陽光為主，但是也包括追求比其居住地有更好的娛樂設備的地方。

從觀光動機產生到實際參與觀光行為是一個複雜的心理

過程。觀光決策的動機並不會單一地出現，大都由幾個同時促成(薛明敏，1993)。例如：一個人決定到海濱觀光，可能基於健康的動機，也可能是為了獲取新體驗的動機或是其他動機，但只有一個主導動機，其他則是輔助動機。觀光動機分為以下七種(薛明敏，1993)：(一)放鬆心情、逃避現實的動機、(二)探索動機、(三)健康動機、(四)支配事物的動機、(五)追求自尊的動機、(六)學習動機、(七)社交動機。

在觀光決定過程中，人們會考慮到旅遊所需的主、客觀條件，亦即產生觀光行為的基本條件和客觀的理論環境，如圖 2-4：

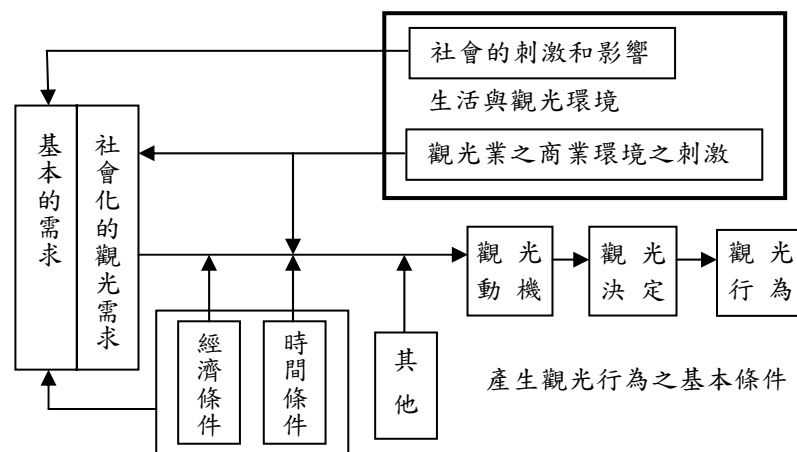


圖 2-4 觀光需求與觀光行為之過程 (資料來源：薛明敏，1993)

三、運動觀光動機之相關理論

人們透過從事運動作精采的個人表演，並從中獲得快樂。有很多人對運動有積極的興趣以及想去某地參加運動的慾望。所以，運動已成為旅遊市場中一個重要的因素(劉純，2001)。Mc Donald et al.(2002)以 Maslow 需求層次理論為基礎，發展出適合運動參與者及運動觀賞者評估動機因子的架

構，如表 2-4。

表 2-4 McDonald et al. 運動動機構面與 Maslow 需求層級相關量表

運動動機架構	基本需求				成長需求			
	生理需求		社會需求		自尊需求		自我實現需求	
	參與者	觀賞者	參與者	觀賞者	參與者	觀賞者	參與者	觀賞者
健康的身體	√				√			
尋求冒險	√	√			√	√		
舒緩壓力	√	√			√	√		
敵對行為	√	√						
同盟			√	√				
對社會的促進			√	√				
自尊					√	√		
競爭					√	√		
成就					√	√		
熟練的技巧					√	√		
運動神韻之美					√	√	√	√
價值建立							√	√
自我實現							√	√

資料來源：M.A., McDonald, G.R., Milne, & J.B., Hong, (2002); 湯擷嘉 (2003).

依上述適用於運動觀光參與者及運動觀光觀賞者的動機因素，分別說明如下：

- (一) 健康的身體：參與運動是為了使身體更健康、增強體力、保持良好身材或是為了獲得更好的生理機能。
- (二) 尋求風險：渴望參與運動會為帶來刺激或冒險感，如：登山、潛水、滑翔翼、降落傘等。
- (三) 舒緩壓力：在運動過程中能減少恐懼感、憂鬱感、緊張感等情緒狀態。
- (四) 敵對行為：在比賽過程中雙方的攻守動作所引起的反應。

- (五)同盟：渴望和他人共同相處，並成為團體中的一份子。
- (六)對社會的促進：與他人有相同嗜好或興趣而使社會更美滿，在此所指的他人可能是家人、朋友或商業上有往來的人。
- (七)自尊：指心理層面上的自我意識。
- (八)競爭：指將活動變的有競爭性，如：參賽者比較自給與他人在能力上的優劣。
- (九)成就：人都渴望能夠成功並避免失敗，並且為最後的結果感到驕傲。
- (十)熟練的技巧：指將技巧提升，達到完美的境界。
- (十一)運動神韻之美：指運動美感或其他藝術特質的表現。
- (十二)價值建立：在參與運動或觀賞運動同時，達到 Maslow 需求層次理論中的五項需求。
- (十三)自我實現：指 Maslow 理論中的自我實現，也就是成就達成、潛力發揮及追求目標。

Shoham, Rose, and Kahle(1998)在以色列對於一般民眾參與冒險性運動的意願及實際參與運動的觀光客做研究；主要探討民眾對於參與冒險性運動的動機(尋找刺激或威脅、放鬆心情等)，再針對運動俱樂部(潛水、登山、滑翔翼及降落傘)會員做後續研究，比較兩種參與者對於參與冒險性運動是否有相同意願；研究結果發現年齡對於參與冒險性運動是一個非常重要的因素。

Fulker and Turner(2000)研究澳洲遊客激流泛舟體驗的需求、動機及期望，其研究架構為有及無體驗之遊客有激流泛舟需求後，產生參與激流泛舟的動機為何？進一步探討對激流泛舟的期望，等遊客結束行程後再探討是否符合期望；研究中有顯著差異的結果整理如表 2-5：

表 2-5 Fulker and Turner 研究之顯著差異結果整理

遊客類型	需求原因	參與動機	行前期望結果
曾經參與	為了樂趣 為了休息及恢復	因為我喜歡泛舟 想和朋友在一起 為了親近大自然環境	我會感到舒適
未曾參與	逃離單調的日常生活 在衰老之前嘗試 因有朋友推薦或介紹	看看我是否喜歡河流運動 因為我個人還未有相關經驗	我會感到害怕 我的體能會受挑戰 我會學習新的技巧

資料來源：Fulker and Turner(2000);湯擷嘉(2003)

第四節 期望與滿意度之探討

當消費者在購買一項產品時，會對其產生一定的期望，當選擇的結果比預期好或差不多時，消費者會產生滿足的感覺；反之，則會產生不滿意(林靈宏，2000)。表 2-6 是遊客滿意與否的決定過程。

表 2-6 遊客滿意過程

觀光產品	滿意因素	結果
<ul style="list-style-type: none"> • 有形要素 • 服務要素 • 中間機構角色 	<ul style="list-style-type: none"> • 遊客經驗的認知 • 遊客態度和期望 • 不可控制的因素、如罷工 	<ul style="list-style-type: none"> • 遊客滿意 • 遊客部分滿意 • 遊客不滿意

資料來源：(林靈宏，2000)

柯宜君指出(1999)滿意度是知覺的功能與期望兩者間差異的函數，顧客滿意度的來源是因為對於產品的功能特性或結果的知覺、個人對產品的期望，兩者比較後所形成感覺愉悅或失望的程度。因此，若觀光服務產品功能與特性不如當

初所期望的程度，顧客將感到不滿意；反之，如符合或超乎期望，顧客會感到滿意。鄭順聰(2001)指出消費者滿意度是消費者自購買產品或接受服務的過程，感到滿意或物超所值的感受。滿意度為消費者在購買產品或接受服務前的期望，與實際使用產品或接受服務之後的差異結果，經由主觀認定評估所產生正面或負面的反應。

高俊雄(2002)認為，一個人在參與休閒活動的過程中，消費者的滿意度會隨著體驗是否流暢、刺激、掌控、通順、無聊、無趣或是焦慮而有所不同。尤其以流暢、刺激及掌控的休閒體驗最具影響，能獲得極高的滿足，印象深刻並經常回憶，且願意再繼續參與。所以，運動觀光遊客的滿意度是由於其期望與實際感受知覺間的差異來作決定。

遊客對觀光活動產生期望，並在實際體驗後產生滿意與否，這個結果可視為一種遊憩體驗。陳水源(1989)指出，遊憩體驗是遊憩者藉由選擇而參與比較喜歡的遊憩活動，以獲得其生理、心理上滿意之體驗，遊憩機會的滿意程度會受到遊憩地點的實質環境特性、經營管理的型態、水準和遊客的社會與文化特性等三個因素所影響。

劉修祥(2001)指出在海洋遊憩機會序列(The Spectrum of Marine Recreation Opportunities, 簡稱 S.M.R.O)中，將海洋遊憩依據其可提供的體驗、環境、活動地點與海岸的距離來分類，如表 2-7:

表 2-7 海洋遊憩機會序列

特性	第Ⅰ類	第Ⅱ類	第Ⅲ類	第Ⅳ類	第Ⅴ類
	可及性較佳	具可及性	可及性較差	半偏遠地區	偏遠地區
體驗	與他人有非常多的社交互動 有高度的服務與支援設施 通常都很擁擠	與他人常接觸	與他人有些接觸	平和與安靜 有安全急救設施 與他人偶爾接觸	孤寂感 寧靜 接近自然 自給自足
環境	許多人為設施 自然環境品質較差	看得到人為設施 且在附近	附近有些人為設施，有一些看得到	有些人為活動如岸邊的燈火、繫船浮標	孤立的 高品質的 很少人為設施
地點	靠近或在都會區內 海灘及潮間地區	潮間帶→離海面 100公尺	100公尺→離海面 1公里	孤立的海岸，離海面 1-50公里	無人居住之海岸地區，離海面 超過50公里
活動範例	日光浴 人看人 游泳 玩遊戲 餐飲 自助餐 遊覽	游泳 浮潛 釣魚 滑水 無動力船隻活動 衝浪 拖曳傘活動 乘風浪板活動	通常以船為主 揚帆航行 釣魚 浮潛/水肺潛水	某些水肺潛水 潛航 動力船隻(有海面設施的) 揚帆航行(較大型帆船)	海面揚帆航行 船上生活垂釣 偏遠海岸划獨木舟
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">←</div> <div style="text-align: center;">←</div> </div> <p style="text-align: center;">使用密度 人類影響</p>					

資料來源：劉修翔(2001)，海洋觀光發展影響與管理。

王彬如(1995)在「遊憩體驗歷程之探討分析—以環島鐵路花蓮二日遊為例」研究中，將遊客行前期望與計畫、目的地現場活動、回憶階段的遊憩體驗以歷程方式進行實證研究，其由心理體驗、環境景觀、遊憩活動、遊程安排與服務等屬性加以探討。余幸娟(2000)「宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究—以台南南鯤鯓代天府為例」，其由心理體驗、宗教遊憩環境、宗教遊憩服務設施及宗教遊憩活動等四構面，探討宗教觀光客到宗教觀光勝地前的期望與體驗後之實際感受滿意度。顏文甄(2001)在「遊客對玉山國家公園服務品質

滿意度之研究」中，對於玉山國家公園遊客的個人特性、旅遊動機、認知、行前期望、實際體驗滿意度進行探討，將行前期望與實際體驗滿意度分為六個構面：心理體驗、遊憩設施環境、遊憩服務設施、遊憩活動、解說服務、遊憩景點等。

由上述理論與相關研究可知，遊客的期望與實際的體驗間是否達到平衡，將最直接影響到遊客的滿意程度；而遊客體驗與滿意程度，主要受到遊憩環境、活動本身以及心理體驗等因素的影響，整體的觀光滿意度是由各層面的差異所影響而決定的。

第參章 研究方法

本章內容主要是敘述本研究透過那些步驟和方法得到問題答案。內容包括：一、研究架構。二、研究假設。三、研究步驟。四、研究工具。五、研究對象。六、資料分析方法。分別敘述如以下各節。

第一節 研究架構

由文獻回顧中可知，影響消費者參與旅遊決策因素非常多，本研究針對觀光潛水假期遊客進行研究，擬定一份潛水假期參與動機、期望與滿意度調查問卷。透過對潛水假期遊客之調查，分析出不同人口背景變項遊客及其參與行為在動機、期望與滿意度的之間的差異性。本研究之研究架構如圖 3-1：

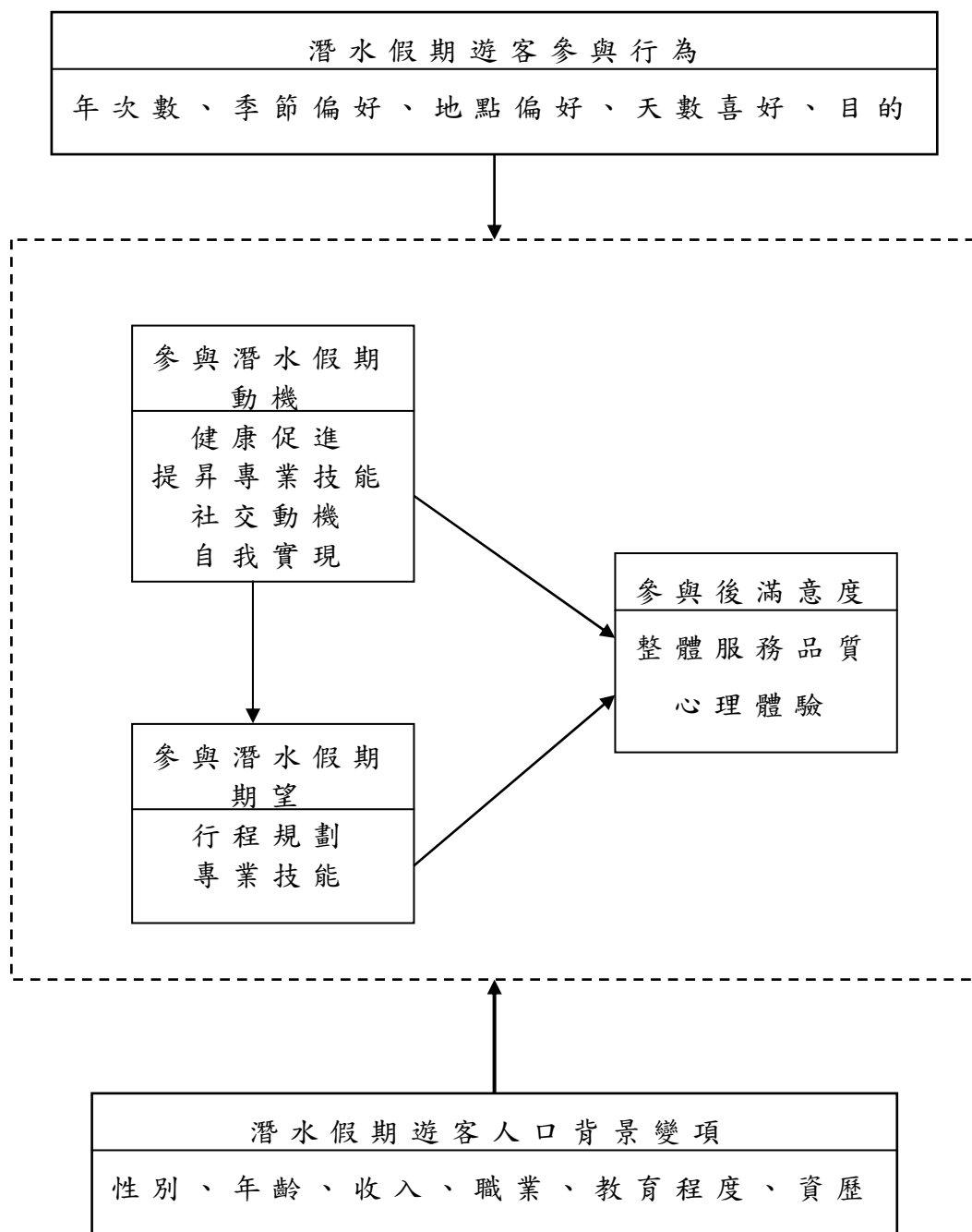


圖 3-1 研究架構圖

第二節 研究假設

本研究依據文獻探討及研究目的提出下列之研究假設：

H1、不同人口背景變項在參與動機方面

- H1-1：不同性別在參與動機有顯著差異。
- H1-2：不同年齡在參與動機有顯著差異。
- H1-3：不同收入在參與動機有顯著差異。
- H1-4：不同職業在參與動機有顯著差異。
- H1-5：不同教育程度在參與動機有顯著差異。
- H1-6：不同潛水資歷在參與動機有顯著差異。

H2、不同人口背景變項在期望方面

- H2-1：不同性別在期望有顯著差異。
- H2-2：不同年齡在期望有顯著差異。
- H2-3：不同收入在期望有顯著差異。
- H2-4：不同職業在期望有顯著差異。
- H2-5：不同教育程度在期望有顯著差異。
- H2-6：不同潛水資歷在期望有顯著差異。

H3、不同人口背景變項在滿意度方面

- H3-1：不同性別在滿意度有顯著差異。
- H3-2：不同年齡在滿意度有顯著差異。
- H3-3：不同收入在滿意度有顯著差異。
- H3-4：不同職業在滿意度有顯著差異。
- H3-5：不同教育程度在滿意度有顯著差異。
- H3-6：不同潛水資歷在滿意度有顯著差異。

H4、不同參與行為變項在參與動機方面

- H4-1：不同年參與次數在參與動機有顯著差異。

H4-2：不同季節偏好在期參與動機有顯著差異。

H4-3：不同地點偏好在參與動機有顯著差異。

H4-4：不同天數喜好在參與動機有顯著差異。

H4-5：不同參與目的在參與動機有顯著差異。

H5、不同參與行為變項在期望方面

H5-1：不同年參與次數在參與期望有顯著差異。

H5-2：不同季節偏好在參與期望有顯著差異。

H5-3：不同地點偏好在參與期望有顯著差異。

H5-4：不同天數偏好在參與期望有顯著差異。

H5-5：不同參與目的在參與期望有顯著差異。

H6、不同參與行為變項在滿意度方面

H6-1：不同年參與次數在滿意度有顯著差異。

H6-2：不同季節偏好在滿意度有顯著差異。

H6-3：不同地點偏好在滿意度有顯著差異。

H6-4：不同天數偏好在滿意度有顯著差異。

H6-5：不同參與目的在滿意度有顯著差異。

H7、參與動機與期望之間的相關

H7：參與動機與期望之間有顯著相關。

H8、遊客之參與動機、期望對滿意度的預測力

H8：參與動機、期望能有效預測滿意度。

第三節 研究步驟

本研究的研究步驟如下：

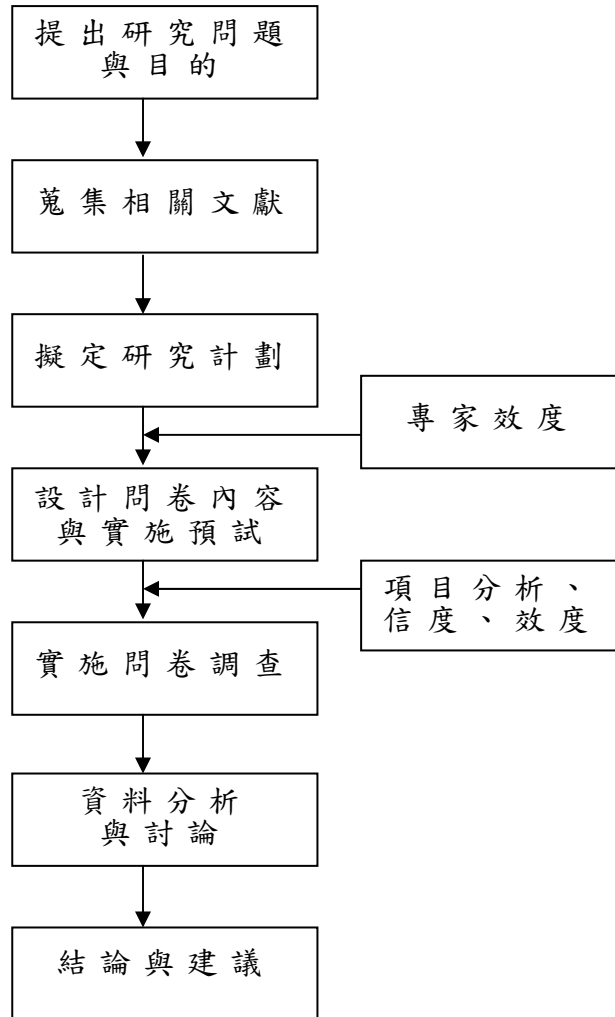


圖 3-2 研究流程圖

第四節 研究對象

本研究針對參與國內運動觀光潛水旅遊之遊客為研究對象，其中研究對象包含二個部分，分為「預試樣本」及「研究樣本」，茲說明如下：

一、預試樣本

本研究之預試對象採取立意取樣方式，針對潛水學校中參加潛水假期的遊客、旅行社之潛水假期團、潛水社或潛水俱樂部的潛水假期團體進行問卷發放。共計回收 138 份。

二、研究樣本

本研究因台灣墾丁、綠島、東北角為著名潛水景點，研究對象為上述潛點參與潛水假期的遊客為主，採取立意取樣方式，共計發放問卷 400 份，刪除無效問卷後，共得正式研究樣本 364 份。

第五節 研究工具

本研究之研究工具為自編之「運動觀光潛水假期之參與動機、期望與滿意度量表」，參與動機量表主要參考陳秀華(1992)與江中皓(2001)的模式為建構基礎；以及參考方信淵(1998)的顧客滿意度等量表建構模式，用以瞭解運動觀光潛水假期遊客的參與行為、參與動機、期望及滿意程度。

問卷分為四部份，第一部份為遊客基本資料，第二部份

為「遊客參與動機量表」，第三部份為「遊客參與期望量表」，第四部份為「遊客滿意度量表」。量表部份依李克特氏(Likert Scale)五等分量表來評分，從 1 表示非常同意，至 5 表示非常不同意，讓受試者選填同意的程度。

一、遊客基本資料

遊客基本資料分為人口背景變項及參與行為。

(一)人口背景變項

內容主要有性別、年齡、教育程度、平均月收入、職業、潛水資歷等人口背景變項。其中年齡變項分為六個區間，結果某些區間樣本數過少，因此將區間合併為三個區間，將本研究的參與者分為：29 歲(含)以下、30-49 歲、50 歲以上。

(二)遊客之參與行為

包括平均參加年次數、參與月份偏好、區域選擇、參與天數偏好、參與目的等。其中平均參加年次數合併為二個區間，分為 1-5 次，6 次(含)以上；參與月份偏好合併為二個區間，分為 4-9 月份(夏季)，10-3 月份(冬季)；參與天數偏好合併為 1-4 天，5 天(含)以上。

二、遊客參與動機量表

本研究動機量表初稿依相關文關探討，得知參與動機有為提昇專業技能、促進身體健康、自我實現、遠離壓力、增加社交機會等因素，依文獻探討構思量表的因素構面進行編題，共有 28 題。本量表初稿為經由項目分析及因素分析，先採取主成份分析，再以最大變異法做直交轉軸，刪除不適留題項後，進行第二次因素分析，顯示出特徵值大於 1 的因素有五個，第五個因素只含第 9 題、第 10 題兩個題項，層面所涵蓋題項內容太少，將之刪除較為適宜。如表 3-1 所示，其

KMO 值為 .873，Bartlett 球形檢定近似卡方配值為 4475.78(自由度為 171， $P < .05$)，顯示達顯著水準，此量表資料適合作因素分析。

表 3-1 參與動機量表 KMO 值與 Bartlett 球形檢定表

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數	.873
Bartlett 球形檢定近似卡方配	4475.78
自由度	171
顯著性	<.001***

*** $P < .001$

本量表特徵值大於 1($\lambda \geq 1$)的因素共有 4 個， λ 分別為 3.777、3.237、2.965、2.399，解釋累積變異量達到 72.806%，如表 3-2。

表 3-2 參與動機量表之解釋累積變異數量表

轉軸平方和負荷量			
成分	特徵值	解釋變異量%	解釋累積變異量%
1	3.777	22.217	22.217
2	3.237	19.040	41.257
3	2.965	17.439	58.697
4	2.399	14.110	72.806

參與動機量表經由內部一致性分析得到其 Cronbach α 係數分別為 .8383 至 .9202，並將因素構面一命名為「健康促

進」，將因素構面二命名為「專業技能」，因素構面三命名為「社交動機」，因素構面四命名為「自我實現」。表 3-3 為潛水假期參與動機信度分析摘要表。

表 3-3 潛水假期參與動機量表的信度分析摘要表

因素	名稱	題項	題數	Cronbach ' α
一	健康促進	13.14.25.26.27	共 5 題	.9202
二	專業技能	1.2.5.11.12	共 5 題	.8635
三	社交動機	18.19.23.24	共 4 題	.8782
四	自我實現	15.16.21	共 3 題	.8383
總量表				.9092

三、遊客參與期望量表

本研究期望量表依文獻探討構思量表的因素構面進行編題，共有 12 題。本量表初稿為經由項目分析及因素分析，先採取主成份分析，再以最大變異法做正交轉軸，顯示出特徵值大於 1 的因素有二個。如表 3-4 所示，其 KMO 值為 .909，Bartlett 球形檢定近似卡方配值為 2407.361(自由度為 55， $P < .05$)，顯示達顯著水準，故全部題項保留，且此量表資料適合作因素分析。

表 3-4 參與期望量表 KMO 值與 Bartlett 球形檢定表

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數	.909
Bartlett 球形檢定近似卡方配	2407.361
自由度	55
顯著性	<.001***

***P<.001

本研究期望量表特徵值大於 1 ($\lambda \geq 1$) 的因素共有 2 個， λ 分別為 4.611、2.655，解釋累積變異量達到 66.057%，如表 3-5。

表 3-5 參與期望量表之解釋累積變異數量表

轉軸平方和負荷量			
成分	特徵值	解釋變異量%	解釋累積變異量%
1	4.611	41.920	41.920
2	2.655	24.137	66.057

參與期望量表經由內部一致性分析得到其 Cronbach α 係數分別為 .8138 至 .9099。並將因素構面一命名為「行程規劃」，將因素構面二命名為「專業能力」。表 3-6 為潛水假期參與動機信度分析摘要表。

表 3-6 潛水假期參與期望量表的信度分析摘要表

因素	名稱	題項	題數	Cronbach ' α
一	行程規劃	1.2.3.4.5.6.7	共 7 題	.9099
二	專業能力	8.9.10.11	共 4 題	.8138
總量表				.9188

四、遊客參與滿意度量表

本研究參與滿意度量表依文獻探討構思量表的因素構面進行編題，共有 18 題。本量表初稿為經由項目分析及因素分析，先採取主成份分析，再以最大變異法做直交轉軸，刪除不適留題項後共計 12 題，顯示出特徵值大於 1 的因素有二個。如表 3-7 所示，其 KMO 值為 .921，Bartlett 球形檢定近似卡方配值為 2992.671(自由度為 66， $P < .05$)，顯示達顯著水準，此量表資料適合作因素分析。

表 3-7 參與滿意度量表 KMO 值與 Bartlett 球形檢定表

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數	.921
Bartlett 球形檢定近似卡方配	2992.671
自由度	66
顯著性	.001***

*** $P < .001$

本研究滿意度量表特徵值大於 1($\lambda \geq 1$)的因素共有 2 個， λ 分別為 4.535、3.590，解釋累積變異量達到 67.704%，如表 3-8。

表 3-8 參與滿意度量表之解釋累積變異數量表

轉軸平方和負荷量			
成分	特徵值	解釋變異量%	解釋累積變異量%
1	4.535	37.789	37.789
2	3.590	29.915	67.704

參與滿意度量表經由內部一致性分析得到其 Cronbach α 係數分別為 .8674 至 .9204，並將因素構面一命名為「整體服務品質」，將因素構面二命名為「心靈體驗」。表 3-9 為潛水假期參與動機信度分析摘要表。

表 3-9 潛水假期參與滿意度量表的信度分析摘要表

因素	名稱	題項	題數	Cronbach α
一	整體服務品質	1.2.4.5.9.10.11	共 7 題	.9204
二	心靈體驗	14.15.16.17.18	共 5 題	.8674
總量表				.9355

第六節 資料分析方法

本研究依據研究目的，進行資料蒐集，並將蒐集之資料整理編碼，使用統計分析工具 SPSS for Windows10.0 統計軟體進行統計分析。將依照問卷之各項變項，以次數分配、百分比、平均數及標準差等方法，來瞭解運動觀光潛水假期遊

客人口背景變項資料分佈情形，及分析遊客行前期望與遊憩實際體驗滿意度。採用方法如下：

(一) 描述性統計分析

說明潛水假期遊客的性別、年齡、收入、職業、教育程度、潛水資歷之分佈情形及其基本資料。

(二) 項目分析

主要目的在求出問卷個別題項的決斷值－CR值：將未達顯著水準的題項刪除。

(三) 因素分析

將運動觀光潛水假期之參與動機、期望與滿意度量表中關係密切的題項組合成較少的變項，用以簡化題項，並萃取共同因素後因素命名。

(四) 信度分析

以 Cronbach's α 係數檢驗量表信度，以瞭解同一構面題項的一致性高低，衡量問卷的內部一致性高低。

(五) 相關分析

檢定在參與動機與參與期望之相關性。

(六) 多變量變異數分析(MANOVA)

以 ONE-WAY MANOVA 檢驗不同人口背景變項在動機、期望及滿意度因素間有否顯著差異；以及檢驗不同參與行為在動機、期望及滿意度因素間是否有顯著差異。

(七) Scheffe 事後比較分析

在變異數分析中若 P 值達顯著水準 ($P < .05$)，表示至少有一對平均數之間存有顯著差異。

(八) 多元迴歸分析法

以強迫輸入法強迫所有變項有順序進入迴歸方程式，考

驗動機變項、期望分別對於滿意度是否有顯著預測作用，其預測力為何。

第肆章 研究結果與分析

本章主要針對回收問卷所得之各項資料進行分析，以便進一步撰寫結果與討論，並瞭解及驗證本研究之各項假設。第一節人口背景基本資料分析；第二節參與行為特徵；第三節不同人口背景變項在參與動機、期望與滿意度的差異比較；第四節不同參與行為在參與動機、期望與滿意度的差異比較；第五節參與動機與期望的相關分析；第六節參與動機及期望對滿意度之預測；第七節討論。

第一節 人口背景變項分析

本節根據回收問卷有效樣本 364 份進行描述，共分為性別、年齡、教育程度、平均月收入、職業、潛水資歷，資料進行分析如下：

一、性別

由表 4-1 全體樣本性別分配情形得知，有效樣本「男性」有 230 人，佔 63.2%；「女性」有 134 人，佔 36.8%，顯示潛水假期活動在國內參與人口比例上仍以男性參與者較顯著。

表 4-1 樣本性別之描述統計量表

性別	人數(人)	百分比(%)
男	230	63.2
女	134	36.8
合計	364	100

二、年齡

本研究有效樣本「19歲(含)以下」有 25 人；「20-29 歲」

有 135 人；「30-39 歲」有 142 人；「40-49 歲」有 47 人；「50-59 歲」有 14 人；「60 歲以上」有 1 人；本研究將年齡區間合併為三個區間，由表 4-2 全體樣本年齡分配情形得知，「30-49 歲」共佔全體受試樣本 51.9%，顯示參與者以青年、壯年人居多。

表 4-2 樣本年齡之描述統計量表

年 齡	人 數 (人)	百 分 比 (%)
29 歲 (含) 以下	160	44.0
30-49 歲	189	51.9
50 歲 (含) 以上	15	4.1
合 計	364	100

三、教育程度

由表 4-3 全體樣本教育程度分配情形得知，有效樣本「國中(含)以下」有 21 人，佔 5.8%；「高中、職」有 65 人，佔 17.9%；「專科」有 97 人，佔 26.6%；「大學」有 150 人，佔 41.2%；「研究所(含)以上」有 31 人，佔 8.5%。「專科」及「大學」學歷共佔 67.8%，顯示大多數的潛水假期參與者多數為大專以上教育程度。

表 4-3 樣本教育程度之描述統計量表

教育程度	人 數 (人)	百 分 比 (%)
國 中 (含) 以下	21	5.8
高 中、職	65	17.9
專 科	97	26.6
大 學	150	41.2
研 究 所 (含) 以上	31	8.5
合 計	364	100

四、平均月收入

由表 4-4 全體樣本平均月收入分配情形得知，有效樣本「25000 元(含)以下」有 61 人，佔 16.8%；「25001-35000 元」有 112 人，佔 30.8%；「35001-45000 元」有 92 人，佔 25.3%；「45001-55000 元」有 34 人，佔 9.3%；「55001-65000 元」有 25 人，佔 6.9%；「65001-75000 元」有 27 人，佔 7.4%；「75001 元以上」有 13 人，佔 3.6%。從平均月收入結構而言，潛水假期的參與是可以大眾化的，並非要高收入者才可以參與。

表 4-4 樣本平均月收入之描述統計量表

平均月收入	人數(人)	百分比(%)
25000元(含)以下	61	16.8
25001-35000元	112	30.8
35001-45000元	92	25.3
45001-55000元	34	9.3
55001-65000元	25	6.9
65001-75000元	27	7.4
75001元以上	13	3.6
合計	364	100

五、職業

由表 4-5 全體樣本職業分配情形得知，有效樣本「工業」有 32 人，佔 8.8%；「商業」有 47 人，佔 12.9%；「服務業」有 121 人，佔 33.2%；「資訊科技業」有 83 人，佔 22.8%；「學生」有 29 人，佔 8.0%；「軍公教」有 42 人，佔 11.5%；「其他」有 10 人，佔 2.7%。就受訪者職業結構來看，顯示從事服務業、資訊科技業、商業之參與者佔有較高的比例。

表 4-5 樣本職業之描述統計量表

職業	人數(人)	百分比(%)
工業	32	8.8
商業	47	12.9
服務業	121	33.2
資訊科技業	83	22.8
學生	29	8.0
軍公教	42	11.5
其他	10	2.7
合計	364	100

六、潛水資歷

由表 4-6 全體樣本潛水資歷分配情形得知，有效樣本「10 支(含)以下」有 129 人，佔 35.4%；「11-30 支」有 86 人，佔 23.6%；「31-50 支」有 70 人，佔 19.2%；「51-70 支」有 33 人，佔 9.1%；「71-90 支」有 19 人，佔 5.2%；「91 支以上」有 27 人，佔 7.4%。分析結果顯示受試者中大多數都有豐富潛水經驗，潛水初學者亦有相當的比例，佔 35.4%。

表 4-6 樣本潛水資歷之描述統計量表

潛水資歷	人數(人)	百分比(%)
10支(含)以下	129	35.4
11-30支	86	23.6
31-50支	70	19.2
51-70支	33	9.1
71-90支	19	5.2
91支以上	27	7.4
合計	364	100

第二節 參與行為特徵

在潛水假期參與者的參與行為特徵可分為參與頻次、參與屬性、參與目的等三部份，依每年參與潛水假期的次數、喜歡參加的天數、喜歡參加的月份及國內區域、參與目的等進行分析。

一、參與頻次分析

每年參加次數分配情形得知，本研究有效樣本每年參加次數在「1次(含)以下」有129人；「2-3次」有127人；「4-5次」有44人；「6-7次」有21人；「8次(含)以上」有23人；本研究將區間合併為「5次(含)以下」(低頻率組)及「6次(含)以上」(高頻率組)二區間；由表4-7參與者每年參加次數分析來看，低頻率組有320人，佔87.9%；高頻率組有44人，佔12.1%，分析結果顯示潛水假期的市場開發仍有相當的成長空間。

表 4-7 參與者每年參加次數之描述統計量表

每年參加次數	人數(人)	百分比(%)
低頻率組	320	87.9
高頻率組	44	12.1
合計	364	100

在參加天數喜好方面「1-2天」有106人，「3-4天」有134人，「5-6天」有107人，「7天以上」有17人，本研究將區間合併為「1-4天」及「5天(含)以上」二區間，由表4-8參與者參與天數偏好分析來看，「1-4天」有240人，佔65.9%；「5天(含)以上」有124人，佔34.1%，分析結果顯示

潛水假期參與者有符合觀光參與的時間特質。

表 4-8 參與者參與天數偏好之描述統計量表

參與天數偏好	人數(人)	百分比(%)
1-4 天	240	65.9
5 天以上	124	34.1
合 計	364	100

二、參與屬性分析

參與屬性可分為：參與月份偏好、國內參與區域選擇進行分析。在參與者參與月份偏好方面「1-3 月」有 41 人，「4-6 月」有 83 人，「7-9 月」有 199 人，「10-12 月」有 41 人；本研究將其區間合併為「4-9 月」(夏季)及「10-3 月」(冬季)二區間，「4-9 月」(夏季)有 282 人，佔 77.5%；「10-3 月」(冬季)有 82 人，佔 22.5%。由表 4-9 及表 4-10 參與屬性分析來看，參與者大多在 4-9 月(夏季)參與潛水假期，可能與適逢春季及暑假期間氣候適合從事潛水運動有關。在國內參與區域喜好方面，以墾丁及東北角最受歡迎，可能與地緣關係及交通便利性有關，至東海岸及離島地區潛水需轉搭船或飛機，而暑假期間墾丁地區本身就已是國內從事水上運動的旺季及勝地。

表 4-9 參與月份喜好之描述統計量表

參與月份喜好	人數(人)	百分比(%)
4-9月(夏季)	282	77.5
10-3月(冬季)	82	22.5
合 計	364	100

表 4-10 國內參與區域偏好之描述統計量表

參與區域偏好	人數(人)	百分比(%)
東海岸	61	16.8
墾丁	189	51.9
東北角	99	27.2
澎湖地區	2	0.5
其他	13	3.6
合計	364	100

三、參與目的分析

由表 4-11 全體樣本潛水目的分配情形得知，潛水假期參與者主要目的以「潛水運動為主，觀光度假其次」佔最多，為 40.9%；其次為「觀光度假為主，潛水其次」佔 23.4%；兩者共計佔 64.39%，顯示參與者藉由潛水運動方式參與觀光行為，潛水假期在運動觀光市場中具有相當的發展潛力。

表 4-11 樣本潛水目的之描述統計量表

潛水目的	人數(人)	百分比(%)
證照為主，觀光度假其次	70	19.2
觀光度假為主，證照其次	57	15.7
潛水為主，觀光度假其次	149	40.9
觀光度假為主，潛水其次	85	23.4
其他	3	0.8
合計	364	100

第三節 不同人口背景變項在參與動機、期望與滿意度之差異性考驗

本節主要在分析不同人口背景變項的參與者在參加潛水假期的參與動機、期望與滿意度作差異性比較，以探討哪些變項在參與動機、期望與滿意度上會有顯著差異。

一、不同人口背景變項在參與動機之差異性考驗

(一) 性別：

表 4-12 為不同性別在參與動機之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-12 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同性別的潛水假期參與者在參與動機方面無顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .982$, $p > .05$)。由表 4-13 之單變量變異數分析摘要表顯示，男、女性參與者在參與動機四項因素中，「健康促進」、「社交動機」及「自我實現」皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)；僅「專業技能」因素差異達顯著水準 ($P < .05$)，且男性要比女性高 ($M = 4.23 > 4.08$)。

表 4-12 不同性別在參與動機之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
性別	.982	1.663	4.000	359.000	.158

* $P < .05$

4-13 不同性別在參與動機之單變量變異數分析摘要表
(N=364；男性 230 人，女性 134 人)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值
健康促進	男 4.32	2.78	6.335	1	6.335	.750	.387
	女 4.26	3.10					
專業技能	男 4.23	2.78	47.524	1	47.524	6.211	.013*
	女 4.08	2.74					
社交動機	男 4.20	2.25	8.868	1	8.868	1.751	.187
	女 4.12	2.24					
自我實現	男 4.20	1.75	5.313	1	5.313	1.971	.161
	女 4.12	1.58					

*P<.05

(二) 年齡：

表 4-14 為不同年齡在參與動機之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-14 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同年齡的潛水假期參與者在參與動機方面無顯著差異 (Wilk's Λ = .965, $P > .05$)。由表 4-15 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同年齡參與者在參與動機四項因素中，「健康促進」、「專業技能」、「社交動機」皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)；僅「自我實現」因素差異達顯著水準 ($P < .05$)。

表 4-14 不同年齡在參與動機之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
年齡	.965	1.610	8.000	716.000	.118

*P<.05

4-15 不同年齡在參與動機之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
健康促進	5.428	2	2.714	.320	.726	
專業技能	22.176	2	11.088	1.432	.240	
社交動機	26.308	2	13.154	2.615	.075	
自我實現	16.411	2	8.205	3.071	.048*	

*P<.05

備註：1：29 歲(含)以下；2：30-49 歲；3：50 歲(含)以上

(三)教育程度：

表 4-16 為不同教育程度在參與動機之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-16 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同教育程度的潛水假期參與者在參與動機方面無顯著差異(Wilk's Λ = .957, $P > .05$)。由表 4-17 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同教育程度參與者在參與動機四項因素中，「健康促進」、「專業技能」、「社交動機」、「自我實現」皆沒有顯著差異存在($P > .05$)，顯示不同教育程度在參與動機的因素反應均有一致性看法。

表 4-16 不同教育程度在參與動機之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
教育程度	.957	.992	16.000	1088.236	.463

*P<.05

4-17 不同教育程度在參與動機之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
健康促進	24.381	4	6.095	.720	.579	
專業技能	25.995	4	6.499	.836	.503	
社交動機	29.481	4	7.370	1.460	.214	
自我實現	15.953	4	3.988	1.484	.207	

*P<.05

(四) 平均月收入：

表 4-18 為不同平均月收入在參與動機之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-18 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同平均月收入的潛水假期參與者在參與動機方面有顯著差異 (Wilk's Λ = .908, $P > .05$)。由表 4-19 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同平均月收入參與者在參與動機四項因素中，「健康促進」、「社交動機」、「自我實現」皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)，在「專業技能」有顯著差異存在 ($P < .05$)。

表 4-18 不同平均月收入在參與動機之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
平均月收入	.908	1.439	24.000	1236.168	.078

*P<.05

4-19 不同平均月收入在參與動機之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
健康促進	37.484	6	6.247	.737	.620	
專業技能	99.392	6	16.565	2.176	.045*	
社交動機	20.056	6	3.343	.655	.686	
自我實現	26.779	6	4.463	1.670	.127	

*P<.05

備註：1：25000(含)以下；2：25001~35000；3：35001~45000；
4：45001~55000；5：55001-65000；6：65001~75000；
7：75001 以上

(五)職業：

表 4-20 為不同職業在參與動機之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-20 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同職業的潛水假期參與者在參與動機方面無顯著差異(Wilk's Λ =.914, $P>.05$)。由表 4-21 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同職業參與者在參與動機四項因素中，「健康促進」、「專業技能」、「社交動機」皆沒有顯著差異存在($P>.05$)，在「自我實現」有顯著差異存在($P<.05$)。經由事後比較分析，顯示在「軍公教」高於「學生的參與者。

表 4-20 不同職業在參與動機之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
職業	.914	1.341	24.000	1236.168	.126

*P<.05

4-21 不同職業在參與動機之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
健康促進	67.023	6	11.170	1.331	.242	
專業技能	54.125	6	9.021	1.165	.324	
社交動機	15.323	6	2.554	.499	.809	
自我實現	48.762	6	8.127	3.113	.006*	6>5

*P<.05

備註：1：工業；2：商業；3：服務業；4：資訊科技業；5：學生；6：軍公教；7：其他

(六) 潛水資歷：

表 4-22 為不同潛水資歷在參與動機之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-22 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同潛水資歷在參與動機方面有顯著差異(Wilk's Λ =.907, p <.05)。由表 4-23 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同潛水資歷在參與動機四項因素中，在「專業技能」、「自我實現」皆沒有顯著差異存在(P >.05)，在「健康促進」、「社交動機」有顯著差異存在(P <.05)。

表 4-22 不同潛水資歷在參與動機之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
潛水資歷	.907	1.760	20.000	1178.352	.020*

*P<.05

表 4-23 不同潛水資歷在參與動機之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
健康促進	108.960	5	21.792	2.641	.023*	
專業技能	75.341	5	15.068	1.967	.083	
社交動機	73.534	5	14.707	2.977	.012*	
自我實現	15.251	5	3.050	1.131	.344	

*P<.05

備註：1：10 支以下；2：11-30 支；3：31-50 支；4：51-70 支；5：71-90 支；6：91 支以上

二、不同人口背景變項在期望之差異性考驗

(一)性別：

表 4-24 為不同性別在期望之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-24 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同性別的參與者在期望方面無顯著差異(Wilk's Λ = .992, $P > .05$)。由表 4-25 之單變量變異數分析摘要表顯示，男、女性參與者在「行程規劃」及「專業能力」兩因素皆沒有顯著差異存在($P > .05$)。

表 4-24 不同性別在期望之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
性別	.992	1.501	2.000	361.000	.224

*P<.05

4-25 不同性別在期望之單變量變異數分析摘要表

(N=364；男性 230 人，女性 134 人)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值
行程規劃	男 4.45	3.51	35.123	1	35.123	2.874	.091
	女 4.36	3.46					
專業能力	男 4.36	1.95	8.722	1	8.722	2.051	.153
	女 4.28	2.24					

*P<.05

(二) 年齡：

表 4-26 為不同年齡在期望之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-26 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同年齡的參與者在期望方面無顯著差異 (Wilk's Λ = .995, $P > .05$)。由表 4-27 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同年齡參與者在「行程規劃」及「專業能力」的期望因素皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-26 不同年齡在期望之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
年齡	.995	.411	4.000	720.000	.801

*P<.05

4-27 不同年齡在期望之單變量變異數分析摘要表 (N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
行程規劃	8.308	2	4.154	.337	.714	
專業能力	6.922	2	3.461	.810	.445	

*P<.05

(三) 教育程度：

表 4-28 為不同教育程度在期望之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-28 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同教育程度的參與者在期望方面無顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .971$, $P > .05$)。由表 4-29 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同教育程度參與者在「行程規劃」及「專業能力」的期望因素皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-28 不同教育程度在期望之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
教育程度	.971	1.323	8.000	716.000	.229

* $P < .05$

4-29 不同教育程度在期望之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
行程規劃	36.123	4	9.031	.733	.570	
專業能力	7.118	4	1.779	.414	.798	

* $P < .05$

(四) 平均月收入：

表 4-30 為不同平均月收入在期望之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-30 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同平均月收入的參與者在期望方面無顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .967$, $P > .05$)。由表 4-31 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同平均月收入參與者在「行程規劃」及「專業技能」的期望因素皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-30 不同平均月收入在期望之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
平均月收入	.967	1.006	12.000	712.000	.442

*P<.05

4-31 不同平均月收入在期望之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
行程規劃	60.589	6	10.098	.820	.555	
專業能力	26.382	6	4.397	1.031	.405	

*P<.05

(五) 職業：

表 4-32 為不同職業在期望之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-32 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同職業的參與者在期望方面無顯著差異 (Wilk's Λ = .974, $P > .05$)。由表 4-33 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同職業參與者在「行程規劃」及「專業能力」的期望因素皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-32 不同職業程度在期望之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
職業	.974	.785	12.000	712.000	.667

*P<.05

4-33 不同職業在期望之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
行程規劃	60.056	6	10.009	.812	.561	
專業能力	5.638	6	.940	.217	.971	

*P<.05

(六) 潛水資歷：

表 4-34 為不同潛水資歷在期望之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-34 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同潛水資歷的參與者在期望方面無顯著差異(Wilk's Λ =.986, $P>.05$)。由表 4-35 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同潛水資歷參與者在「行程規劃」及「專業能力」的期望因素皆沒有顯著差異存在($P>.05$)。

表 4-34 不同潛水資歷在期望之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
潛水資歷	.986	.522	10.000	714.000	.875

*P<.05

4-35 不同潛水資歷在期望之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
行程規劃	37.366	5	7.473	.605	.696	
專業能力	11.934	5	2.387	.556	.734	

*P<.05

三、不同人口統計變項在滿意度之差異性考驗

(一) 性別：

表 4-36 為不同性別參與者在滿意度之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-36 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同性別的參與者在滿意度方面有顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .965$, $P < .05$)。由表 4-37 之單變量變異數分析摘要表顯示，男、女性參與者在「整體服務品質」有顯著差異存在，顯示男性高於女性參與者 ($M = 30.68 > 29.33$)；在滿意度因素構面「心靈體驗」中沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-36 不同性別在滿意度之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
性別	.965	6.467	2.000	361.000	.002*

* $P < .05$

4-37 不同性別在滿意度之單變量變異數分析摘要表
(N=364；男性 230 人，女性 134 人)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值
整體服務品質	男 4.38	3.31	150.339	1	150.339	11.359	.001*
	女 4.19	4.11					
心靈體驗	男 4.37	2.38	25.147	1	25.147	3.617	.058
	女 4.27	2.90					

* $P < .05$

(二) 年齡：

表 4-38 為不同年齡在滿意度之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-38 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同年齡的參與者在滿意度方面無

顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .992$, $P > .05$)。由表 4-39 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同年齡參與者在「整體服務品質」及「心靈體驗」構面皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-38 不同年齡在滿意度之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
年齡	.992	.735	4.000	720.000	.568

* $P < .05$

4-39 不同年齡在滿意度之單變量變異數分析摘要表 (N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
整體服務品質	2.607	2	1.304	.096	.909	
心靈體驗	9.542	2	4.771	.710	.492	

* $P < .05$

(三) 教育程度：

表 4-40 為不同教育程度在滿意度之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-40 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同教育程度的參與者在滿意度方面無顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .974$, $P > .05$)。由表 4-41 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同教育程度參與者在「整體服務品質」及「心靈體驗」構面皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-40 不同教育程度在滿意度之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
教育程度	.974	1.165	8.000	716.000	.318

* $P < .05$

4-41 不同教育程度在滿意度之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
整體服務品質	100.628	4	25.157	1.879	.114	
心靈體驗	47.259	4	11.815	1.776	.133	

*P<.05

(四) 平均月收入：

表 4-42 為不同平均月收入在滿意度之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-42 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同平均月收入的參與者在滿意度方面無顯著差異(Wilk's Λ =.968, $P>.05$)。由表 4-43 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同平均月收入參與者在「整體服務品質」及「心靈體驗」構面皆沒有顯著差異存在($P>.05$)。

表 4-42 不同平均月收入在滿意度之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
平均月收入	.968	.970	12.000	712.000	.476

*P<.05

4-43 不同平均月收入在滿意度之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
整體服務品質	59.396	6	9.899	.729	.627	
心靈體驗	30.957	6	5.159	.766	.597	

*P<.05

(五) 職業：

表 4-44 為不同職業在滿意度之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-44 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同職業的參與者在滿意度方面無顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .947$, $P > .05$)。由表 4-45 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同職業參與者在「整體服務品質」及「心靈體驗」構面皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-44 不同職業在滿意度之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
職業	.947	1.639	12.000	712.000	.076

* $P < .05$

4-45 不同職業在滿意度之單變量變異數分析摘要表 (N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
整體服務品質	154.901	6	25.817	1.939	.074	
心靈體驗	15.133	6	2.522	.372	.897	

* $P < .05$

(六) 潛水資歷：

表 4-46 為不同潛水資歷在滿意度之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-46 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同潛水資歷的參與者在滿意度方面無顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .960$, $P > .05$)。由表 4-47 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同潛水資歷參與者在「整體服務品質」構面皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)；在「心靈體

驗」構面有顯著差異存在 ($P < .05$)。

表 4-46 不同潛水資歷在滿意度之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
潛水資歷	.960	1.478	10.000	714.000	.143

* $P < .05$

4-47 不同潛水資歷在滿意度之單變量變異數分析摘要表 (N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
整體服務品質	59.968	5	11.994	.886	.491	
心靈體驗	75.432	5	15.086	2.289	.046*	

* $P < .05$

第四節 不同參與行為在參與動機、期望與滿意度之差異性考驗

本節主要在分析不同參與行為在潛水假期的參與動機、期望與滿意度作差異性比較，以探討哪些變項在參與動機、期望與滿意度上會有顯著差異。

一、不同參與行為在參與動機之差異性考驗

(一) 參與次數：

表 4-48 為不同參與次數在參與動機之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-48 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同參與次數的潛水假期參與者在參與動機方面有顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .974$, $P < .05$)。由表 4-49 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同參與次數在參與動機四項因素中，「健康促進」、「社交動機」及「自我實現」皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)；僅「專業技能」因素差異達顯著水準 ($P < .05$)，且高頻率組要比低頻率組高 ($M = 4.37 > 4.15$)。

表 4-48 不同參與次數在參與動機之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
參與次數	.974	2.360	4.000	359.000	.050*

* $P < .05$

4-49 不同參與次數在參與動機之單變量變異數分析摘要表 (N=364)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	
健康促進	低頻率	4.30	2.89	.298	1	.298	.035	.851
	高頻率	4.28	3.03					
專業技能	低頻率	4.15	2.75	46.563	1	46.563	6.083	.014*
	高頻率	4.37	2.88					
社交動機	低頻率	4.16	2.21	4.143	1	4.143	.816	.367
	高頻率	4.25	2.57					
自我實現	低頻率	4.18	1.64	.577	1	.577	.213	.645
	高頻率	4.14	1.70					

* $P < .05$

(二)天數偏好：

表 4-50 為不同天數偏好在參與動機之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-50 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同天數偏好的潛水假期參與者在參與動機方面無顯著差異(Wilk's Λ =.974, P =.05)。由表 4-51 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同天數偏好在參與動機四項因素中，「專業技能」、「自我實現」皆沒有顯著差異存在(P >.05)；在「健康促進」、「社交動機」因素差異皆達顯著水準(P <.05)，顯示在「健康促進」層面 5 天以上組高於 1-4 天組($M=4.41 > 4.24$)；在「社交動機」層面 5 天以上組高於 1-4 天組($M=4.26 > 4.13$)。

表 4-50 不同參與天數偏好在參與動機之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
天數偏好	.974	2.396	4.000	359.000	.050*

* $P < .05$

表 4-51 不同參與天數在參與動機之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	
健康促進	1-4天	4.24	2.87	64.651	1	64.651	7.806	.005*
	5天以上	4.41	2.90					
專業技能	1-4天	4.16	2.77	5.055	1	5.055	.651	.420
	5天以上	4.21	2.82					
社交動機	1-4天	4.13	2.17	23.139	1	23.139	4.605	.033*
	5天以上	4.26	2.37					
自我實現	1-4天	4.16	1.63	.774	1	.774	.286	.593
	5天以上	4.19	1.67					

* $P < .05$

(三) 季節偏好：

表 4-52 為不同季節偏好在參與動機之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-52 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同季節偏好的潛水假期參與者在參與動機方面有顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .974$, $P < .05$)。由表 4-53 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同季節偏好在參與動機四項因素中，「健康促進」、「專業技能」、「自我實現」皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)；僅在「社交動機」因素差異皆達顯著水準 ($P < .05$)，顯示在「社交動機」層面冬季高於夏季 ($M = 4.32 > 4.13$)。

表 4-52 不同季節偏好在參與動機之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
季節偏好	.974	2.437	4.000	359.000	.047*

* $P < .05$

4-53 不同季節偏好在參與動機之單變量變異數分析摘要表 (N=364)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值
健康促進	夏季 4.29	2.92	1.311	1	1.311	.155	.694
	冬季 4.32	2.85					
專業技能	夏季 4.16	2.82	12.463	1	12.463	1.608	.206
	冬季 4.24	2.64					
社交動機	夏季 4.13	2.29	35.450	1	35.450	7.104	.008*
	冬季 4.32	2.01					
自我實現	夏季 4.18	1.67	6.617E-03	1	6.617E-03	.002	.961
	冬季 4.17	1.57					

*P<.05

(四) 區域選擇：

表 4-54 為不同區域選擇在參與動機之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-54 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同區域選擇的潛水假期參與者在參與動機方面有顯著差異(Wilk's Λ =.918, P<.05)。由表 4-55 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同區域選擇在參與動機四項因素中，「專業技能」、「社交動機」皆沒有顯著差異存在(P>.05)；僅在「健康促進」、「自我實現」層面差異皆達顯著水準(P<.05)，顯示在「健康促進」層面東海岸(台東、綠島、蘭嶼)高於墾丁及東北角；在「自我實現」層面東海岸(台東、綠島、蘭嶼)高於墾丁。

表 4-54 不同區域選擇在參與動機之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
區域選擇	.918	1.934	16.000	1088.236	.015*

*P<.05

4-55 不同區域選擇在參與動機之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
健康促進	144.651	4	36.163	4.449	.002*	1>2,3
專業技能	64.275	4	16.069	2.095	.081	
社交動機	34.278	4	8.570	1.702	.149	
自我實現	36.287	4	9.072	3.448	.009*	1>2

*P<.05

備註：1：東海岸(台東、綠島、蘭嶼)；2：墾丁；3：東北角；
4：澎湖地區；5：其他

(五) 參與目的：

表 4-56 為不同參與目的在參與動機之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-56 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同參與目的的參與者在參與動機方面有顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .924$, $P < .05$)。由表 4-57 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同參與目的在參與動機四項因素中，「專業技能」、「社交動機」、「自我實現」皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)；僅在「健康促進」層面差異達顯著水準 ($P < .05$)。

表 4-56 不同參與目的在參與動機之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
參與目的	.924	1.773	16.000	1088.236	.030*

* $P < .05$

4-57 不同參與目的在參與動機之單變量變異數分析摘要表 (N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
健康促進	88.245	4	22.061	2.662	.032*	
專業技能	67.062	4	16.765	2.188	.070	
社交動機	30.570	4	7.642	1.515	.197	
自我實現	8.677	4	2.169	.801	.525	

* $P < .05$

備註：

- 1：證照為主，觀光渡假其次；
- 2：觀光渡假為主，證照其次；
- 3：潛水為主，觀光渡假其次；
- 4：觀光渡假為主，潛水其次；
- 5：其他

二、不同參與行為在期望之差異性考驗

(一)參與次數：

表 4-58 為不同參與次數在期望之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-58 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同參與次數的潛水假期參與者在期望方面無顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .992$, $P > .05$)。由表 4-59 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同參與次數在期望二項因素中，「行程規劃」、「專業能力」皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-58 不同參與次數在期望之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
參與次數	.992	1.514	2.000	361.000	.221

* $P < .05$

4-59 不同參與次數在期望之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值
行程規劃	低頻率	4.42	1.747	1	1.747	.142	.707
	高頻率	4.39					
專業能力	低頻率	4.32	4.036	1	4.036	.946	.331
	高頻率	4.40					

* $P < .05$

(二)參與天數：

表 4-60 為不同參與天數在期望之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-60 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同參與天數的潛水假期參與者

在期望方面無顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .999$, $P > .05$)。由表 4-61 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同參與天數在期望二項因素中，「行程規劃」、「專業能力」皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-60 不同參與天數偏好在期望之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
天數偏好	.999	.262	2.000	361.000	.770

* $P < .05$

4-61 不同參與天數在期望之單變量變異數分析摘要表 (N=364)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	
行程規劃	1-4天	4.43	3.26	4.973	1	4.973	.404	.525
	5天以上	4.40	3.95					
專業能力	1-4天	4.35	2.00	2.029	1	2.029	.475	.491
	5天以上	4.31	2.20					

* $P < .05$

(三)：季節偏好

表 4-62 為不同季節偏好在期望之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-62 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同季節偏好的潛水假期參與者在期望方面無顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .988$, $P > .05$)。由表 4-63 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同季節偏好在期望二項因素中，「專業能力」沒有顯著差異存在 ($P > .05$)；「行程規劃」有顯著差異存在 ($P < .05$)，顯示冬季高於夏季。

表 4-62 不同季節偏好在期望之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
季節偏好	.988	2.219	2.000	361.000	.110

*P<.05

4-63 不同季節偏好在期望之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值
行程規劃	夏季 4.39	3.52	49.685	1	49.685	4.079	.044*
	冬季 4.52	3.37					
專業能力	夏季 4.31	2.07	14.136	1	14.136	3.335	.069
	冬季 4.43	2.00					

*P<.05

(四)：區域選擇

表 4-64 為不同區域選擇在期望之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-64 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同區域選擇的潛水假期參與者在期望方面有顯著差異(Wilk's Λ =.917, P<.05)。由表 4-65 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同區域選擇在期望二項因素中，「專業能力」沒有顯著差異存在(P>.05)；「行程規劃」有顯著差異存在(P<.05)，顯示東北角高於其他區域。

表 4-64 不同區域選擇在期望之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
區域選擇	.917	3.949	8.000	716.000	.000*

*P<.05

4-65 不同區域選擇在期望之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
行程規劃	188.858	4	47.214	3.969	.004*	3>5
專業能力	25.184	4	6.296	1.484	.207	

*P<.05

備註：1：東海岸(台東、綠島、蘭嶼)；2：墾丁；3：東北角；
4：澎湖地區；5：其他

(五)參與目的：

表 4-66 為不同參與目的在期望之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-66 多變量變異數分析摘要表中，可以得知參與目的的潛水假期參與者在期望方面無顯著差異(Wilk's Λ =.976, $P>.05$)。由表 4-67 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同參與目的在期望二項因素中，「行程規劃」、「專業能力」皆無顯著差異存在($P>.05$)。

表 4-66 不同參與目的在期望之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
參與目的	.976	1.098	8.000	716.000	.362

*P<.05

4-67 不同參與目的在期望之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
行程規劃	14.247	4	3.562	.288	.886	
專業能力	7.481	4	1.870	.436	.783	

*P<.05

備註：

- 1：證照為主，觀光渡假其次；2：觀光渡假為主，證照其次；
3：潛水為主，觀光渡假其次；4：觀光渡假為主，潛水其次；
5：其他

三、不同參與行為在滿意度之差異性考驗

(一)參與次數：

表 4-68 為不同參與次數在滿意度之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-68 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同參與次數的參與者在滿意度方面無顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .998$, $P > .05$)。由表 4-69 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同參與次數在「整體服務品質」、「心靈體驗」中皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-68 不同參與次數在滿意度之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
參與次數	.998	.448	2.000	361.000	.639

* $P < .05$

4-69 不同參與次數在滿意度之單變量變異數分析摘要表 (N=364)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值
整體服務品質	低頻率 4.30	3.71	11.425	1	11.425	.845	.359
	高頻率 4.38	3.46					
心靈體驗	低頻率 4.32	2.58	4.886	1	4.886	.728	.394
	高頻率 4.40	2.67					

* $P < .05$

(二) 天數偏好：

表 4-70 為不同天數偏好在滿意度之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-70 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同天數偏好的參與者在滿意度方面無顯著差異 (Wilk' s Λ = .998, $P > .05$)。由表 4-71 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同天數偏好在滿意度二項因素中，「整體服務品質」、「心靈體驗」皆沒有顯著差異存在 ($P > .05$)。

表 4-70 不同天數偏好在滿意度之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk' s Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
天數偏好	.998	.386	2.000	361.000	.680

* $P < .05$

4-71 不同參與天數在滿意度之單變量變異數分析摘要表 (N=364)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	
整體服務品質	1-4天	4.30	3.65	5.148	1	5.148	.380	.538
	5天以上	4.34	3.74					
心靈體驗	1-4天	4.33	2.62	2.978E-02	1	2.978E-02	.004	.947
	5天以上	4.34	2.53					

* $P < .05$

(三) 季節偏好：

表 4-72 為不同季節偏好在滿意度之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-72 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同天數偏好的參與者在滿意度方面有顯著差異 (Wilk' s Λ = .964, $P < .05$)。由表 4-73 之單

變量變異數分析摘要表顯示，不同季節偏好在滿意度二項因素中，「整體服務品質」、「心靈體驗」皆有顯著差異存在 ($P < .05$)。顯示在「整體服務品質」中冬季高於夏季 ($M = 4.50 > 4.26$)；「心靈體驗」中冬季高於夏季 ($M = 4.50 > 4.29$)。

表 4-72 不同季節偏好在滿意度之多變量變異數分析摘要表 (N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
季節偏好	.961	7.293	2.000	361.000	.001*

* $P < .05$

4-73 不同季節偏好在滿意度之單變量變異數分析摘要表 (N=364)

變異來源	平均值	標準差	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	
整體服務品質	夏季	4.26	3.61	184.054	1	184.054	14.104	<.001*
	冬季	4.50	3.62					
心靈體驗	夏季	4.29	2.52	71.686	1	71.686	10.980	.001*
	冬季	4.50	2.67					

* $P < .05$

(四) 區域選擇：

表 4-74 為不同區域選擇在滿意度之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-74 多變量變異數分析摘要表中，可以得知不同區域選擇的參與者在滿意度方面無顯著差異 (Wilk's $\Lambda = .964$, $P > .05$)。由表 4-75 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同區域選擇在滿意度二項因素中皆無顯著差異存在 ($P < .05$)。

表 4-74 不同區域選擇在滿意度之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
區域選擇	.964	1.638	8.000	716.000	.110

*P<.05

4-75 不同區域選擇在滿意度之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
整體服務品質	75.271	4	18.818	1.398	.234	
心靈體驗	35.692	4	8.923	1.335	.256	

*P<.05

備註：1：東海岸(台東、綠島、蘭嶼)；2：墾丁；3：東北角；
4：澎湖地區；5：其他

(五) 參與目的：

表 4-76 為不同參與目的在滿意度之多變量變異數分析摘要表。經單因子多變量變異數分析結果，由 4-76 多變量變異數分析摘要表中，可以得知參與目的參與者在滿意度方面無顯著差異(Wilk's Λ =.991, $P>.05$)。由表 4-77 之單變量變異數分析摘要表顯示，不同參與目的在滿意度二項因素中皆無顯著差異存在($P>.05$)。

表 4-76 不同參與目的在滿意度之多變量變異數分析摘要表(N=364)

效應項	Wilk's Λ	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	P 值
參與目的	.991	.414	8.000	716.000	.913

*P<.05

4-77 不同參與目的在滿意度之單變量變異數分析摘要表(N=364)

變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	P 值	事後比較
整體服務品質	20.244	4	5.061	.372	.829	
心靈體驗	20.153	4	5.038	.749	.559	

*P<.05

備註：

- 1：證照為主，觀光渡假其次；2：觀光渡假為主，證照其次；
 3：潛水為主，觀光渡假其次；4：觀光渡假為主，潛水其次；
 5：其他

第五節 參與動機與期望的相關分析

本研究運用 Pearson 積差相關分析，檢驗參與動機與期望之間的關聯性。表 4-72 積差相關係數中，可以得知參與動機因素與期望因素之間具有顯著正相關。在參與動機層面中，「健康促進」、「專業技能」、「社交動機」與兩個期望因素「行程規劃」、「專業能力」有顯著正相關；僅「自我實現」的參與動機與「行程規劃」期望因素無顯著相關；但「自我實現」的參與動機與「專業能力」期望因素有顯著正相關。

表 4-78 遊客參與動機與期望積差相關分析摘要表

	健康促進	專業技能	社交動機	自我實現	行程規劃	專業能力
健康促進	1.000					
專業技能	.361**	1.000				
社交動機	.526**	.369**	1.000			
自我實現	.466**	.381**	.411**	1.000		
行程規劃	.158**	.144**	.178**	.065	1.000	
專業能力	.169**	.175**	.180**	.103*	.687**	1.000

*P<.05 **P<.01

第六節 參與動機及期望對滿意度之預測

本節主要以逐步多元迴歸統計分析參與動機與期望對滿意度之預測。表 4-79 是潛水假期參與動機、期望與滿意度之相關矩陣，顯示參與動機、期望與滿意度的相關皆達顯著相關。

表 4-79 潛水假期參與動機、期望與滿意度之相關矩陣(N=364)

變項	參與動機	期望	滿意度
參與動機總分	1.000		
期望總分	.215**	1.000	
滿意度總分	.329**	.387**	1.000

*P<.05 **P<.01

表 4-80 是潛水假期參與動機、期望預測滿意度之多元逐步迴歸分析摘要表，由表 4-80 的分析結果顯示：在預測變項中，參與動機 ($F=48.740$ ， $P<.05$)與期望 ($F=63.602$ ， $P<.05$)達顯著水準。多元相關係數為 .461，亦即表示二個變項能聯合預測「滿意度」達 21.3%的變異量。

就個別的解釋量來看，可預測「參與動機」可解釋的變異量為 14.9%，「期望」其解釋量為 6.4%。

表 4-80 潛水假期參與動機、期望預測滿意度之多元逐步迴歸分析摘要表

投入變項順序	R	R ²	R ² 增加量	F 值	標準化迴歸係數	P 值
期望總分	.387	.149	.149	63.602	.331	<.001***
參與動機總分	.461	.213	.063	48.740	.257	<.001***

*** $P<.001$

標準化迴歸公式為：

$$\text{滿意度} = .257 \times \text{參與動機} + .331 \times \text{期望}$$

對參與潛水假期「滿意度」的預測，以「參與動機」層面的預測力最佳，其次為「期望」層面，根據其結果顯示當潛水假期參與者強調「參與動機」或具有較高的參與動機取向特質，則容易體驗到「滿意度」的潛水假期樂趣。

根據上述研究分析結果，整理出研究變項間因果關係影響路徑圖，如圖 4-1。

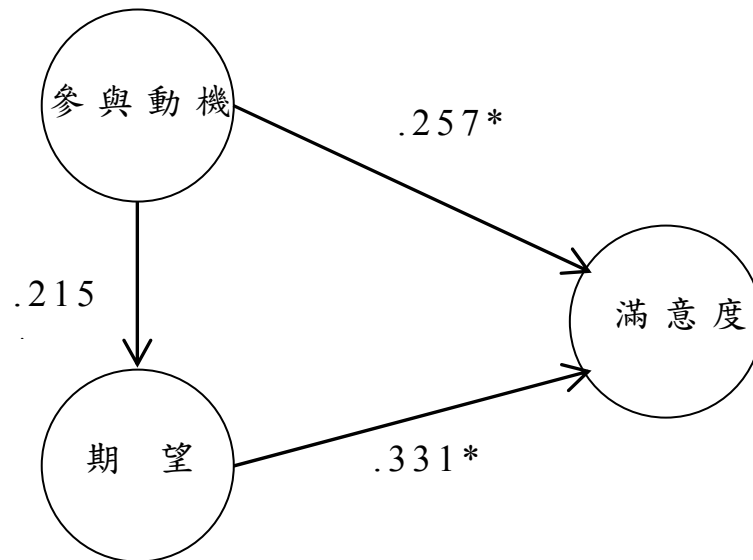


圖 4-1 潛水假期參與動機、期望與滿意度分析徑路圖

由以上徑路圖路徑係數可以看出：在對潛水假期滿意度影響的路徑中，參與動機對滿意度的標準化迴歸係數為.257，有顯著影響 ($P < .05$)；期望對滿意度的標準化迴歸係數為.331，有顯著影響 ($P < .05$)；參與動機與期望之間有顯著關係 ($P < .05$)，其積差相關係數為.215。

第七節 討論

茲就國內運動觀光潛水假期現況及參與者動機、期望與滿意度差異程度及相關來摘要說明本研究所獲得的結果。

一、潛水假期發展現況

由本研究國內潛水假期的人口分佈中，仍以 30-49 歲的男性，大專程度以上學歷居多；在平均月收入方面，以 25001-35000 元居多；在職業方面，以從事服務業居多；在潛水資歷方面，以潛水氣瓶「10 支(含)以下」居多。平均每年參加次數以「5 次(含)以下」居多(低頻率)，大多都喜好參加「1-4 天」假期，；特別是選擇在「4-9 月」(夏季)從事潛水假期居多；參與區域偏好在「墾丁」；參與目的以「潛水運動為主，觀光度假其次」居多。上述資料整理如表 4-81 潛水假期人口背景變項及參與行為分析摘要表。

表 4-81 潛水假期人口背景變項及參與行為分析摘要表

變項	項目	人口百分比
性別	男性	63.2%
年齡	30-49 歲	51.9%
教育程度	大學	41.2%
平均月收入	25001-35000 元	30.8%
職業	服務業	33.2%
	資訊科技業	22.8%
潛水資歷	10 支(含)以下	35.4%
參與次數	5 次(含)以下(低頻率)	87.9%
天數偏好	1-4 天	65.9%
季節偏好	4-9 月(夏季)	77.5%
地點偏好	墾丁區域	51.9%
參與目的	潛水運動為主，觀光度假其次	40.9%

二、不同人口背景變項在參與動機、期望與滿意度之差異性考驗研究結果整理

潛水假期男性參與者在「整體服務品質」的參與滿意度顯著高於女性；不同性別、年齡、教育程度、平均月收入、職業在參與動機上均無顯著差異；不同潛水資歷在「健康促進」及「社交動機」兩項參與動機構面有顯著差異；另外，不同人口背景變項在期望上並無顯著差異。由此可推論，不同社經背景地位的人對於潛水假期的參與動機有不同的需求，但對於期望持有一致性的看法。研究結果整理如表 4-82：

表 4-82 人口背景變項參與動機、期望與滿意度之差異性考驗研究結果整理

人口背景變項	參與動機	期 望	滿 意 度
性 別	不顯著	不顯著	整體服務品質* 男性>女性
年 齡	不顯著	不顯著	不顯著
教育程度	不顯著	不顯著	不顯著
平均月收入	不顯著	不顯著	不顯著
職 業	不顯著	不顯著	不顯著
潛水資歷	健康促進* 社交動機*	不顯著	不顯著

根據本研究顯示，運動觀光潛水假期參與者的動機因素包含：「健康促進」、「專業技能」、「社交動機」、「自我實現」等四個因素，反應出動機是首先涉及人類想要滿足的需求，其次動機是促使人們採取行動的一種動力，與林靈宏的理論獲得支持(林靈宏，2000)。本研究中四個動機與薛明敏將觀光動機分為七種的部分動機理論相呼應：(一)放鬆心情、逃

避現實的動機、(二)探索的動機、(三)健康的動機、(四)支配事物的動機、(五)追求自尊的動機、(六)學習的動機、(七)社交的動機(薛明敏，1993)。

三、不同參與行為在參與動機、期望與滿意度之差異性考驗 研究結果整理

本研究顯示，不同參與次數在「專業技能」的參與動機有顯著差異；不同季節偏好在「社交動機」的參與動機有顯著差異，且冬季顯著高於夏季；不同區域選擇在「健康促進」及「自我實現」的參與動機有顯著差異；不同參與天數偏好在「健康促進」及「社交動機」的參與動機有顯著差異；不同參與目的在「健康促進」的參與動機有顯著差異。因此不同參與行為有不同的參與動機差異，此點與「動機-行為」是心理學中的一種因果律相呼應(張春興，2000)。在期望方面，不同參與次數、季節偏好、天數偏好及參與目的在期望上均無顯著差異。僅有不同區域選擇對於期望因素有達顯著差異，且冬季顯著高於夏季。在滿意度方面，不同參與次數、區域選擇、參與天數偏好及參與目的在滿意度上均無顯著差異；僅有不同季節偏好對於滿意度有顯著差異，顯示在冬季參與潛水假期會有高於夏季的顯著差異。研究結果整理如表4-83：

表 4-83 參與行為在參與動機、期望與滿意度之差異性考驗研究結果整理

參與行為	參與動機	期望	滿意度
參與次數	專業技能*	不顯著	不顯著
季節偏好	社交動機* (冬季>夏季)	不顯著	整體服務品質* 心靈體驗* (冬季>夏季)
區域選擇	健康促進* 自我實現* (東海岸>墾丁, 東北角)	行程規劃* (東北角>其他)	不顯著
天數偏好	健康促進* 社交動機*	不顯著	不顯著
參與目的	健康促進*	不顯著	不顯著

四、參與動機與期望的相關討論

本研究顯示，在參與動機層面中，「健康促進」、「專業技能」、「社交動機」與兩個期望因素「行程規劃」、「專業能力」有顯著正相關；僅「自我實現」的參與動機與「行程規劃」期望因素無顯著相關；但「自我實現」的參與動機與「專業能力」期望因素有顯著相關。顯示參與動機的因素成份對行程的期望值有絕對的正相關。

五、參與動機及期望對滿意度之預測討論

依據逐步多元迴歸統計分析參與動機與期望對滿意度之預測，參與動機對滿意度的標準化迴歸係數為.257，有顯著影響；期望對滿意度的標準化迴歸係數為.324，有顯著影響；參與動機與期望之間有顯著正相關，其積差相關係數為.215。標準化迴歸公式為：滿意度=.257×參與動機+.331×期望。

第五章 結論與建議

本章依據前面資料分析及說明，探討潛水假期參與者之動機、期望與滿意度程度之差異性予以整理歸納，並提出相關結論與建議。

第一節 結論

依據結果分析，提出以下結論。

一、潛水假期人口組成結構

由本研究中，人口的性別分佈中，仍以男性居多，佔 63.2%；在年齡方面，以 30-49 歲 189 人居多，佔 51.9%；在教育程度方面，以大學居多，佔 41.2%；在平均月收入方面，以 25001-35000 元居多，佔 30.8%；在職業方面，以從事服務業居多，佔 33.2%；在潛水資歷方面，以潛水氣瓶「10 支(含)以下」居多，佔 35.4%。

二、潛水假期參與者的參與行為特徵

本研究中，參與行為特徵分為每年參與潛水假期的次數、參加天數偏好、參加月份偏好、區域選擇、參與目的。依據有效樣本結果分析，潛水假期參與者平均每年參加「5 次(含)以下」居多，佔 87.9%；偏好參加「1-4 天」假期者居多，佔 65.9%；偏好在「4-9 月」(夏季)從事潛水假期居多，佔 77.5%；參與區域選擇在「墾丁區域」居多，佔 51.9%；參與目的以「潛水運動為主，觀光度假其次」居多，佔 40.9%。

三、不同人口背景變項在參與動機的假設驗證

H1-1：不同性別在參與動機有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同性別在參與動機無顯著差異存在，所以假設 H1-1 不成立。

H1-2：不同年齡在參與動機有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同年齡在參與動機無顯著差異存在，所以假設 H1-2 不成立。

H1-3：不同平均月收入在參與動機有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同平均月收入在參與動機無顯著差異存在，所以假設 H1-3 不成立。

H1-4：不同職業在參與動機有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同職業在參與動機無顯著差異存在，所以假設 H1-4 不成立。

H1-5：不同教育程度在參與動機有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同教育程度在參與動機無顯著差異存在，所以假設 H1-5 不成立。

H1-6：不同潛水資歷在參與動機有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同潛水資歷在參與動機在「健康促進」、「社交動機」構面有顯著差異，假設 H1-6 成立。

四、不同人口統計變項在參與期望的假設驗證

H2-1：不同性別在期望有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同性別在期望無顯著差異存在，所以假設 H2-1 不成立。

H2-2：不同年齡在期望有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同年齡在期望無顯著差異存在，所以

假設 H2-2 不成立。

H2-3：不同平均月收入在期望有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同平均月收入在期望無顯著差異存在，所以假設 H2-3 不成立。

H2-4：不同職業在期望有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同職業在期望無顯著差異存在，所以假設 H2-4 不成立。

H2-5：不同教育程度在期望有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同教育程度在期望無顯著差異存在，所以假設 H2-5 不成立。

H2-6：不同潛水資歷在期望有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同潛水資歷在期望無顯著差異存在，所以假設 H2-6 不成立。

五、不同人口統計變項在參與滿意度的假設驗證

H3-1：不同性別在滿意度有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同性別在參與滿意度有顯著差異，顯示男性在「整體服務品質」的滿意度上，顯著高於女性參與者，所以假設 H3-1 成立。

H3-2：不同年齡在滿意度有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同年齡在滿意度無顯著差異存在，所以假設 H3-2 不成立。

H3-3：不同收入在滿意度有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同收入在滿意度無顯著差異存在，所以假設 H3-3 不成立。

H3-4：不同職業在滿意度有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同職業在滿意度無顯著差異存在，所以假設 H3-4 不成立。

H3-5：不同教育程度在滿意度有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同教育程度在滿意度無顯著差異存在，所以假設 H3-5 不成立。

H3-6：不同潛水資歷在滿意度有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同潛水資歷在滿意度無顯著差異存在，所以假設 H3-6 不成立。

六、不同參與行為在參與動機的假設驗證

H4-1：不同年參與次數在參與動機有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同年參與次數僅在「專業技能」的參與動機有顯著差異；且高頻率組顯著高於低頻率組，所以假設 H4-1 成立。

H4-2：不同季節偏好在參與動機有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同季節偏好在「社交動機」的參與動機有顯著差異，且冬季顯著高於夏季，所以假設 H4-2 成立。

H4-3：不同區域選擇在參與動機有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同區域選擇在「健康促進」及「自我實現」的參與動機有顯著差異，顯示在「健康促進」中「東海岸(台東、綠島、蘭嶼)」顯著高於「墾丁」及「東北角」區域；在「自我實現」中「東海岸(台東、綠島、蘭嶼)」顯著高於「墾丁」，所以假設 H4-3 成立。

H4-4：不同天數喜好在參與動機有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同參與天數偏好在「健康促進」參與動機上有顯著差異，且「5 天以上」組顯著高於「1-4 天」組；

在「社交動機」的參與動機上有顯著差異，且「5 天以上」組顯著高於「1-4 天」組；所以假設 H4-4 成立。

H4-5：不同參與目的在參與動機有顯著差異。

根據研究結果顯示，不同參與目的在「健康促進」的參與動機有顯著差異，所以假設 H4-5 成立。

七、不同參與行為在期望假設驗證

H5-1：不同年參與次數在期望有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同年參與次數在期望無顯著差異存在，所以假設 H5-1 不成立。

H5-2：不同季節偏好在期望有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同季節偏好在期望無顯著差異存在，所以假設 H5-2 不成立。

H5-3：不同區域選擇在期望有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同區域選擇在期望的「行程規劃」有顯著差異存在，且「東北角」顯著高於「其他」區域，所以假設 H5-3 不成立。

H5-4：不同天數偏好在期望有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同天數偏好在期望無顯著差異存在，所以假設 H5-4 不成立。

H5-5：不同參與目的在期望有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同參與目的在期望無顯著差異存在，所以假設 H5-4 不成立。

八、不同參與行為在滿意度的假設驗證

H6-1：不同年參與次數在滿意度有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同年參與次數在滿意度無顯著差異存在，所以假設 H6-1 不成立。

H6-2：不同季節偏好在滿意度有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同季節偏好的參與行為對於滿意度有顯著差異。顯示在「整體服務品質」及「心靈體驗」的滿意度因素中均為冬季顯著高於夏季，所以假設 H6-2 成立。

H6-3：不同區域選擇在滿意度有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同區域選擇在滿意度無顯著差異存在，所以假設 H6-3 不成立。

H6-4：不同天數偏好在滿意度有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同天數偏好在滿意度無顯著差異存在，所以假設 H6-4 不成立。

H6-5：不同參與目的在滿意度有顯著差異。

根據分析結果顯示，不同參與目的在滿意度無顯著差異存在，所以假設 H6-4 不成立。

九、參與動機與期望的相關驗證

H7：參與動機與期望之間有顯著相關。

在本研究中，參與動機因素與期望因素之間具有顯著相關。在參與動機層面中，「健康促進」、「提昇專業技能」、「社交動機」與兩個期望因素「行程規劃」、「專業能力」有顯著相關；僅「自我實現」的參與動機與「行程規劃」期望因素無顯著相關；但「自我實現」的參與動機與「專業能力」期望因素有顯著相關。所以假設 H7 成立。

十、參與動機及期望對滿意度有預測力的驗證

H8：參與動機、期望能有效預測滿意度。

本研究中，依據多元逐步迴歸分析結果，參與動機對滿意度影響路徑的標準化迴歸係數為.257，有顯著影響($P<.05$)；期望對滿意度的標準化迴歸係數為.331，有顯著影響($P<.05$)；參與動機與期望之間有顯著關係($P<.05$)，其積差相關係數為.215。所以假設 H8 成立。

對於參與潛水假期「滿意度」的預測，以「參與動機」層面的預測力最佳，其次為「期望」層面，根據其結果顯示當潛水假期參與者強調「參與動機」或具有較高的參與動機取向特質，則容易體驗到「滿意度」的潛水假期樂趣。

第二節 建議

依據本研究所得之結果，分別提出對運動觀光相關產業、運動觀光參與者以及後續研究提出建議。

一、運動觀光相關產業

建議相關產業可注意以下消費市場去設計套裝行程：

(一)女性潛在消費者市場

依據相關文獻探討，潛水歸類為水域型冒險運動。根據本研究結果，女性佔人口比例 36.8%，顯示國內潛水旅遊市場女性消費者仍有很大的開發市場存在。

(二)依職業別訂定套裝行程

根據本研究結果顯示，服務業及資訊科技業共佔人口比例 56%，軍公教佔 11.5%；服務業及資訊科技業是否因為休假時間較彈性或其他因素有較高的參與意願，軍公教人員有固定週休二日，教職人員還有寒暑假甚至可參加較長天數的

潛水假期行程。

(三)訂定冬季潛水假期套裝行程

根據本研究結果顯示，雖然在夏季參與潛水假期的人口比例為 77.5%，但參與者在冬季的參與動機(社交動機構面)及滿意度(整體服務品質構面、心靈體驗構面)均高於夏季，如何吸引消費者在冬季參與，並且在參與後獲得滿意以建立口碑行銷，是一項值得注意的市場區塊。

(四)初學者進階課程相關行程

根據本研究結果顯示，潛水資歷在「10支以下」氣瓶者居多，佔 35.54%，顯示參與者為初學者或預備進階者佔將近四成的比例，如何透過套裝行程吸引更多初學者研習進階課程是值得注意的潛在市場。

(五)潛水地點與觀光資源結合

根據本研究結果顯示，偏好在墾丁區域參與潛水假期佔人口比例 51.9%，墾丁區域廣受喜好的魅力何在？是因為當地的觀光資源較豐富或潛點的自然景觀較吸引人，是值得再去思考的方向。

二、運動觀光參與者

運動觀光活動的選擇性很廣泛，有觀賞性、有實際參與性、有冒險性、有休閒性...，無論是運動假期或是假期運動的參與，運動觀光參與者必須體認自身的需求、動機以及消費能力，選擇自己喜好的運動，透過自助旅行規劃或選擇相關業者的國內外行程都可達到運動觀光目的。

三、未來研究

本研究因研究者時間及能力限制，僅就潛水假期參與者做為研究對象。潛水假期參與者的人格特質可再行探究，另外調

查消費者對於相關行程的產品價格、產品通路來源、消費者對配套措施的需求...等亦是研究參考方向。運動觀光市場範疇很廣大，且有其研究價值存在，建議未來可擴大研究範圍及推論到其他運動項目，透過相關研究給予產、官、學界相關建議，擬定行銷策略聯合將國內運動觀光市場推向國際舞台。

參考文獻

一、中文部份

- 方信淵(1998):公立大學游泳池對外開放顧客滿意度之比較研究。國立台灣師範大學體育研究所碩士論文。未出版。台北。
- 中華民國遊憩學會(1997)。台灣潛在生態觀光及冒險旅遊產品研究與調查。交通部觀光局。
- 王彬如(1995)。遊憩體驗歷程之探討分析—以環島鐵路花蓮二日遊為例。私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。未出版。台北。
- 交通部觀光局(1996)。澎湖潛水訓練中心可行性研究及規劃報告書。澎湖國家風景區管理處。
- 江中皓(2001)。運動觀光高爾夫假期遊客參與動機與滿意度之研究。國立體育學院體育研究所碩士論文。未出版。桃園縣。
- 杜淑芬譯(1998)。休閒遊憩事業的企業化經營。台北市：桂魯有限公司。
- 李明儒、陳元陽、陳宏斌(2003)。休閒潛水者的風險管理之研究。戶外遊憩研究, 16(2), 49-67。
- 林忠正(2003)。由泰雅族祖靈祭發展文化觀光之可行性研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。未出版。台中縣。
- 林高正(2004)。休閒水肺潛水。國立體育學院教練研究所碩士論文。未出版。桃園。
- 林靈宏(2000)。消費者行為學。台北市：五南圖書出版有限

公司。

- 余幸娟(2000)。宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究—以台南南鯤鯓代天府為例。私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。未出版。台北。
- 尚憶薇(2001)。運動活動與休閒觀光產業之結合。大專體育，54，77-81。
- 馬上閔(2001)。運動賽會參與者對承辦單位觀光服務需求與滿意度之調查研究—以民國九十年全國大專院校運動會為例。國立體育學院體育研究所碩士論文。未出版。桃園。
- 馬上閔(2001)。運動賽會之調查研究。國立台灣體育學院學報，9期。
- 高俊雄 a(1993)。休閒參與體驗形成之分析。戶外遊憩研究，6(4)，1-29。
- 高俊雄 b(2003)。運動觀光之規劃與發展。國民體育季刊，32(3)，7-11。
- 柯宜君(2000)。消費者認知之產品品質、服務品質及價格對滿意度及忠誠度之影響—於三種有形性比重不同服務業之比較，國立政治大學企業管理系碩士論文。未出版。台北。
- 曹勝雄(2001)。觀光行銷學。台北市：揚智文化。
- 陳水源(1989)。遊客遊憩需求與遊憩體驗之研究，戶外遊憩研究，1(3)，19。
- 陳思倫、歐聖榮、林連聰(2001)。休閒遊憩概論。台北市：世新大學出版中心。
- 陳秀華(1992)。健康適能俱樂部會員消費者行為之研究。國

- 立體育學院體育研究所碩士論文。未出版。桃園。
- 黃宗成、黃躍雯、余幸娟(1990)。宗教觀光客旅遊動機、期望、滿意度關係之研究。戶外遊憩研究，13(3)，23-48。
- 湯擷嘉(2003)。運動觀賞者對出國觀賞運動的旅遊需求、動機及期望之研究。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。未出版。台北市。
- 張永仁、劉喜臨、李雅萍(1997)。休閒觀光產業。台北市：田園城市文化。
- 張春興(2000)。張氏心理學辭典。台北市：東華書局。
- 葉書銘(2001)。Hot!潛水。台北市：太雅出版有限公司。
- 澎湖國家風景區管理處(1996)。澎湖潛水訓練中心可行性研究規劃報告書。交通部觀光局。
- 鄭順聰(2001)。台北市YMCA游泳訓練班消費行為之研究。國立體育學院論叢，12(1)，175-188。
- 劉修祥譯(2001)。Mark Orams 著。海洋觀光發展影響與管理。台北市：桂魯有限公司。
- 劉純(2001)。旅遊心理學。台北市：揚智文化。
- 顏文甄(2001)。遊客對玉山國家公園服務品質滿意度之研究。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。未出版。台北市。
- 謝淑芬(1994)。觀光心理學。台北市：五南圖書出版有限公司。
- 薛明敏(1993)。觀光概論。台北市：明敏餐旅管理顧問公司。
- 蘇焉(1999)。浮潛海中天。台北縣：大地地理出版事業股份有限公司。
- 二、外文部分

- Fluker, M.R., & Turner, L.W. (2000). Needs, Motivations, and expectations of a commercial whitewater rafting experience. *Journal of Travel Research*, 38(4), 380-389.
- Gibson, H.J. (1999). *Sport tourism: The rules of the game*. *Parks & Recreation*, 34(6), 36-44.
- Kurtzman, J. & Zauhar, J. (1997). A Wave in Time—The Sports Tourism Phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 4(2), 5-20.
- McDonald, M.A., Milne, G.R., & Hong, J.B. (2002). Motivational factors for evaluating sport spectator and participant markets. *Sport Marketing Quarterly*, 11(2), 100-113.
- Shoham, A., Rose G., and Kahle, L.R. (1998). *Marketing of risky of sport: From intention to action*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(4), 307-321.
- Standeven, J. & De Knop, P.D. (1999). *Sport Tourism*. Canada: Human Kinetics. Special interest tourism. 141-158.

三、網路部份

世界觀光組織 (2007)。 *Facts & Figures*。上網日期：

2007/05/15。資料來源：

http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/barometer_february_07_e.pdf

交通部觀光局 (2007)。 *中華民國九十四年國人旅遊狀況調查*。上網

日期：2007/05/15。資料來源：

<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/File/200512/94國人中摘.htm>

行政院體育委員會網站 (2007)。 *出版品暨研究統計*。上網日

期：2007/04/17。資料來源：

<http://www.ncpfs.gov.tw/publication/publication2.aspx>