

國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班
碩士學位論文

運動賽會參與者參與行為、態度與經濟
效益評估—以 2009 年全國運動會為例
EVALUATION ON SPORT EVENT
PARTICIPANTS' BEHAVIOR, ATTITUDE AND
ECONOMIC BENEFITS—AN EXAMPLE OF
2009 NATIONAL ATHLETIC GAMES



研究生：陳志崑
指導教授：王慶堂

中華民國九十九年六月

論文名稱：運動賽會參與者參與行為、態度與經濟效益評估——以 2009 年全國運動會為例

總頁數：76 頁

院校所組別：國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班

畢業時間及提要別：九十八學年度第二學期碩士學位論文

研究生：陳志崑

指導教授：王慶堂 博士

中文摘要

本研究主要目的在於瞭解 2009 年全國運動會參與者的參與特性和對於主辦城市觀感態度，並透過參與者實際消費情形推估 2009 年全國運動會經濟效益。以 2009 年 10 月 24 日至 29 日賽會舉辦期間進行問卷調查，以比賽現場參賽隊職員、本地觀眾及外縣市觀眾為研究對象，共計發放 512 份問卷，回收有效問卷 420 份，有效回收率為 82%，並以描述性統計、ANOVA 進行統計分析，經分析與討論後得到以下結論：

- 一、參與特性方面，參與者以男性居多、年齡分布為 16 至 20 歲、職業以學生為主，參賽隊職員停留天數為 5 日約與賽會舉辦天數相同，消費項目以餐飲、住宿、交通為主；外縣市觀眾以來自臨近縣市且當天往返，參與周邊文化活動及景點觀光的比例較高。
- 二、賽會觀感態度方面，不同身分參與者對賽會態度、籌辦態度、企業贊助態度有顯著差異。
- 三、經濟影響方面，參賽隊職員平均每日花費 2,288.11 元、本地觀眾 1,128.71 元、外縣市觀眾 2,044.56 元，整體而言每人每日平均消費值為 1,820.46 元。

關鍵字：全國運動會、經濟效益

Title of thesis: Evaluation on Sport Event Participants' Behavior, Attitude and Economic Benefits—An Example of 2009 National Athletic Game

Name of Institute: Graduate Institute of Sport Management

Graduate date: June 2010

Degree Conferred: M.P.E

Name of student: Chen, Chin-Kun

Adviser: Wang, Ching-Tang Ph.D

Abstract

The purpose of this study is to examine the 2009 National Athletic Games participants' characteristic and their impression toward host city, and to estimate the economic benefit through participants' actual consumption situation. The main research objects are the participants and spectators of 2009 Athletic Games during the week of October 24-29. The method of this research was questionnaire inquiry, and the total questionnaires issued out to were 512, of which 420 effective questionnaires returned. After data collection, statistics, chi-square test were utilized to analyze the data. The findings were as the followings:

1. In participative characteristics, male participants are more than female and most of them are students, aged 16-20. Competitors or team staffs stay five days as the same as Athletic Games. Dining, accommodation and commutation are main expenditure items. Spectators coming from other counties near host city have a high proportion of participating cultural activities and sightseeing in their one-day trip.
2. As to the attitude of spectator for competition, different participants lead to a significant difference on the attitudes toward competition and sponsorship.
3. As to the economic influence, participants' average expenses were NT \$2,288.11 per day, local spectators' were NT \$1,128.71 per day and some coming from other areas were NT \$2,044.56 per day. Overall, the average expenses were NT\$1,820.46 per day.

Keywords : National Athletic Games 、 economic benefit

謝 誌

首先感謝指導教授王慶堂老師對於論文研究的教導，以及口試委員洪榮聰教授、張良漢教授所提出的寶貴建議讓論文的研究方向能夠更加完善。另外，還有研究所同學，永助學長、宗雄學長、佳翎學姊、郁雅學妹等夥伴，除了在課業方面對我的督促及幫助之外，在日常生活上也是亦師亦友的照顧，這些點點滴滴都讓我在心中有無限感激。

俗語說的好「一個小有成就的男人背後一定有個偉大的女性！」，我也不例外，因為平日上班，星期六、日要上研究所的課，不免讓老婆一肩挑起家務事，另外，碩一升碩二那年暑假也生了一個寶貝兒子，在我修業期間老婆更是協助我，並鼓勵我完成學業，真是辛苦她了，畢業後應該好好犒賞一下老婆。

感謝體育組的夥伴們，福生主任、聰銘組長、錫榕老師、俊佑學長、鍵銓學弟不忘幫我加油打氣，尤其我們三個都同時在讀研究所，在最後階段互相督促求論文進度是很好的經驗，大家也都如願完成了，謝謝你們。

最後，感謝親愛的父母和姐姐、哥哥，有你們當堅固的後盾才能夠支持我完成想要做的事，只是不捨奶奶在我結束課業前，離開了我們，讓我們留下沒能及時行孝道的遺憾。

「終於要畢業了！」講這句話的心情有高興、有不捨…回首過去大家在研究所一起研究或玩樂時是多麼融洽，心裡有說不完感激，就讓這一切短短的記錄在論文謝誌裡，謝謝你們。

志崑 謹誌

2010 June.

目 錄

中文摘要	I
英文摘要	II
謝 誌	III
目 錄	IV
表目錄	VI
圖目錄	VIII
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	3
第四節 研究範圍	3
第五節 研究限制	4
第六節 名詞解釋及操作性定義	4
第貳章 文獻探討	7
第一節 參與行為理論與相關研究	7
第二節 運動賽會之效益	10
第三節 運動賽會效益評估理論與研究	17
第四節 運動賽會之經濟影響	19
第五節 全國運動會歷史沿革	26
第六節 本章小結	28
第參章 研究方法	29
第一節 研究架構	29
第二節 研究流程	30
第三節 研究對象	31
第四節 研究工具	31

第五節 資料處理	34
第肆章 結果與討論	35
第一節 人口變項之敘述統計分析	35
第二節 運動賽會參與特性之敘述統計分析	42
第三節 參與者對運動賽會觀感態度分析	52
第四節 經濟效益評估	58
第伍章 結論與建議	63
第一節 研究發現	63
第二節 結論	64
第三節 建議	64
參考文獻	67
一、中文文獻	67
二、外文文獻	71
附錄	74

表目錄

表 2-1 運動賽會效益表	15
表 2-2 歷屆全國運動會參賽選手概況表	27
表 4-1 受訪參與者性別分析表	36
表 4-2 受訪者年齡分析表	36
表 4-3 受訪者教育程度分析表	37
表 4-4 受訪者職業分析表	38
表 4-5 受訪者個人月所得分析表	39
表 4-6 每月個人之運動休閒支出分析表	39
表 4-7 婚姻狀況分析表	40
表 4-8 受訪者身分組成分析表	42
表 4-9 參賽隊職員與外縣市觀眾組成分析表	43
表 4-10 受訪者同伴人數分析	44
表 4-11 各類受訪者同伴身份分析表	45
表 4-12 受訪者活動資訊來源分析表	46
表 4-13 受訪者停留天數分析表	47
表 4-14 贊助廠商之廣告物辨識分析表	48
表 4-15 受訪者於台中市觀光景點分析表	49
表 4-16 受訪者觀光景點排序分析表	50
表 4-17 受訪者目的分析表	52
表 4-18 受訪者未來三個月是否會來台中市分析表	52
表 4-19 受訪者對台中市印象分析表	53
表 4-20 受訪者對台中市服務與建設看法分析表	53
表 4-21 參與者運動賽會觀感態度之描述統計摘要表	55
表 4-22 不同身分參與者對運動賽會觀感態度之單因子變異數分析摘要表	56
表 4-23 參與者平均每日花費分析表	59

表 4-24 參賽隊職員總餐飲費推算表	60
表 4-25 不同身分參與者之各項消費總金額分析表	61
表 4-26 每人平均總消費金額估算表	61

圖目錄

圖 2-1 全國運動會產業分析模式圖	10
圖 2-2 運動賽會效益分類圖	16
圖 2-3 全國運動會歷史沿革	26
圖 3-1 研究架構圖	29
圖 3-2 研究流程圖	30

第壹章 緒論

2008 年全球經濟不景氣，但卻還有一種休閒產業正蓬勃發展，那就是運動兼具節能的腳踏車產業，蘊含著未來運動產業發展契機，隨著休閒觀念的改變以及健康意識抬頭，運動的重要性已受到民眾所認同，隨著運動參與人口的增加，也帶動運動產業蓬勃發展並帶來可觀的經濟效益。黃郁雅（2009）亦指出在舉辦賽會期間經濟影響方面，參與者平均總消費為 5556.75 元，經投入產出分析後發現所創造經濟效益為 2.3 倍。可見運動賽會，不僅可以替主辦國家增加在世界的曝光度及能見度，也替主辦國家或城市帶來龐大的觀光收益（黃金柱，2006）。

以運動產業指標美國而言，經美國運動商業期刊 (Street & Smith Sports Business Journal, SBJ) 推估美國 2001 年之運動商業產值為 1,946 億美元，而自從 1987 年運動產業成為全美排名第 23 大產業，產值增加至 502 億美元 (Comte & Stogel, 1990; Pitts & Stotlar, 1996)。

第一節 研究背景與動機

從 1984 年洛杉磯奧運會至 2008 年北京奧運會，不斷地向世人展現運動賽會的耀眼光芒及商業氣息，因此各項國際賽會申辦總是吸引各國積極爭取，2012 年奧運會僅美國本身就有 9 個城市參與競爭，顯示出運動賽會的時代意義與價值，國際運動賽會舉辦更可以說是國家邁向已開發國家的表徵。我國在爭取辦理大型國際運動賽會也展現強烈決心，根

據行政院體育委員會提出的體育白皮書（行政院體育委員會，以下簡稱體委會，1999）所訂定的發展指標內容，預計在2010年之前爭取主辦東亞運動會層級以上之國際綜合性運動會至少一次，因此應積極尋求成功申辦條件與策略之研究，在此狀況下，分析賽事所需之成本效益成為相當重要的工作，相關研究成果可作為申辦大型賽會時的借鏡，以及各運動組織評估各地所提出申辦計畫之一項重點，經濟影響評估可使各界對賽會經濟影響有具體了解，但運動賽會效益評估之相關文獻及研究在我國仍不普遍。此外，近年我國極力爭辦理各項國際賽會，若能對於賽會經濟效益進行評估，則能夠有實際數字予以支持，因此本研究確實有其必要性。賽會規模越大則經濟影響越大、越具研究價值，就目前國內大型綜合運動賽會而言，計有全國運動會（以下簡稱全運會）、全民運動會（以下簡稱全民運）、全國大專校院運動會（以下簡稱大運會）、全國中等學校運動會（以下簡稱全中運）等四大賽會最具規模。其中，每2年舉辦一次的全運會，為培育國內優秀運動選手且配合國際亞、奧運的比賽運動所舉辦，競技水準最高，平均參與人數將近一萬人，因此賽事精彩程度較高，吸引觀眾也較多，是四大運動賽會中最具研究價值的賽會。

舉辦賽會不僅帶來就業、商業契機，以及社會文化提升效益之外，同時也帶來環境汙染、噪音、交通擁擠等負面效果。賽會所帶來的效益和缺點影響參與者對賽會的態度觀感，而態度觀感影響參與行為，參與行為則影響參與者於賽會的消費行為。因此，探討參賽者及觀眾對於全運會舉辦城市參與行為特性為本研究動機之一，瞭解參與者在參加賽會

後的態度觀感為本研究動機之二，瞭解參賽（觀賞）期間的消費金額推估此次賽會所帶來的經濟效益，並期望能對運動賽會實際發展及學術研究能產生實質助益為研究動機之三。

第二節 研究目的

本研究旨在了解參與者對於全國運動會的參與行為特性，並探討其對於賽會及舉辦城市所帶來的改變之想法，最後根據研究結果提出具體建議，以供國內舉辦賽會之參考。

根據前述之研究背景與動機，本研究之目的為：

- 一、瞭解 2009 年全運會參與者之參與行為特性。
- 二、瞭解賽會參與者對 2009 年全國運動會主辦城市觀感態度。
- 三、瞭解 2009 年全國運動會產生之經濟效益。

第三節 研究問題

本研究之研究問題為：

- 一、探討 2009 年全運會參與者之參與行為特性為何？
- 二、探討參與者對 2009 年全國運動會主辦城市之觀感態度為何？
- 三、探討 2009 年全國運動會經濟效益為何？

第四節 研究範圍

- 一、以 2009 年 10 月 24 日至 29 日全國運動會正式舉辦期間

- 為研究期間，地點於 2009 年全國運動會場地（台中市）。
- 二、本研究以現場參與者包含參賽隊職員、觀眾（本地、外地）為問卷調查研究對象，調查結果僅針對該項賽會做分析。
 - 三、本研究所由於時間及人力經費限制，故研究推估之經濟效益以賽會舉行所創造參與者的消費實際金額來計算。

第五節 研究限制

- 一、本研究採用問卷調查方式進行研究，由於問卷為自陳式量表，因無法真實了解受試者之反應，故研究者假設問卷受測者皆依本身真實情況填答。
- 二、本研究僅以 2009 年 10 月 24 日至 29 日期間所進行之消費行為作探討。
- 三、本研究假設現場參與者對於本次全運會的消費支出，不會對其他運動消費產生替代效果，僅以其淨增加的消費支出計算衍生的經濟效益。

第六節 名詞解釋及操作性定義

一、參與行為

吳政謀（2005）指出，參與行為是個體參與某種活動之頻率或象徵個體所參與之普遍性活動類型。本研究之參與行為包括參與身分、觀賞目的、觀賽種類、停留天數及其他景點觀光。

二、全國運動會

根據全國運動會舉辦準則第二條，全運會正式名稱為「中華民國○○年全國運動會」。每2年舉辦一次，並於非亞洲運動會（以下簡稱亞運）、奧林匹克運動會（以下簡稱奧運）舉辦年之9月至11月間舉行，其會期以5天至10天為原則。本研究係指2009年10月24日至29日，於台中市舉行之2009年全國運動會。

三、運動賽會

許樹淵（2004）於其所著運動賽會管理一書中提出，運動賽會是指以多種多項，在同一時間或同一地區，集合多人比賽的運動競技，以達成運動競賽成績為某宗旨，並由特定團體組織主辦。綜合上述特徵，運動賽會亦屬於「重要活動」（event）的一種，具有目的、主題且精心設計的步驟。Getz（1997）與Ritchie（1984）對重要活動是藉由獨特或重要意義的活動內容與性質，以吸引全國性或國際性參與者的注意與興趣，並反覆辦理，促進舉辦地的知名度、創造當地短期與長期商機。

綜合上述所言，本研究所指之「運動賽會」為一種重要活動其定義為：集合各種運動項目的競賽大會，在特定的時間與地點，召集運動競技活動的相關人員及團體共同參與所形成的綜合性集會，其中運動競技活動的相關人員包括運動員、裁判、工作人員、觀眾等。

四、經濟效益

經濟效益是指能透過貨幣單位加以衡量的效益。根據Humphreys與Plummer（1995）在評估1996年亞特蘭大奧運的分析方式，運動比賽對於舉辦國家或地區所產生的經濟效

益以影響時間長短做區分，分為「短期經濟效益」和「長期經濟效益」：

(一) 短期經濟效益：包括主辦城市所投入之舉辦經費，以及新聞媒體、廠商廣告活動、運動員、隨隊職員、觀眾和其他參訪者與各項相關之運動展覽、文化活動等所帶來的消費支出。

(二) 長期經濟效益：包括運動設施的創建、在媒體高度曝光而提升城市政經地位，以及社區利益(Community benefits) 如：創造就業機會、增加訓練與教育專案計畫、促成原來與運動無關的基礎建設計畫和文化活動更容易向政府取得經費補助，並且提升居民擔任義工的意願與服務水準。

就效益產生層面而言，則區分為「直接經濟效益」、「間接經濟效益」以及「誘發經濟效益」，分述如下：

(一) 直接經濟效益：意指改變特定地區經濟活動的第一次花費，所導致經濟活動變化程度，如外來訪客參加某地辦的賽事，或是外地客到本地的相關消費所導致的影響。

(二) 間接經濟效益：指某地的相關產業，因活動或訪客的外來資金投入，所導致各行各業經濟活動變化。

(三) 誘發經濟效益：當企業或個人收入增加時，即可能進一步增加其第二波、第三波等後續之支出與收入。

本研究所謂之經濟效益就影響時間而言，係指 2009 年 10 月 24 日至 29 日全國運動會舉辦期間所產生之短期效益；就效益產生層面而言，則是就參與者消費所產生的直接經濟效益。

第貳章 文獻探討

本章針對研究主題彙總整理相關文獻，本章共分為六個章節：第一節、參與行為的意義；第二節、運動賽會之效益；第三節、運動賽會效益評估；第四節、運動賽會之經濟影響；第五節、全國運動會歷史沿革；第六節、本章小結。

第一節 參與行為理論與相關研究

Dishman (1991) 曾將 56 篇影響運動參與行為的因素整理歸納成三大類：

- (一)個人因素：如人口學統計變項、身體健康狀態、過去的運動習慣或運動史、人格特質、健康知識與信念、情緒狀態、自我概念、態度、自我效能的評估及對運動結果的期待等。
- (二)環境因素：如運動設施、運動場所之便利性、是否有合適的時間、社會支持、同儕的影響、天候影響等。
- (三)運動特質：如運動種類、強度、頻率及運動後的感覺等。

而在行政院體委會 (1999) 研究中指出，影響人們選擇或參與規律運動的因素主要可分為生態因素、社會因素和個人因素等三類。其中生態因素包括居住地區、居住環境和自然資源等；社會因素則有職業、收入、教育程度等；個人因素方面探討的範圍以年齡、性別和個人因素為主軸。因此本節從個人背景因素中的年齡及社會因素中有關

於職業、個人收入和教育程度等方面，分別探討其與參與行為的關係：

(一) 年齡

一般而言，隨著年齡老化，人們對體育活動的參與程度會因而下降。根據姜逸群、呂槃、江永盛及黃雅文(1988)調查民眾的健康意識及中老年病之預防健康行為卻有不同的結果，發現不論男性或女性均以60歲以上者較常做運動，而以30~39歲者最不常做運動。林瑞雄(1991)針對國民健康調查的研究指出其中以65歲以上與15~24歲最常從事規律運動，其值各為36.3%；而25~44歲年齡層從事規律運動的比率最低，只有29.2%。而季瑋珠與符春美(1992)的研究則指出社區居民年齡40歲以下者較會從事固定性的體能活動。Thirlaway與Benton(1993)對六、七、九、十一年級學生進行休閒時間運動行為研究，六年級學生的運動情形顯著高於七、九、十一年級的學生，九年級學生的運動量高於十一年級；年級愈高的女生參與團體性運動的情形愈少，但從事非團體性運動的情形卻無此現象。

(二) 教育程度、職業與收入

Ford(1991)研究不同社經狀況者的體能活動行為，研究者將體能活動分為休閒時間的體能活動、與工作相關的體能活動、做家事、步行等四類，結果顯示高社經狀況者，其每週的體能活動時間顯著多於低社經者；高社經狀況的女性花較多的時間在休閒時間的體能活動與工作相關的體能活動及做家事上，而低社經狀況的女性則明顯的花較多的時間在步行及做家事方面，高社經狀況的男性則較低社經狀況的男性活躍於休閒時的體能活動。另外根據國內的

研究顯示，教育程度愈高者從事規律性運動的情形明顯高於教育程度低者（吳宏蘭，1993）。季瑋珠等人（1992）、王瑞霞（1994）研究指出社區民眾中，家庭經濟情況較佳、教育程度愈高、社會經濟地位愈高者，從事較多固定的體能活動。由此可知，擁有較高收入、教育程度愈高與職業地位較高者更可能參加體育活動。

另外，林昌國與武為瓊（2007）運動休閒俱樂部消費者參與行為差異之研究—以聯園活動中心為例結果發現：消費者性別、年齡、最高學歷、職業、服務單位、婚姻狀況及平均月收入等人口統計變項對消費者常使用的時段、消費者平均停留時間、消費者平均每週到活動中心的頻率（次數）及消費者最喜歡的促銷方式呈顯著差異。

而本研究之參與行為包括參與身分、觀賞目的、觀賽種類、停留天數及其他景點觀光。

第二節 運動賽會之效益

運動賽會，不論是主辦機構還是參與者，都是受益者，以全國運動會產業進行分析，可分為製造業、大眾傳播業、運動資訊業等產業，在賽會期間各產業的量值皆會產生互相帶動而增加量值的效果(許樹淵，2004)。例如購買物的器材、食物、飲料、交通、運輸、住宿等消費行為，促使廠商必需訂貨、添加設備等而帶動其他各行各業的發展，如圖 2-1。

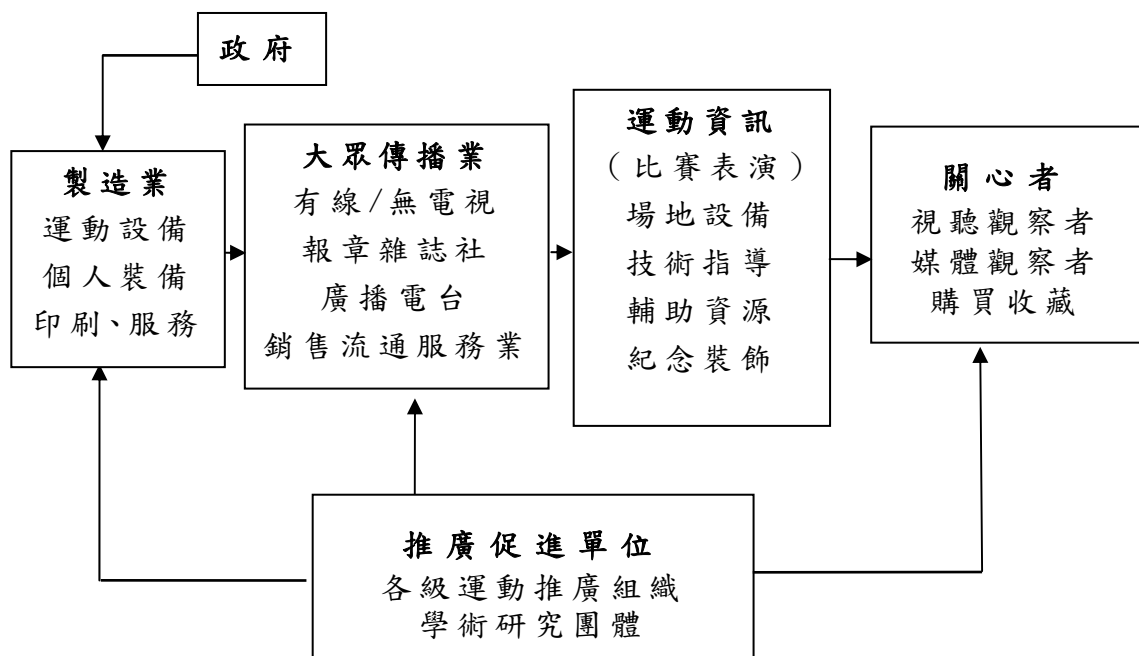


圖 2-1 全國運動會產業分析模式圖

資料來源：許樹淵 (2004)。運動賽會管理。

除了實際產業量值的提升，很多城市皆在積極爭辦奧運會的舉辦資格。Preuss (2004)認為運動或休閒活動的國家或城市行銷效益可分為非經濟效益和經濟效益，非經濟效益

包括有建構民眾共同目標與凝聚力、宣傳城市獨到的文化特色、提升城市印象與知名度、更新城市建設與市容再造、促進群眾的和諧以及建構良好的公民價值觀。象徵著透過舉辦運動賽會議可提升國家文化。國家文化提升最快且最容易的方式就是透過舉辦運動賽事來傳遞運動、城市及國家形象最易得到認同與信賴，並形成具體形象，如果再配合多元的傳播管道，多次將形象和文化意涵傳遞出去，就是一個成功的國家行銷手法(Bradley, Hall & Harrison, 2002)。且透過申辦大型國際運動賽會成為許多國家的重大活動之一，國際運動賽會可以匯集全球及媒體目光焦點成為文化傳遞的工具(程紹同, 2001a)。而運動和文化亦是相輔相成的，在近代社會裡運動已同時成為流行及大眾文化的一部分，如此一來不僅強調了運動的商業娛樂價值，在大眾媒體對運動的解釋、傳播及獲利上，扮演了重要的角色(王宗吉, 2004)。

林中進(2006)指出，舉辦大型國際綜合運動會所能產生的正面影響包括有：收入增加、為運動會而來旅客、誘發效應、增加收入的幅度、創造就業機會、運動會會留下給主辦城市的資產、基礎建設的發展、市區重建、提升國際形象、更多外來投資、舉辦國際運動會的社會影響、義工參與、訓練以增加將來大型活動可供使用人手的素質、社會凝聚力及體育活動的參與等。

Harada(2006)認為，舉辦大型運動賽會可獲得的資產可分為有形資產及無形資產：

一、有形資產

- (一) 都市建設：承辦國際型運動賽會的成市，為因應賽事期間湧入之參賽選手及觀光客，主

辦單位必須全力改變舊有的城市面貌。透過相關建護過程，徹底賦予城市新風貌，並帶來新氣象。

- (二) 基礎建設(包含運動場館、交通運輸系統等): 主辦城市藉助大型賽會的舉辦，重新規劃交通路線，將環保概念融入城市新建設，並為運輸及電訊網路進行多項重要的長期基礎建護改善工程。此外，配合賽事的舉辦，須興建或整建等合標準的體育場館，成為城市的新指標或標誌性建築物。

二、無形資產

- (一) 相關知識與資訊：大型運動賽事申辦與籌備過程複雜且繁瑣，如何能成功舉辦是一門專業知識，這些相關知識及資訊在賽會過後可持續應用於其他賽事或活動的主辦上，實為寶貴的資產。
- (二) 人力資源：大型運動賽事的舉辦不僅需要運動領域的專業人士，還包括保安、財務、公關、都市規劃、環境保護、設計、大眾交通運輸、旅遊等專業人士，這些人力資源的運用與整合，在賽事過後都將成為永續的人力資源資產，可在其他活動中運用。
- (三) 社會文化發展：透過把不同背景的个人注意力集中在一個共同目標上，運動賽事的舉辦帶給人民參與感，並整合全體人民力量，更可提升該國人民的自尊心與國家認

同，增進社會文化發展。

(四) 經濟：除了大幅提升運動產業發展、創造工作機會、提升就業率，也會帶動整體產業發展，其他周邊效益更是難以估計。

(五) 象徵性資產：如城市形象、歷史、品牌、名聲等，主辦賽會城市在經過城市改造計畫後，塑造一個健康城市新風貌，提升形象並打響城市品牌。

(六) 制度方面的資產：為了申辦及籌備大型賽會，主辦城市會配合制定或修正相關法律政策及行政系統，亦會因需要與中央政府的資源整合，而強化雙方關係。

體委會（2000a）於「2010年前我國辦理國際間重大運動會評估報告」中指出，主辦國際綜合性運動賽會可獲得效益有：

- 一、促進國際交流、提升國家地位與形象、增加國際能見度、善盡國際運動團體會員責任。
- 二、以目前我國外交困境，若我國能主辦國際綜合性運動賽會，各會員國將派隊參賽，有助於各國與我國之認識與交流，為一具體的實質外交。
- 三、若我國能獲得國際綜合性運動賽會主辦權，整個賽會的辦理情形將永遠列入國際體壇歷史記載中，實為最佳、最深刻的外交宣傳。
- 四、我國現為各相關國際體育運動組織之會員，辦理國際綜合性運動賽會，是善盡會員之責任與義務。
- 五、提升國內運動競技水準、促進全民運動之風氣。

- 六、選手在自己國家內參加比賽，在「天時」、「地利」的優勢及愛國心的驅使之下，能發揮潛能、勇創佳績。
- 七、透過電視媒體的轉播，提供民眾高水準的體育競賽節目，提升民眾對運動的興趣及參與，進而促進全民運動之風潮。
- 八、全民動員投入賽事辦理，建立榮辱與共的生命共同體意識。綜觀歷年辦理國際綜合性大型運動賽會的國家，大都是凝聚全國民眾力量，不分黨派、內外，全力投入賽會籌備工作，攜手建立國家的形象，發揮全體國人的智慧，展現團結的力量。
- 九、促進觀光事業及相關產業之發展：
- （一）近年來大型賽會的舉辦，除了賽會的進行外，同時也會配合辦理學術研討會、文化活動、藝術展覽等，所以除了各國的參賽選手、隊職員外，亦將吸引大量人潮共襄盛舉，帶動觀光業發展。
- （二）隨著賽會的籌辦、場館的整建及賽會相關週邊產品的生產等產業，增加國內就業機會，促進經濟繁榮。
- 十、大陸對我外交之阻礙與封鎖：大陸無時不刻打壓、矮化我國政府，從不放棄阻撓我國外交之發展，辦理國際綜合性大型運動賽會，不但能以積極行動反制大陸的打壓手段，更能藉國際賽事向世人展現我國實施民主自由政治，社會安定繁榮進步的成果。
- 綜合上述大型運動賽會所帶來的效益之文獻探討後，本

研究將賽會效益大致分為經濟、觀光、政治、文化等四大面向，彙整如表 2-1 所示：

表 2-1 運動賽會效益表

效益	內容
經濟效益	<ol style="list-style-type: none"> 1. 帶動基礎建設的發展 2. 市區重建 3. 促進運動產業並帶動各產業發展 4. 創造就業機會 5. 增加收入幅度
觀光效益	<ol style="list-style-type: none"> 1. 吸引觀眾、遊客前往 2. 使外來人口更了解本地觀光資源 3. 促進觀光業及相關產業發展 4. 增加當地收入
政治效益	<ol style="list-style-type: none"> 1. 增加國際之間交流 2. 促進外交 3. 凝聚國民愛國心 4. 提升國民榮譽感 5. 提高國家地位及形象
文化提升效益	<ol style="list-style-type: none"> 1. 宣傳當地文化特色 2. 配合賽會辦理文化活動，提高文化水準

資料來源：黃郁雅（2009）。運動賽會參與者參與行為、態度與經濟效益評估——以 2007 年全國運動會為例。

另外，本研究將經濟效益、觀光效益、政治效益、文化提升效益四大面向分為「可用金錢（貨幣）衡量」和「態度

認知」二個部分，運用可以用金錢衡量之效益推估賽會經濟效益，而態度認知方面之效益，則可瞭解民眾對賽會之觀感態度，如下圖 2-2 所示：

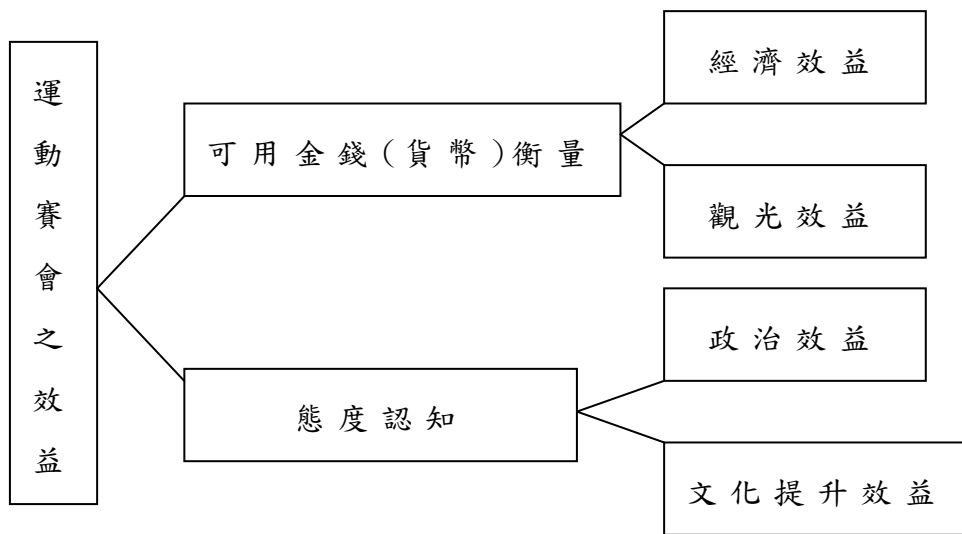


圖 2-2 運動賽會效益分類圖

資料來源：黃郁雅（2009）。運動賽會參與者參與行為、態度與經濟效益評估——以 2007 年全國運動會為例。

第三節 運動賽會效益評估理論與研究

運動賽會所帶來的效益大致可分為政治、觀光、政治、文化提升等效益，而利用系統性收集到的現象可以用來判斷執行的成效，或對參與者或環境資源所造成的價值產出（林晏州、林寶秀，2006）。

運動賽會為大型活動種類之一，亦可用活動評估的方式進行效益評估，而 Rossman 和 Schlatter(2003)認為活動評估的目的有三：

一、改善活動發展

可瞭解活動的進行情況、活動內容的貢獻價值，以及新的活動需求。

二、協助組織管理決策

瞭解組織於活動服務上之分配價值，進而協助組織有效安排、決策與管理活動。

三、提供活動結果證明

確認參與者參與活動的結果與價值，並使活動能有系統的被記錄下來，以作為達成組織目標與活動效益的依據，也可將活動成果呈現給業主和社會大眾，並作為是否繼續舉辦之參考建議。

Henderson (1995) 建議從五種面向進行評估：(一) 參與者 (participant)，包括參與者的動機、滿意度、態度的改變、知識的改變、技術與能力的改變、不同情境的轉換能力、人與人之間的互動方式；(二) 活動本身 (program)：有效的領導、活動行銷、危機管理及參與者是否獲得任何事物；(三) 地點 (place)：是否有整理計畫、適當設施及安全考量；(四)

政策與行政管理 (policies/ administration)：預算說明、成本效益分析與公平服務；(五) 執行人員 (personnel)：績效評估、評估訓練需求與提供改善的回饋。

配合活動的類型與目的，評估時應選擇與活動相關或最容易測量的方式進行評估，Rossman 和 Schlatter(2003)彙整出最常見之評估方法為「滿意度評估法」(Satisfaction-base Evaluation)，評估參與者之態度或看法，其概念是從參與者的真實體驗與滿意程度可以決定活動服務的價值，是一種事後評估方式，常被廣泛用來確認活動的價值，及評估活動吸引力或活動效益。

陳聖翔與王慶堂(2005)93年全民運動會參與者對賽會及企業贊助之態度研究中將參與者對全民運動會籌辦之態度分為(一)對賽會之態度；(二)對企業贊助之態度；(三)對主辦單位之籌辦滿意度等三個部分。其研究結果顯示，對賽會之態度中，民眾就提高城市知名度、結合運動會、文化民俗與觀光活動、改善公共建設之發展、增加市民的榮譽感、促進地方經濟繁榮、改善運動場館品質、提高運動風氣等均給予正面態度之肯定；在企業贊助態度方面，受訪者認為贊助運動賽會可提升企業知名度與形象；賽會籌辦滿意度程度上顯示賽會之周邊活動、市容改善及場館整修成果較受參與者肯定。根據上一節本研究整理出運動賽會所帶來包括經濟、觀光、政治、文化提升等效益，配合評估面向設計研究問卷，詢問參與者實際體驗後對本次賽會中態度觀感的改變，及實際消費金額所創造的經濟效益，以評估2009年全國運動會所帶來的效益。

第四節 運動賽會之經濟影響

經濟影響對於運動而言，意指「在某特定區中的產出、收入及人力資源所帶動的新貨幣流動」(Huphrey & Plummer, 1995) 本小節將分別探討國內外賽會經濟效益、觀光效益、企業贊助等方面的文獻來佐證運動賽會之經濟影響豐富及多元化，分述如下：

一、奧運經濟效益

以國際最具規模的綜合性大型運動賽會—夏季奧運而言，近代奧運會的舉辦對主辦國經濟確實會產生正面影響，根據北京市哲學社會科學規劃辦公室（2003）所提出的奧運經濟的概念和基本特徵當中，將奧運會所帶來的經濟效益，「奧運經濟」定義為舉辦奧運城市在籌備和舉辦期間，以及會後一段時期內，利用奧運會創造的商機，藉勢發展本地區經濟活動的一系列活動。主要包括三個組成部分：

- （一）直接為舉辦奧運會而產生的經濟活動，如比賽場館及相關設施的投資。
- （二）圍繞開發奧運會資源進行的經濟活動，如奧運會市場開發的各項內容。
- （三）主辦城市藉奧運契機，發展區域經濟、加快城市的各種經濟活動。

就歷屆奧運會所帶來的經濟效益而言，1984年洛杉磯奧運會是奧運史上第一個因舉辦運動大賽而獲利的例子，讓洛城賺進超過2億1500萬美金，使國際大型運動賽會蛻變成帶動地方基礎建設、創造就業機會、促進社會經濟繁榮，並增加國家稅收的「金雞母」(盧煥升、魏瑞珣，2004)。

以 2008 年北京奧運為例，即使在奧運會結束後仍有很大的發展空間，由於奧運會提升舉辦城市和國家的知名度，使舉辦城市的經濟規模和軟、硬體基礎設施更加完善，也為北京後續經濟持續發展帶來不少助益，在未來 6 年甚至更長一段時期內對北京經濟社會和城市現代化建設產生深刻的影響（王書錚，2003）。根據徐本力（2005）的推估，北京奧運經濟效益可望使中國大陸 GDP 增長 0.3~0.4%。而就北京市而言，籌辦奧運會的 7 年間 GDP 年均增加速度達 12.4%，在奧運會結束之後，雖恰逢全球經濟下滑的大環境影響，增長速度放緩，但仍維持 9.1% 的增長率（奧運經濟網，2008）。

二、國內賽會經濟效益

就我國舉辦之賽會經濟效益而言，全國運動會相關研究並不多，根據本研究蒐集到的文獻分述如下：

- （一）2001 年全國運動會，所有的投入值為新台幣 467,040,672 元；其中政府補助款以及廠商贊助金為 248,030,450 元、參與者的消費投入為 219,010,222 元。以上之投入，所造成的效益為產出效果 768,981,198 元；民眾所得效果為 231,813,246 元；就業效果為 770 個。若以經濟影響的觀點加以評估，則本項投入有 56% 係來自主辦地區（高雄縣/市以及屏東縣）以外。因此，實際因為外資湧進，所造成本屆全運會增加的效益為產出效果 413,666,494 元；民眾所得效果為 125,406,147 元；就業效果為 414 個。因此對於該地區有短期、新增的正面經濟效益（葉公鼎等，2003）。

(二)台南市委託台灣體育運動管理學會辦理 2007 年全運會經濟影響評估，針對 2007 年全運會期間非台南市民眾於台南市的消費額度，評估對於台南市各產業所帶來的產出效果、所得效果，以及整體經濟效益。研究結果顯示本次全運會挹注於台南市外資的總投入值合計為 301,146,205 元。此投入值對於台南市地區各行各業的產出效果為 759,677,990 元，台南市就業人口總所得效果為 190,164,453 元，並創造 759 個就業機會（多為短期的加班或兼差性質）（台南市政府，2007）。

(三)黃郁雅（2009）指出經濟影響方面，參賽隊職員平均每日花費 1,554.91 元、本地觀眾 742.64 元、外縣市觀眾 1,538.80 元，經投入產出分析後發現所創造經濟效益為 2.3 倍。

綜合上述國內外大型賽會舉辦狀況，可以發現運動賽會的辦理深具經濟價值，林房儻等人（2004）研究亦指出，運動賽會的舉辦和區域發展有關，若能成功籌辦運動賽會，對主辦城市而言將是一加強建設、吸引遊客、創造經濟產值與城市行銷之良好契機。

三、運動觀光效益

運動觀光自公元前 776 年首次奧運會開始萌芽，當時約有近 4 萬名觀眾群聚到運動場觀看比賽，旅社及澡堂開始如雨後春筍般設立。隨著現代人所得提高與對生活品質要求，人們願意花越來越多的時間與所得分配來規劃自己工作的閒暇時間，相對地也帶動運動產業的新革命（黃煜，2002）。

Gibson (1999) 提出運動觀光應包含下列三種型態：

- (一) 主動性的運動觀光：參與旅遊者的目的就是為了從事運動。
- (二) 運動賽會觀光：參與旅遊者的目的為觀賞運動。
- (三) 懷舊運動觀光：參與旅遊者主要是參觀運動相關的設施如運動名人堂、著名運動場館、或運動主題的巡禮等。

綜合上述文獻所言，賽會所帶來的經濟效益可觀，且運動和觀光應是有其互利共生的關係存在，運動為觀光產業的一部分，另一方面觀光產業影響運動參與和運動的基礎建設，由於全球化的趨勢，運動更能提供觀光更多新奇體驗。現行的運動賽會不再只是提供比賽競技的機會，更提供民眾娛樂、觀賞、增進情誼和資訊交流的功能，賽會舉辦時除保持賽事精彩程度之外，應結合當地的景點特色並配合多元的文化活動，吸引更多觀光人潮。

四、企業贊助

在現今經濟普遍不景氣的環境下，運動贊助已是大型賽會中必需的部分，也是獲得最大投資報酬率的新管道。透過運動贊助是運動賽會、運動組織以及運動員除了官方資源之外主要的額外經費來源管道。程紹同(2001b)認為過去全國性綜合型的運動賽會其經費來源均是中央編列預算、當地政府以公務預算支應。隨著政府預算的短缺，尋求來自政府以外的社會資源便扮演著相當重要的角色，其中企業贊助便是增加運動賽會經費最大來源之一，亦是促進賽會經濟效益的方式。

大型運動賽會動輒吸引數千人，甚至千萬、數億人的注意與關切，如此無限的運動商機，造就國內外企業組織爭先

恐後贊助的行銷策略，並將「運動賽會」視為增加公司知名度、企業組織形象、提高消費者認同之關鍵因素（顏君彰，2007）。相關學者們指出，運動贊助是一種雙向互惠商業合作關係，提供資源如金錢、產品、人員、設備、技術、服務等，以利達成企業的行銷目標、媒體目標及相關效益（Sandler & Shani, 1989; Sleight, 1989; McCarville & Copeland, 1994）。

在產品差異漸趨同質化又在詭譎多變的市場中，成功的贊助策略成為實現突顯品牌形象、接觸目標群眾、壟斷競爭市場與扮演良好企業公民等行銷目標的第五促銷元素，秘訣在於藉運動贊助之利，整合現在促銷功能，使產品特色能夠同中求異，品牌形象能發揮鶴立雞群之效，達到企業與消費者共存關係的共存目標（程紹同，1999）。

隨著社會大眾對生活品質的注重，消費者意識高漲，傳統企業行銷策略也隨著轉變，企業投入運動贊助資金都是有計畫及目的，Geng, Burton 和 Blakemore (2002) 研究指出，企業參與運動贊助之動機在於：

- （一）提供產品試用的機會
- （二）創造同業競爭的優勢
- （三）建立企業良好的形象
- （四）製造企業商品的銷售機會
- （五）增進企業良好公共關係。

Howard 和 Crompton (1995) 認為運動贊助可獲得以下四大項效益：

- （一）增加消費者對產品認識
- （二）企業形象的強化
- （三）產品試用及創造銷售機會

(四) 禮遇機會的獲取。

Mullin, Hardy 和 Sutton(2007)研究亦發現企業贊助運動的效益包括：

- (一) 提高知名度
- (二) 影響大眾的看法
- (三) 與特定市場的消費者產生連結
- (四) 使企業能融入社會
- (五) 建立良好企業形象
- (六) 產生媒體效益
- (七) 達到銷售目標
- (八) 創造獨佔性
- (九) 獲得禮遇的機會
- (十) 冠名權或命名權

蔣宜龍(1999)認為運動贊助效益的評估方法有三種：

- 一、曝光率測量法：其主要測量的方法為檢視媒體的收視率及計算現場參與者人數多寡，並將贊助效益以量化的方式呈現給贊助廠商。
- 二、追蹤測量法：利用回憶及辨識的方式，來瞭解現場參與者對贊助廠商的知覺。
- 三、銷售量評估法：銷售量的提升為企業贊助運動時相當關心的效益之一，然而在評估前必須排除可能干擾的因素，才能獲得可接受的結果。

綜合上述所言，運動贊助對企業而言是一個新的行銷策略；而就為運動賽會而言則是主要經費來源，然而透過贊助能為企業帶來效益的多寡，牽涉到企業未來進行贊助策略經費的投入，參與者對賽會舉辦觀感態度越佳，參與行為和消

費行為也隨之增加，而贊助效益越高，也促使投入經費越高，這一連串連鎖效果讓賽會得到的經濟效益也越高。本研究為評估 2009 年全國運動會運動贊助效益，採用追蹤測量法，在問卷上提供本次全運會贊助廠商標誌，測試受試者對贊助者之辨識程度，以了解對贊助廠商的知覺。

第五節 全國運動會歷史沿革

自 1946 年以來，台灣政府於每年光復節後均舉辦全省運動會一次，是為「台灣省運動會」由各縣（市）輪流舉辦；1973 年體育司成立，配合社會背景與時代需求整合省、市分別舉辦的運動會，自 1974 年起，台灣省、台北市開始合辦「台灣區運動會」（區運會）；1997 年行政院體育委員會成立，加上政治生態環境大改變台灣省虛級化後，1998 年區運會宣告結束，自 1999 年起，改由體育委員會主辦，訂定完整之全國運動會舉辦準則，並將名稱定為「全國運動會」（簡稱「全運會」）（薛雲道，2002），如圖 2-3。

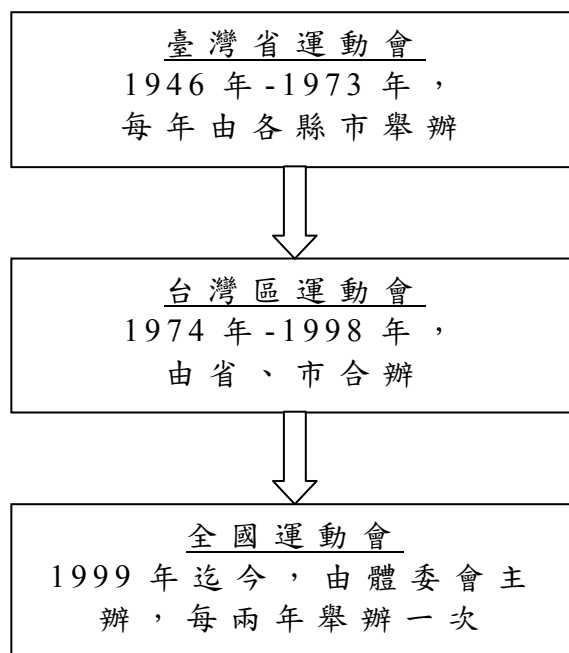


圖 2-3 全國運動會歷史沿革

資料來源：黃郁雅（2009）。運動賽會參與者參與行為、態度與經濟效益評估——以 2007 年全國運動會為例。

改制後首屆全運會於 1999 年由桃園縣主辦，當年因 921 大地震災情嚴重曾考慮延後舉辦，其參賽選手人數為 6,702 人，次屆 2001 年由高雄縣、高雄市、屏東縣等三單位協力舉辦，參賽選手為 8,103 人，2003 年至 2007 年間分別由台北縣、雲林縣、台南市所舉辦，而本屆全運會 2009 年由台中市舉辦，2011 年全運會預定由彰化縣辦理。歷屆全運會參賽選手概況如表 2-2 所示：

表 2-2 歷屆全國運動會參賽選手概況表

年度(承辦縣市)	規模(選手人數)
1999 年(桃園縣)	6,702 人
2001 年(高雄縣、高雄市、屏東縣)	8,103 人
2003 年(台北縣)	6,281 人
2005 年(雲林縣)	6,590 人
2007 年(台南市)	6,841 人
2009 年(台中市)	6,723 人

資料來源：本研究整理自行政院體委會 89 年、91 年、93 年、95 年、97 年體育統計及 98 全國運動會網站 <http://140.128.55.15/>

全運會為目前國內所有運動會中水準最高，最具代表性的綜合運動賽會，其組織制度有如小型亞、奧運會，是國內運動選手、教練施展身手、裁判表現專業知識、學術人員發表研究報告的體壇盛事(何光明，2003)。各屆主辦縣市為求賽會創新、變化常會配合地方特色風情，促使運動與藝術、休閒結合，除了增加當地民眾參與之外，更吸引外地觀光人潮，進而提升對體育的興趣，因此全運會對於全民體育之提倡、競技水準之提升、優秀選手之培育均有重大之貢獻。

第六節 本章小結

經由以上文獻探討，研究者發現以下結論：

- 一、大型運動賽會效益多元，大致可分為可用金錢（貨幣）衡量的經濟效益、觀光效益以及影響觀感態度之政治效益和文化效益四大層面。
- 二、使用「滿意度評估法」評估參與者的態度或看法，以評估活動吸引力和效益。
- 三、賽會帶來的經濟影響在國內外常帶來可觀的獲利不論是收入增加或是增加就業機會等，其中賽會觀光、企業贊助亦是擴大賽會經濟效益的重要方式。
- 四、賽會經濟影響可由參與者消費金額進行推估；運動贊助效益主要可使用追蹤測量法，利用辨識的方式瞭解參與者的贊助廠商的知覺。
- 五、全國運動會為國內重要的綜合性運動賽會，配合亞奧運項目舉行，參與選手人數眾多且具競賽精彩度，是為國內最具規模之運動賽會，針對全運會進行經濟效益評估有助於國內對賽會籌辦瞭解及修正。

第參章 研究方法

本章主要在說明本研究之研究架構與方法，一共分成七節：第一節、研究架構；第二節、研究流程；第三節、研究對象；第四節、研究工具；第五節、資料處理

第一節 研究架構

本研究根據研究假設與目的，繪製出研究架構圖，如圖 3-1 所示。

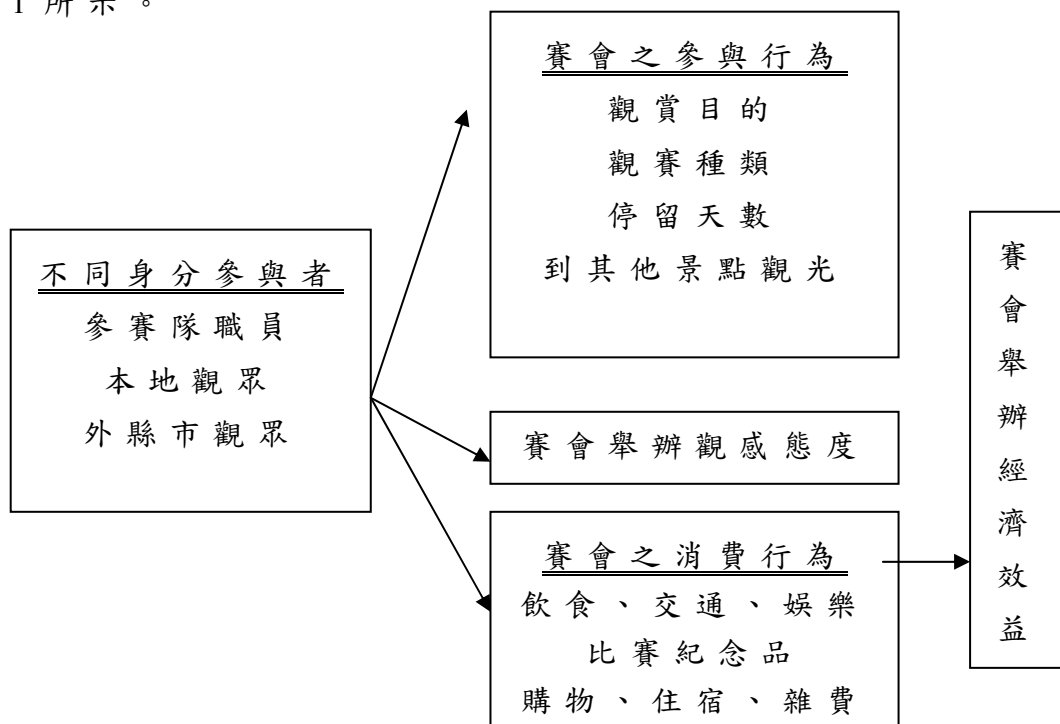


圖 3-1 研究架構圖

第二節 研究流程

根據研究背景與動機，本研究擬定實際研究方向並且確定研究目的與問題。透過廣泛蒐集相關文獻，加以彙整，提出本研究之架構及假設，並進一步設計研究問卷。問卷經預試後依據統計結果修整問卷內容後產生正式研究問卷。再挑選適當研究對象後，發放問卷並回收；回收問卷以 SPSS12.0 統計軟體進行資料建檔與分析，依研究結果，提出本研究之結論與建議，供後續研究者參考；本研究之研究流程如圖 3-2 所示。

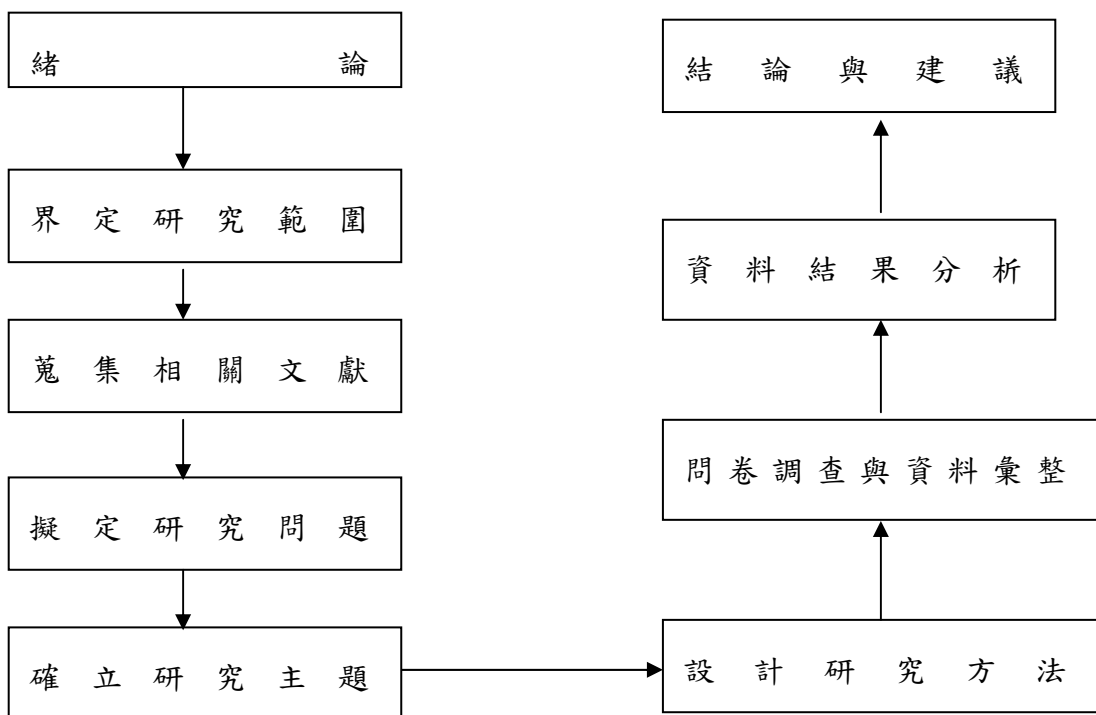


圖 3-2 研究流程圖

第三節 研究對象

本研究之研究對象以參與 2009 年全國運動會之個人參與者 (Individual participant) 為主，包括參賽隊職員、本地觀眾、外縣市觀眾等。於 2009 年 10 月 24 日至 29 日舉辦期間採便利抽樣方式進行問卷調查，總共發放 600 份問卷，回收 512 份，回收率為 85.3%。在回收 512 份問卷中，刪除無效問卷 92 份，合計有效問卷回收 420 份，有效問卷回收率為 82%。研究地點以台中市體育場內田徑、籃球、沙灘排球等場地為主。

第四節 研究工具

為了解全國運動會參與者參與特性、對賽會舉辦觀感態度以及消費行為對地方經濟的影響，本研究引用 2007 年全國運動會賽會經濟效益評估調查問卷 (黃郁雅，2009)。問卷內容設計共分為三個部分，茲分述如下：

(一) 運動賽會之參與及消費

運動賽會之參與及消費內容包括受訪者之身份、同伴人數、如何獲得活動資訊、停留天數、參訪景點等以了解參與行為特性；實際消費行為方面則分別調查飲食費、交通、娛樂、比賽紀念品、購物、住宿、雜費等各消費項目之金額，用以推估對地方經濟的影響。另外還有台中市的印象及服務建設的看法，進而得知參與者對本次賽會舉辦之觀感。

(二) 對運動賽會舉辦觀感態度量表

本量表是引用 93 年參與者對賽會及企業贊助之態度研究的態度量表(陳聖翔、王慶堂, 2005), 本研究此部分與上述研究同為了解參與者對賽會之態度, 故維持對賽會態度、對企業贊助之態度、對主辦單位籌辦滿意度等三部分, 使用「李克特氏五點評定量表」(Likert's five-points rating scale), 五分區間尺度測量計分, 依據受試者在每個題項所填具的答案給分, 選填非常不同意給 1 分, 選填不同意給 2 分, 選填無意見給 3 分, 選填同意給 4 分, 選填非常重要給 5 分。由信度考驗可以發現此分量表的三個構面 Cronbach's α 係數分別為 .863、.595、.739, 而總分量表的 α 係數為 .891, 運動賽會舉辦觀感態度分量表之總信度達 .89, 表示該分量表具有良好信度水準。由效度考驗可以發現此分量表的三個構面解釋變異量分別為 51.50%、55.94%、49.61%, 總解釋變異量為 56.01%, 顯示該量表具有良好之效度。

表 3-1 運動賽會舉辦觀感態度信效度分析

構面	題數	信度	效度
賽會態度	8	.863	51.50%
籌辦態度	3	.595	55.94%
企業贊助態度	5	.739	49.61%

(三) 受訪者基本資料

受訪者基本資料包含性別、年齡、教育程度、職業、個人月所得、每月個人之運動休閒支出、婚姻家庭狀況等。

第五節 資料處理

本研究問卷所得資料，以 SPSS for windows 12.0 進行統計分析，所採用的統計分析處理方法如下：

- 一、描述性統計：透過平均數、標準差、次數分配、百分比及排序了解賽會參與者的人口背景變項、參與者參與行為及消費情形。
- 二、信度分析：根據問卷內容進行內部一致性分析，採用 Cronbach's α 係數計算量表內题目的可信程度。
- 三、效度分析：為求得量表建構效度，進行因素分析。
- 四、單因子變異數分析 (One-Way ANOVA)，再進行雪費法 (Scheffe's) 事後比較：檢定不同身分參與者對運動賽會舉辦觀感態度之差異情形。
- 五、本研究利用參與者實際平均每日消費金額，推估本次賽會對於台中市經濟效益。
- 六、本研究統計考驗的顯著水準，定為 $\alpha=.05$ 。

第肆章 結果與討論

本研究旨在探討 2009 年全國運動會參與者參與行為、態度及經濟效益，本章根據研究問題，將資料分析結果分為四節加以討論。第一節為「人口變項之敘述統計分析」，藉以了解賽會參與者的人口背景變項；第二節為「運動賽會參與特性之敘述統計分析」以了解參與者身分、同伴人數、如何獲得活動資訊、停留天數、參觀景點等情形；第三節為「參與者對運動賽會籌辦之態度分析」探討不同身份之參與者分別對賽會、籌辦、企業贊助三個構面態度之差異；第四節為「經濟效益評估」利用參與者實際平均每日消費金額，推估本次賽會經濟效益。

調查時程是以 2009 年 10 月 24 日至 29 日全國運動會在台中市正式舉辦期間，台中體育場現場參與者為抽樣對象，總共發放 600 份問卷，回收 512 份，回收率為 85.3%。在回收 512 份問卷中，刪除無效問卷 92 份，合計有效問卷回收 420 份，有效問卷回收率為 82%。

第一節 人口變項之敘述統計分析

人口變項方面，針對參與者性別、年齡、教育程度、職業、個人月所得、每個月個人之運動休閒支出、婚姻家庭狀況等進行分析。

一、性別

在調查中，受訪者的性別組成是以男性所佔的比例（56.4%）略高於女性（43.6%）。若依照身份別來看，外縣

市觀眾、參賽隊職員及本地觀眾皆以男性居多，如表 4-1 所示。

表 4-1 受訪參與者性別分析表

身 份 性 別	參賽隊職員		本地觀眾		外縣市觀眾		所有參賽者	
	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)
男	82	67.2	85	53.1	70	50.7	237	56.4
女	40	32.8	75	46.9	68	49.3	183	43.6
總計	122	100	160	100	138	100	420	100

二、年齡

年齡部分，由所有受訪者調查資料發現，年齡層分佈以「16~20 歲」為主，佔所有參與者的 44.5% 共有 187 人，可能原因為發放問卷時，年紀較小的受測者比較不會拒絕施測，因此集中於本年齡層，其次為「21~25 歲」（23.1%），如表 4-2。

表 4-2 受訪者年齡分析表

年齡	次數	百分比 (%)
15 歲以下	51	12.1
16~20 歲	187	44.5
21~25 歲	97	23.1
26~30 歲	21	5.0
31~35 歲	16	3.8
36~40 歲	21	5.0

(續下頁)

表 4-2 (續)

年齡	次數	百分比 (%)
41~45 歲	12	2.9
46~50 歲	9	2.1
51 歲以上	6	1.4
總計	420	100

三、教育程度

在受訪者的教育程度方面，「大學、專科」50.5%所佔的比例最高，其次是「高中、高職」(31.4%)，而具有博士教育程度者所佔比例最低，在本研究中只有 1 人佔 0.2%，如表 4-3。

表 4-3 受訪者教育程度分析表

教育程度	次數	百分比 (%)
小學	3	0.7
國中	48	11.4
高中、高職	132	31.4
大學、專科	212	50.5
碩士	24	5.7
博士	1	0.2
總計	420	100

四、職業

在受訪者職業分析中，「學生」部分有 316 人佔所有參與者比例最高 (75.2%)，可能原因為學生較能接受施測，不易拒絕，其次為從事「軍公教」有 33 人佔 7.9%，從事「服

務業」有 22 人佔 5.20%，「商」有 15 位受訪者，佔有 3.6%（詳見表 4-4）。

表 4-4 受訪者職業分析表

職業	次數	百分比 (%)
學生	316	75.2
軍公教	33	7.9
服務業	22	5.2
農林漁牧	0	0
工	14	3.3
商	15	3.6
自由業	11	2.6
家管	4	1.0
其他	5	1.2
總計	420	100

五、個人月所得

受訪者在個人月所得（不包含家長給的零用錢）方面，以「10,000 元以下」所佔比例最高（60.0%），此現象推測參與者多為學生身份有關，其次是「10,001-20,000 元」佔有 17.4%，「20,001-30,000 元」和「30,001-40,000 元」皆有 25 人，所佔比例為 6.0%，而月所得「60,001-70,000 元」僅有 5 人，所佔比例最少（1.2%），如表 4-5 所示。

表 4-5 受訪者個人月所得分析表

個人月所得	次數	百分比 (%)
10,000 元以下	252	60.0
10,001-20,000 元	73	17.4
20,001-30,000 元	25	6.0
30,001-40,000 元	21	5.0
40,001-50,000 元	19	4.5
50,001-60,000 元	18	4.3
60,001-70,000 元	5	1.2
70,001 元以上	7	1.7
總計	420	100

六、每月個人之運動休閒支出

根據研究資料分析結果顯示，每月個人之運動休閒支出方面所有受訪者的支出金額以「1,000 元」以下為主（51.0%），其次為「1,001-3,000 元」和「3,001-5,000 元」分別佔有 27.4%和 14.3%的比例，詳見表 4-6。

表 4-6 每月個人之運動休閒支出分析表

金額 (元)	參賽隊職員		本地觀眾		外縣市觀眾		所有受訪者	
	次 數	百分比 (%)	次 數	百分比 (%)	次 數	百分比 (%)	次 數	百分比 (%)
1,000 以下	51	41.8	97	60.6	66	47.8	214	51.0
1,001-3,000	40	32.8	34	21.3	41	29.7	115	27.4
3,001-5,000	22	18.0	19	11.9	19	13.8	60	14.3

(續下頁)

表 4-6 (續)

金額 (元)	參賽隊職員		本地觀眾		外縣市觀眾		所有受訪者	
	次 數	百分比 (%)	次 數	百分比 (%)	次 數	百分比 (%)	次 數	百分比 (%)
5,001-7,000	5	4.1	3	1.9	5	3.6	13	3.1
7,001-9,000	1	.8	1	0.6	0	0	2	0.5
9,001-11,000	20	1.6	4	2.5	1	0.7	7	1.7
11,001-13,000	0	0	1	0.6	2	1.4	3	0.7
13,001 以上	1	.8	1	0.6	4	2.9	6	1.4
總計	122	100	160	100	138	100	420	100

七、婚姻家庭狀況

根據研究資料分析結果顯示，婚姻家庭狀況方面所有參與者以「未婚」為主所佔百分比為 86.2%，其次為已婚者 13.8%（詳見表 4-7）。

表 4-7 婚姻狀況分析表

婚姻狀況	次數	百分比 (%)
未婚	362	86.2
已婚	58	13.8
離婚	0	0
總計	420	100

分析本研究調查資料後，受訪者之性別組成是以男性（56.4%）比例略高女性（43.6%）男女比例為 1.29：1，年

齡層以「16~20歲」為主（44.5%），教育程度為「大學、專科」所佔比例最高（50.5%），職業以「學生」居多（75.2%），在個人月所得方面以「10000元以下」所佔比例最多（60.0%），每月個人運動休閒支出以「1000元以下」為主，婚姻家庭狀況以「未婚」為主。受訪參與者之人口背景變項與體委會（2005）針對2005年全國運動會所做的調查雷同，年齡變項部分2005年的樣本以15~19歲為主相似。與黃郁雅（2009）針對2007年全國運動會所做的調查雷同，年齡變項部分以21~25歲為主，稍有差異。

第二節 運動賽會參與特性之敘述統計分析

以下根據調查受訪參與者所得到的資料分別對身份、同伴人數、如何獲得活動資訊、停留天數、參觀景點、平均每日花費等狀況進行參與及消費行為分析。

一、參與者身份分析

本研究在 6 天的問卷調查中，受訪者的組成是以本地觀眾的比例最高（38.1%），其次為外縣市觀眾，所佔比例為 32.9%，而參賽隊職員，所佔比例為 29.0%，詳見表 4-8。

表 4-8 受訪者身分組成分析表

身分別	次數	百分比 (%)
參賽隊職員	122	29.0
本地觀眾	160	38.1
外縣市觀眾	138	32.9
總計	420	100

本次抽樣之受訪者中，身分為參賽隊職員者有 122 人，以代表台中市參賽的隊職員人數所佔比例最高 12.29%，其次為台北市 8.19%、桃園縣 7.38%。在外縣市觀眾部分有 138 人，以來自臨近縣市的觀眾所佔比例較高，分別為台中縣 34.78%、彰化縣 13.77%、南投縣皆為 6.52%，詳見表 4-9。

表 4-9 參賽隊職員與外縣市觀眾組成分析表

縣市	參賽隊職員		外縣市觀眾	
	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)
台北市	10	8.2	5	3.62
台北縣	5	4.1	7	5.07
基隆市	7	5.74	2	1.45
桃園縣	9	7.38	6	4.35
新竹縣	3	2.46	1	0.72
新竹市	4	3.28	3	2.17
苗栗縣	3	2.46	5	3.62
台中縣	7	5.74	48	34.78
台中市	15	12.29	0	0
彰化縣	6	4.92	19	13.77
南投縣	4	3.28	9	6.52
雲林縣	7	5.74	3	2.17
嘉義縣	5	4.1	2	1.45
嘉義市	0	0	1	0.72
台南縣	5	4.1	3	2.17
台南市	3	2.46	0	0
高雄縣	3	2.46	4	2.9
高雄市	1	0.82	8	5.8
屏東縣	7	5.74	3	2.17
台東縣	6	4.92	3	2.17
花蓮縣	6	4.92	4	2.9
宜蘭縣	5	4.1	1	0.72
連江縣	0	0	0	0
金門縣	0	0	1	0.72
澎湖縣	1	0.82	1	0.72
總計	122	100	138	100

二、同伴人數

在受訪者同伴人數調查方面，參賽隊職員同伴人數以「6~10人」最多（42.6%），「11~20人」次之（27%）。就本地觀眾及外縣市觀眾的同伴人數則以「2~5人」所佔比例最多，分別佔61.9%和73.2%，如表4-10所示。

表 4-10 受訪者同伴人數分析

同伴 人數	參賽隊職員		本地觀眾		外縣市觀眾	
	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)
1人	3	2.5	5	3.1	3	2.2
2~5人	29	23.8	99	61.9	101	73.2
6~10人	52	42.6	30	18.8	22	15.9
11~20人	33	27	3	1.9	10	7.2
21~30人	2	1.6	16	10.0	0	0
31~40人	0	0	3	1.9	2	1.4
41人以上	3	2.5	4	2.5	0	0
總計	122	100	160	100	138	100

三、同伴身份

在各類受訪者的同伴身份分析中，參賽隊職員的同伴以「同學」佔最高比例有32.9%，其次為「老師、教練」（29.5%）、「朋友」（14.8%）；本地觀眾的同伴則以「同學」佔最高比例有38.6%，其次為「朋友」（28.2%）、「家人、親戚」

(18.3%)；外縣市觀眾的同伴以「朋友」為主(35.8%)，其次為「同學」(32.1%)；而就所有受訪者同伴的身份類別來看，「同學」、「朋友」所佔的比例為主，分別為34.8%、25.4%，如表4-11所示。

表 4-11 各類受訪者同伴身份分析表

身份類別	參賽隊職員		本地觀眾		外縣市觀眾		所有受訪者	
	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)
家人、親戚	21	10.0	37	18.3	29	18.3	87	15.1
同事	25	11.9	5	2.5	5	3.1	35	6.1
同學	69	32.9	78	38.6	51	32.1	198	34.8
朋友	31	14.8	57	28.2	57	35.8	145	25.4
老師、教練	62	29.5	17	8.4	6	3.8	85	14.9
獨自一人	2	0.9	5	2.5	3	1.9	10	1.8
其他	0	0	3	1.5	8	5.0	11	1.9

四、活動資訊

關於本次比賽與活動資訊來源方面，受訪者中參賽隊職員的資訊來源主要來自「學校」(28.7%)、其次是「電視」(21.3%)及網路(16.1%)；本地觀眾的資訊來源則較平均分佈於各項管道，相關資訊主要來自「學校」(32.3%)，其次為「電視」(17.0%)，而「道路廣告旗」、「親友告知」、「網路」則分別為在12.9%、10.5%、9.9%；外縣市觀眾資訊來源主要來自「親友告知」和「學校」分別佔有21.2%和19.9%的比例，而其他資訊來源的比例皆相差不大，代表資訊來源較平均且多元。整體看來，所有受訪者的資訊來源

主要來自於「學校」(27.3%)、「電視」(17.8%)、「親友告知」(13.7%)及「網路」(12.6%)，如表 4-12 所示。

表 4-12 受訪者活動資訊來源分析表

資訊來源	參賽隊職員		本地觀眾		外縣市觀眾		所有參與者	
	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)
報紙	17	7.9	23	7.8	24	10.2	64	8.6
電視	46	21.3	50	17.0	37	15.7	133	17.8
網路	35	16.1	29	9.9	30	12.7	94	12.6
道路廣告旗	14	6.5	38	12.9	24	10.2	76	10.2
公車廣告	12	5.6	16	5.5	10	4.2	38	5.1
親友告知	21	9.7	31	10.5	50	21.2	102	13.7
學校	62	28.7	95	32.3	47	19.9	204	27.3
其他	9	4.2	12	4.1	14	5.9	35	4.7

五、停留天數

在受訪者停留天數方面，本次賽會共舉辦 6 天 5 夜，本地觀眾以賽會舉辦天數計算，故在本研究中停留天數以 6 天估算，此外，就參賽隊職員部分而言，停留天數以 5 天者佔大多數 (51.6%)，其次為 4 天 (27.0%)。就外縣市觀眾而言，則停留天數較短，以 1 天者佔大多數 (47.1%)，其次為停留 2 天 (25.4%)，詳見表 4-13。

表 4-13 受訪者停留天數分析表

停留天數	參賽隊職員		外縣市觀眾	
	次數	百分比 (%)	次數	百分比 (%)
1 天	3	2.5	65	47.1
2 天	4	3.3	35	25.4
3 天	10	8.2	14	10.1
4 天	33	27.0	6	4.3
5 天	63	51.6	12	8.7
6 天	6	4.9	1	0.7
7 天	3	2.5	2	1.5
8 天	0	0	1	0.7
9 天	0	0	2	1.5
總計	122	100	138	100

六、贊助廠商之廣告物辨識

贊助廠商之廣告物辨識是測量運動贊助效益的方式，本次賽會在網站上公告的贊助廠商共有 11 個，而受訪者對廣告物的辨識程度，參賽隊職員最能夠辨識的廣告物為「中友」（45.9%）、「維他露」（45.9%）、「興農」（34.4%），而「三口」及「宏信」這兩個贊助廣告物在參賽隊職員只有少部分人勾選；本地觀眾所能辨識的廣告物前三者為「中友」（76.9%）、「國華人壽」（53.1%）、「維他露」（52.5%），而「Exustar」在本地觀眾部分少人勾選；外縣市觀眾對廣告物辨識程度，依次為「中友」（74.6%）、「維他露」（60.1%）、「國華人壽」（55.8%）。整體而言，「中友」、「維他露」、「國華人壽」被參與者辨識出的狀況最佳，而「宏信」、「三口」、「Exustar」這個廣告物少有參與者可以辨識出，如表 4-14 所示。

表 4-14 贊助廠商之廣告物辨識分析表

贊助廣告物	參賽隊職員		本地觀眾		外縣市觀眾		所有受訪者	
	次 數	百分比 (%)	次 數	百分 比(%)	次 數	百分比 (%)	次 數	百分比 (%)
三口	13	10.6	22	13.7	20	14.5	55	13.1
維他露	56	45.9	84	52.5	83	60.1	223	53.1
興農	42	34.4	60	37.5	50	31.3	152	36.2
歐旺	34	27.9	33	20.6	16	11.6	83	19.8
中友	56	45.9	123	76.9	103	74.6	282	67.1
宏信	14	11.5	21	13.1	14	10.1	49	11.7
國華人壽	35	28.7	85	53.1	77	55.8	197	46.9
台塩	21	17.2	45	28.1	41	29.7	107	25.5
元明商店	23	18.9	49	30.6	26	18.8	98	23.3
台糖	36	29.5	57	35.6	54	39.1	147	35.0
Exustar	18	14.8	18	11.3	14	10.1	50	11.9

七、參觀景點

在賽會舉辦期間受訪者是否到其他觀光景點，參賽隊職員前往的觀光景點依次為「逢甲夜市」(44.3%)、「台中一中商店街」(41.8%)、「台中公園」(31.1%)；本地觀眾前往的景點依次為「台中一中商店街」(65.6%)、「逢甲夜市」(36.9%)、「美術館」(30.0%)；外縣市觀眾最常前往的景點則是「台中一中商店街」(71.0%)、「逢甲夜市」(52.9%)、「美術館」(19.6%)。但前來參與本次賽會者而無安排至其他觀光景點遊覽，計有 46 人次 (佔 11.0%) 勾選「無」這個項目，如表 4-15 所示。

表 4-15 受訪者於台中市觀光景點分析表

觀光景點	參賽隊職員		本地觀眾		外縣市觀眾		所有受訪者	
	次 數	百分比 (%)	次 數	百分比 (%)	次 數	百分比 (%)	次 數	百分比 (%)
台中都會 公園	24	19.7	40	25.0	20	14.5	84	20.0
美術館	29	23.8	48	30.0	27	19.6	104	24.8
台中孔廟	20	16.4	34	21.3	10	7.2	64	15.2
東海藝術街	18	14.8	25	15.6	17	12.3	60	14.3
自然科學 博物館	23	18.9	45	28.1	23	16.7	91	21.7
大坑風景區	21	17.2	32	20.0	7	5.1	60	14.3
西大墩 文化館	12	9.8	13	8.1	2	1.4	27	6.4
賴高山 藝術紀念館	11	9.0	9	5.6	1	0.7	21	5.0
精明一街	26	21.3	33	20.6	16	11.6	75	17.9
台中公園	38	31.1	47	29.4	26	18.8	111	26.4
逢甲夜市	54	44.3	59	36.9	73	52.9	186	44.3
台中一中 商店街	51	41.8	105	65.6	98	71.0	254	60.5
豐樂雕塑 公園	14	11.5	22	13.8	6	4.3	42	10.0
20號倉庫	10	8.2	13	8.1	17	12.3	40	9.5
其他	2	1.6	4	2.5	5	3.6	11	2.6
無	5	4.1	28	17.5	13	9.4	46	11.0

而在參與賽會期間有安排參觀景點的受訪者而言，較多人前往的景點依次為「台中一中商店街」(60.5%)、「逢甲夜市」(44.3%)、「台中公園」(26.4%)、「美術館」(24.8%)、「自然科學博物館」(21.7%)，詳見表 4-16。

表 4-16 受訪者觀光景點排序分析表

觀光景點	次數	百分比 (%)
台中一中商店街	254	60.5
逢甲夜市	186	44.3
台中公園	111	26.4
美術館	104	24.8
自然科學博物館	91	21.7
台中都會公園	84	20.0
精明一街	75	17.9
台中孔廟	64	15.2
東海大學藝術街	60	14.3
大坑風景區	60	14.3
豐樂雕塑公園	42	10.0
20 號倉庫	40	9.5
西大墩文化館	27	6.4
賴高山藝術紀念館	21	5.0
其他	11	2.6

根據本研究的調查資料得到，參與者的組成以「本地觀眾」的比例最高(38.1%);參賽隊職員以來自台中市(12.29%)

最多，其次為台北市（8.2%），外縣市觀眾來自臨近的台中縣居多（34.78%），其次為彰化縣（13.77%），此結果顯示大致和距離及人口比例有關。同伴人數調查方面，參賽隊職員的同伴人數以「6~10人」最多，而本地及外縣市觀眾同伴人數則以「2~5人」為主，參賽隊職員同伴人數明顯較多是因為其同伴多為參賽隊友或教練，因此參賽隊職員的同伴身份以「同學」（32.9%）佔最高比例，其次為「老師、教練」（29.5%），本地及外縣市觀眾的同伴則以「同學」及「朋友」為主。關於本次賽會活動資訊來源主要來自「學校」（27%），此應與受訪者多為學生有關。

停留天數方面，參賽隊職員因賽事關係停留天數較久，51.6%會停留5天，與賽會舉辦期間天數相似，而外縣市觀眾多數來自距離較近的縣市，停留時間多以1天（47.1%）當天往返為主，而當天往返較能前往台中一中商店街及逢甲夜市，除此之外，雖然參賽隊職員停留天數較長，但因賽程關係，參訪其他觀光景點的機會較少，觀眾多為當天往返者，且主要目的多為前來觀賞賽事，安排至其他觀光景點遊覽的比例不高，因此對照 Kurtzman 和 Zauhar（1997）及 Gibson（1999）所提出的觀點，本研究之參與者所從事運動觀光類型是以運動為主要目的，只有在比賽閒暇時才抽空在當地觀光旅遊。

第三節 參與者對運動賽會觀感態度分析

針對參加這次比賽是否為參與者前來台中市的主要目的，參與者對台中市的印象、對台中市服務與建設的看法，而參與者對運動賽會觀感態度可分為籌辦態度、賽會態度、企業贊助態度等部分進行分析，以瞭解參與者對運動賽會的觀感態度為何。

一、受訪者目的分析

在受訪參與者目的分析結果部分，有 74.8% 的參與者以參加（觀賞）這次比賽為前來台中市的主要目的（如表 4-17）。若沒有這次比賽，有 76.7% 的參與者在未來三個月內會前來台中市（如表 4-18）。

表 4-17 受訪者目的分析表

參加（觀賞）這次比賽是否為您來台中市的主要目的		
	次數	百分比（%）
否	106	25.2
是	314	74.8
總計	420	100

表 4-18 受訪者未來三個月是否會來台中市分析表

如果沒有這次比賽，未來三個月是否會來台中市		
	次數	百分比（%）
否	98	23.3
是	322	76.7
總計	420	100

二、受訪者對台中市印象分析

受訪者對台中市印象以用 Likert 五點量表進行評估，其中以願意再來本地旅行、渡假類似比賽得分 4.45 最高，願意到台中市投資、開店、工作的得分 4.06 最低；整體得分為 4.25，詳如表 4-19。

表 4-19 受訪者對台中市印象分析表

題目	平均數	標準差	排名	整體平均數
再來本地旅行、渡假	4.45	0.68	1	4.25
再來觀賞類似比賽	4.43	0.69	2	
退休後定居本地	4.07	0.89	3	
投資、開店、工作	4.06	0.88	4	

三、受訪者對台中市服務與建設看法

受訪者對台中市服務與建設看法部分，對台中市周邊文化與觀光活動的平均分數 4.23 最高，而交通與市容景觀建設的平均分數 4.05 最低；整體平均分數為 4.15，詳如表 4-20。

表 4-20 受訪者對台中市服務與建設看法分析表

題目	平均數	標準差	排名	整體平均數
對本次運動會籌辦	4.20	0.86	2	4.15
周邊文化與觀光活動	4.23	0.76	1	
交通與市容景觀建設	4.05	0.91	4	
運動場館設施與服務	4.10	0.90	3	

四、不同身分參與者對賽會觀感態度分析

本研究問卷採用 Likert 五點量表對受訪者進行態度評估，不同身分的參與者運動賽會觀感態度的差異情形。

研究結果顯示，在賽會態度部份，參賽隊職員共計 122 位 ($M=35.49$ ， $SD=2.92$)、本地觀眾共計 160 位 ($M=33.58$ ， $SD=4.86$)、外縣市觀眾共計 138 位 ($M=32.23$ ， $SD=4.56$)。而整體平均分數為 4.21，表示受訪者對舉辦賽會能提高台中市知名度、榮譽感、場館品質等，有相當的認同感，其中又以參賽隊職員認同程度最高。

在籌辦態度部份，參賽隊職員共計 122 位 ($M=13.02$ ， $SD=1.35$)、本地觀眾共計 160 位 ($M=12.49$ ， $SD=1.95$)、外縣市觀眾共計 138 位 ($M=12.14$ ， $SD=1.84$)。而整體平均分數為 4.18，表示受訪者對舉辦賽會能改善台中市風貌、縮短城鄉差距等，有相當的認同感，其中又以參賽隊職員認同程度最高。

在企業贊助態度部份，參賽隊職員共計 122 位 ($M=21.99$ ， $SD=2.21$)、本地觀眾共計 160 位 ($M=20.47$ ， $SD=3.27$)、外縣市觀眾共計 138 位 ($M=19.93$ ， $SD=3.21$)，而整體平均分數為 4.15，表示受訪者對舉辦賽會能改善政府財政負擔，獲得實質廣告效益等，有相當的認同感，其中又以參賽隊職員認同程度最高。

以不同身分參與者在整個賽會觀感態度分析而言，發現在賽會態度、籌辦態度、企業贊助態度的認同程度皆為參賽隊職員優於本地觀眾，而本地觀眾又優於外縣市觀眾，詳如表 4-21。

表 4-21 參與者運動賽會觀感態度之描述統計摘要表

變項名稱	組別	N	平均數	標準差
賽會態度	參賽隊職員	122	4.44	2.92
	本地觀眾	160	4.20	4.86
	外縣市觀眾	138	4.03	4.56
	全體	420	4.21	4.46
籌辦態度	參賽隊職員	122	4.34	1.35
	本地觀眾	160	4.16	1.95
	外縣市觀眾	138	4.05	1.84
	全體	420	4.18	1.78
企業贊助 態度	參賽隊職員	122	4.40	2.21
	本地觀眾	160	4.09	3.27
	外縣市觀眾	138	3.99	3.21
	全體	420	4.15	3.09

本單元採用單因子變異數分析，分別瞭解不同身分參與者在「賽會態度」與「籌辦態度」與「企業贊助態度」上的差異情形。

不同身分參與者在賽會態度 ($F=18.86$ ； $P<.05$)、籌辦態度 ($F=8.06$ ； $P<.05$)、企業贊助態度 ($F=16.46$ ； $P<.05$) 達顯著差異，表示不同身分參與者在「賽會態度」、「籌辦態度」與「企業贊助態度」上有差異存在，再以雪費法 (Scheffe's method) 進行事後比較，發現在「賽會態度」上，參賽隊職員優於本地觀眾，本地觀眾又優於外縣市觀眾；在「籌辦態度」上，參賽隊職員優於本地觀眾及外縣市觀眾；在「企業贊助態度」上，參賽隊職員優於本地觀眾及外縣市觀眾。造成此

結果的原因，可能為參賽隊職員停留天數偏多，因此感受較為強烈，詳見表 4-22。

表 4-22 不同身分對運動賽會觀感態度之變異數分析摘要表

變項名稱	變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F	事後比較
賽會態度	組間	691.36	2	345.68	18.86*	隊職員 >
	組內	7644.02	417	18.331		本地 > 外
	總和	8335.38	419			縣市
籌辦態度	組間	49.61	2	24.81	8.06*	隊職員 >
	組內	1283.04	417	3.077		本地、外
	總和	1332.66	419			縣市
企業贊助態度	組間	292.42	2	146.208	16.46*	隊職員 >
	組內	3703.25	417	8.881		本地、外
	總和	3995.66	419			縣市

*P<.05

本研究受訪者在不同態度構面分析當中，各身份的參與者對於籌辦、賽會、企業贊助的態度方面多數抱持正面肯定態度，調查結果與 2001 年世界盃棒球錦標賽效益評估（體委會，2001）相似。

受訪者對賽會態度構面中，外縣市觀眾同意「運動賽會具有商業行銷與廣告之效果」，顯示運動賽會可以吸引大量非當地觀光客，因此具有吸引力的賽會即具有行銷廣告效果，觀眾通常比參賽者來得重要此與 Sofield(2003)、Hincb & Higbam(2004)所提出的研究結果相符。

本研究之受訪者籌辦態度構面與曾慧青（2006）所指出

的「國家大型運動賽會之舉辦效益廣泛多元，對國家或城市之形象塑造有正面的助益」；程紹同（2004）所指出的：「大型運動賽會之舉辦可以促進都市再造以及國家整體發展」；Preuss(2004)所指出的：「運動或休閒活動可建構民眾共同目標與凝聚力、宣傳城市獨到的文化特色、提升城市印象與知名度、更新城市建設與市容再造。」；林中進（2006）指出：「舉辦大型國際綜合運動會所能產生的正面影響包括提升社會凝聚力、體育活動參與」等過去相關研究之運動賽會效益結果相符，而本地觀眾對於舉辦賽會能提高城市知名度、改善公共建設發展、增加榮譽感的認同度更是較參賽隊職員及外縣市觀眾高，顯示本地觀眾對於賽會對當地所帶來的效益影響感受較深。

本研究受訪者對企業贊助賽會態度構面，與 Geng, Burton 與 Blakemore（2002）所提出的：「企業參與運動贊助之動機在於建立企業良好形象、增進企業良好公共關係」；Howard 與 Crompton（1995）所提出的：「運動贊助效益為增加消費者對產品認識、企業形象的強化」等研究結果相符，尤其是對於專程從外地前來的參賽隊職員而言，更能夠注意場邊的贊助廣告物，因此同意程度更甚其他二者。此外，企業贊助是增加運動賽會經費最大來源之一，程紹同（2001b）認為：「隨著政府預算的短缺，尋求來自政府以外的社會資源便是相當重要的」，此看法與舉辦城市當地民眾相同，本地觀眾認同「透過企業贊助可以減輕政府財政負擔」。

第四節 經濟效益評估

為推估 2009 年全國運動會參與者消費及對台中市所帶來的經濟影響，本研究所蒐集到參與者之各項消費項目與金額即為直接效益，利用直接效益評估參與者消費行為對於台中市經濟影響及助益。

在直接效益分析之中，經由消費直接產生的經濟影響稱為「直接效益，本研究將場場調查所獲得之參與者消費情形進行分析，以瞭解參與者消費對台中市經濟所帶來之直接效益。

參與者在平均每日花費方面可分為餐飲服務、交通運輸、住宿、娛樂服務、紀念品、購物、雜費等項，每人花費金額以參賽隊職員每日平均花費 2,288.11 元為最多，其中餐飲費及住宿費所佔比例最高；本地觀眾花費則較少，每人平均花費金額為 1,128.71 元，以餐飲費和交通費所佔比例較高；就外縣市觀眾而言，平均每日花費為 2,044.56 元，餐飲費、住宿費和交通費佔消費金額比例多數，詳見表 4-23。

表 4-23 參與者平均每日花費分析表

項目	參賽隊職員		本地觀眾		外縣市觀眾	
	平均花費 (元)	標準差	平均花費 (元)	標準差	平均花費 (元)	標準差
餐飲費	543.36	381.15	362.71	822.35	519.35	648.58
交通費	455.90	346.01	187.43	822.17	345.39	461.9
住宿費	788.69	606.29	65.63	580.40	492.03	678.35
娛樂費	165.07	498.77	171.13	589.49	186.74	445.19
紀念品	90.58	186.65	61.25	171.47	85.51	221.33
購物費	190.41	433.36	263.06	872.49	366.12	1259.1
雜費	54.10	471.53	17.50	96.84	49.42	254.57
總和	2,288.11		1,128.71		2,044.56	

根據調查所得到之參與者平均每日花費金額，依照身分比例、停留天數比例，推算各項總消費金額，推估步驟如下：

一、推算不同身分參與者之各項消費總金額

計算公式為不同身分參與者之各項消費金額×停留天數×各停留天數比後之總和。

例如：參賽隊職員總餐飲費推算為 2,426.65 元（表 4-24）

表 4-24 參賽隊職員總餐飲費推算表

參賽隊職員平均 每日餐飲費 (元)	停留天數	停留天數百分比 (%)	乘績
543.36	1	2.5	13.58
543.36	2	3.3	35.86
543.36	3	8.2	133.67
543.36	4	27.00	586.83
543.36	5	51.60	1,401.87
543.36	6	4.90	159.75
543.36	7	2.50	95.01
543.36	8	0	0
543.36	9	0	0
總和			2,426.65

依照上述方式計算不同身分參與者之各項消費總金額，其中發現，所有消費金額最多的身份別為參賽隊職員，而娛樂費為本地觀眾多於外縣市觀眾，其他消費金額的項目外縣市觀眾的平均消費皆高於本地觀眾，其詳見如表 4-25。

表 4-25 不同身分參與者之各項消費總金額分析表

項目	身分	參賽隊職員	本地觀眾	外縣市觀眾
餐飲費 (元)		2,426.65	885.74	1,148.28
交通費 (元)		2,036.05	457.70	763.66
住宿費 (元)		3,522.29	160.27	1,087.88
娛樂費 (元)		737.20	417.90	412.88
紀念品 (元)		404.53	149.57	189.06
購物費 (元)		850.37	642.39	809.49
雜費 (元)		241.61	42.74	109.27
總和 (元)		10,218.70	2,756.31	4,520.52

二、將上述不同身分參與者之消費總金額分別按照人數比例相乘後之總和即為每人平均總消費金額，其中參賽隊職員佔比例為 29.0%、本地觀眾 38.10%，外縣市觀眾 32.9%，計算後推估每人平均總消費金額為 5,557.30 元計算詳見表 4-26。

表 4-26 每人平均總消費金額估算表

項目	身分	參賽隊職員	本地觀眾	外縣市觀眾	總和
餐飲費 (元)		703.73	337.47	377.78	1,418.90
交通費 (元)		590.45	174.38	251.24	1,016.07
住宿費 (元)		1021.46	61.06	414.48	1,497.00
娛樂費 (元)		213.79	159.22	135.84	508.85
紀念品 (元)		117.31	56.99	62.20	236.50
購物費 (元)		246.61	244.75	266.32	757.68
雜費 (元)		70.07	16.28	35.95	122.30
總和					5,557.30

而針對本研究在經濟效益的調查分析結果進行討論，直接經濟影響部份，本研究調查出參與者平均每日花費，參賽隊職員為 2,288.11 元、本地觀眾為 1,128.71 元、外縣市觀眾為 2,044.56 元，整體而言每人每日平均消費值為 1,820.46 元，高於 2002 年全國大專運動會所得到的調查值 1,355 元(劉照金、葉公鼎，2003)，也高於 2007 全國運動會所得調查值 1,278 元(黃郁雅，2009)。

第五章 結論與建議

本章依據研究動機與目的，探討 2009 年全國運動會參與者基本背景屬性與參與行為特性，利用問卷訪查法進行參與者對賽會舉辦的觀感態度分析，消費金額推估賽會經濟效益。本章將分為三小節，第一節歸納分析與研究發現；第二節，回應研究目的進行結論；在第三節提出針對實務及後續研究之建議。

第一節 研究發現

綜合本研究之發現如下：

一、2009 年全國運動會參與者之參與特性

(一) 人口背景變項

參與者多為 16 至 20 歲、未婚，教育程度為大學的在學學生為主，由於學生並無職業收入，因此個人月所得多在 10,000 元以下，每個月個人之運動休閒支出以 1,000 元以下為主。

(二) 參與行為特性

本研究受訪參與者的身份多以來自臨近縣市如台中縣、彰化縣的觀眾為主，在本次賽會中，他們與 2 至 5 人的朋友一同前來，而居住地距離比賽地點可當天往返，因此停留天數多為一天。參與者身份組成其次為參賽隊職員，通常與老師、教練一同行動，同伴人數平均在 6~10 人左右，停留天數約為 5 天和比賽舉辦天數略同。參與者在賽事舉辦期間以觀賞或參賽比為為主要目的，除了比賽場地旁的景點，少許會搭配安排額外參觀當地景點的行程，關於活動相關資訊是

透過學校和電視取得，對於現場辨識度最高廣告為中友百貨公司、維他露、國華人壽。

二、參與者對運動賽會觀感態度

以 Likert 五點量表評估不同身份參與者於 2009 年全國運動會的觀感態度整體得分平均為 4.18，顯示本次賽會除了可用金錢貨幣衡量效益之外，在籌辦、賽會、企業贊助等方面亦給予本次賽會參與者一個好的體驗。

結果發現在「賽會態度」上，參賽隊職員、本地觀眾與外縣市觀眾都有顯著差異，且參賽隊職員優於本地觀眾，本地觀眾又優於外縣市觀眾；在「籌辦態度」上，參賽隊職員優於本地觀眾及外縣市觀眾；在「企業贊助態度」上，參賽隊職員優於本地觀眾及外縣市觀眾。

三、經濟效益

經濟影響方面，參賽隊職員平均每日花費 2,288.11 元、本地觀眾 1,128.71 元、外縣市觀眾 2,044.56 元，在賽會舉辦期間參與者平均總消費為 5,557.3 元，整體而言每人每日平均消費值為 1,820.46 元。

第二節 結論

在參與者特性上，以學生來參與或觀賞短天期的比賽為主，而在態度是以參賽隊職員的感受最為強烈，在經濟效益評估上每人花費在 1820 元，對刺激台中市經濟確實有其貢獻。

第三節 建議

一、對未來籌辦單位之建議

(一) 對參賽隊職員而言

本研究調查結果顯示，參賽隊職員對本次運動會籌辦及運動場館設施與服務給予正面肯定，未來籌辦單位需維持其服務水準，而研究結果發現餐飲、住宿、交通等服務是佔參賽隊職員消費比例較重的部分，也是影響選手比賽表現的重要因素，而參賽隊職員除了賽程之外，較少特地前往觀光景點，因此滿足參賽隊職員基本需求是首要之任務，籌辦單位提供完整的餐飲代訂服務、住宿資訊及優惠、往返比賽場地之間次數頻繁接駁車等，或與相關業者結盟提供較優惠的服務，讓參賽隊職員在食、住、行方面無後顧之憂，進而發揮出最好的競賽表現。

(二) 對本地觀眾而言

多數本地觀眾認為舉辦賽會可提高城市知名度、改善公共建設、增加居民榮譽感、提高當地運動風氣等正面功能，提升本地觀眾對賽會參與感，賽會前透過學校、電視給予充分的資訊，賽會舉辦期間可結合學校體育課程或配合觀眾人潮在夜間或假日安排決賽賽事，吸引更多本地觀眾，讓其感受賽會帶來的良好經驗，進而支持日後其他賽會的舉辦。

(三) 對外縣市觀眾而言

外來觀眾人數越多或停留天數更長，將為舉辦城市帶來的消費金額就越多，所創造經濟效益也隨之增加，本次調查的外縣市觀眾中，停留一天佔大多數，所以主辦單位應提供住宿或參觀景點的優惠價格將更能吸引人潮留下，創造更高效益。因此在規劃周邊活動及行銷賽會時，應以外縣市觀眾需求為主要考量，提供賽程資訊提供觀眾前往觀賞亦安排大

眾運輸服務，觀光景點方面提供多日遊行程的安排資訊及住宿優惠，讓賽會舉辦多元化，吸引更多外來民眾參與。

二、對後續研究之建議

賽會的影響及意義是多元且豐富的，在評估的方式應更加全面性，盡可能將所有經濟、社會之正負面影響或長短期影響納入考量。本研究基於時間、人力、經費因素，加上 2009 年全國運動會的比賽場地眾多，無法完整的在賽事舉辦期間到所有的場地進行調查，且研究者僅為一般學生，對於政府行政機關相關統計資訊之蒐集較不容易，因此有調查規模限制。建議後續研究者克服本研究之限制擴大調查規模，以確實掌握賽會創造之效益與規模，或瞭解賽會籌辦之優缺點以利未來籌辦者能夠及時修正。

參考文獻

一、中文文獻

- 王宗吉 (2004)。運動社會學。台北市：洪葉。
- 王書錚 (2003)。中共籌辦 2008 年奧運對北京發展可能影響—北京奧運經濟個案分析。國立台灣大學碩士論文，未出版，台北市。
- 王瑞霞 (1994)。社區老年人健康體能活動參與及相關因素的探討。行政院衛生署委託研究計畫。高雄市：高雄醫學大學護理學院。
- 北京奧運經濟研究會 (2003)。奧運經濟的概念和基本特徵。2007 年 12 月 20 日取自北京奧運經濟研究網，網址 http://www.2008boa.com/Detail.aspx_sort=&a_id=3324。
- 行政院體育委員會 (1999)。中華民國體育白皮書。台北市：作者。
- 行政院體育委員會 (2000a)。2010 年前我國辦理國際間重大運動會評估報告。台北市：作者。
- 行政院體育委員會 (2000b)。89 年體育統計。台北市：作者。
- 行政院體育委員會 (2001)。2001 年世界盃棒球錦標賽效益評估。台北市：作者。
- 行政院體育委員會 (2002)。91 年體育統計。台北市：作者。
- 行政院體育委員會 (2004)。93 年體育統計。台北市：作者。
- 行政院體育委員會 (2005)。94 年度運動休閒概況調查統計推估。台北市：作者。
- 行政院體育委員會 (2006)。95 年體育統計。台北市：作者。
- 行政院體育委員會 (2006)。運動與產業。台北市：作者。

- 何光明 (2003)。台灣美津濃公司贊助民國九十二年全國運動會效益分析。國立台灣師範大學運動休閒研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 吳宏蘭 (1993)。某教學醫院參加健康檢查者之運動及攝鈉行為探討。國立臺灣師範大學衛生教育研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 季瑋珠、符春美 (1992)。社區民眾從事體能活動之研究。中華衛誌，11(4)，328-339。
- 林中進 (2006)。申辦國際綜合運動賽會成敗因素研究。國立中山大學碩士論文，未出版，高雄市。
- 林房儻、林文郎、莊木貴、黃煜、張振崗、呂佳霏、王慶堂 (2004)。我國運動休閒產業發展策略之研究。台北市：行政院體育委員會。
- 林昌國、伍為瓊 (2007)。運動休閒俱樂部消費者參與行為之差異研究—以聯園活動中心為例。中華人文社會學報，6，118-136。
- 林晏州、林寶秀 (2006)。戶外遊憩研究期刊之研究趨勢分析。戶外遊憩研究，19(2)，1-32。
- 林瑞雄 (1991)。國民健康調查之規劃與試驗。行政院衛生署委託研究期末報告。台北市：國立台灣大學公共衛生學院。
- 姜逸群、呂槃、江永盛、黃雅文 (1988)。民眾的健康意識及中老年疾病之預防健康行為調查。衛生教育雜誌，9，67-81。

- 徐本力 (2005)。對北京申奧成功的經濟效益的幾點理性思考。2005年8月7日。取自運動神網
http://www.sportsnt.com.tw/sample/sposample/Sample_03.asp?struct_id=8086
- 許樹淵 (2004)。運動賽會管理。台北：師大書苑。
- 陳聖翔、王慶堂 (2005)。93年全民運動會參與者對賽會及企業贊助之態度研究。2005年台灣體育運動與健康休閒發展趨勢研討會論文集。嘉義縣：吳鳳技術學院。
- 曾慧青 (2006)。2006世足賽的價值分析。2007年12月30日，取自財團法人國家政策研究基金會網站，網址
<http://www.npf.org.tw/particle-1968-3.html>。
- 程紹同 (1999)。第五促銷元素-跨世紀百億美元贊助理念解析。台北市：廣告雜誌。
- 程紹同 (2001a)。現代奧運會主辦城市申辦模式研究。行政院國家科學委員會專案報告書。
- 程紹同 (2001b)。第五促銷元素。台北市：滾石文化。
- 程紹同 (2004)。運動賽會管理—理論與實務。台北：揚智文化。
- 黃金柱 (2006)。運動觀光導論。台北：師大書苑。
- 黃郁雅 (2009)。運動賽會參與者參與行為、態度與經濟效益評估—以2007年全國運動會為例。國立臺灣體育大學(臺中)運動管理研究所碩士論文，未出版，台中市。
- 黃煜 (2002)。美國職業運動產業發展趨勢分析。國民體育季刊，135，38-44。
- 奧運經濟網 (2007)。各主辦城市奧運會前後總體經濟狀況變化。2007年12月21日，取自奧運經濟網，

<http://big5.bjoe.gov.cn/hayjj/wz/200705/t176958.htm>。

奧運經濟網 (2008)。奧運後北京經濟發展策論。2008年12月10日，取自奧運經濟網，
<http://big5.bjoe.gov.cn/hayjj/zjsj/200812/t301484.htm>。

葉公鼎、陳俊忠、姜慧嵐、盧俊宏、鄭溫暖、林文郎等 (2003)。
興體育、拼經濟：體育與台灣經濟發展。台北市：天下遠見。

臺南市政府 (2007)。96年全國運動會經濟影響評估報告訊息。2008年1月3日。取自台南市政府全球資訊網
http://www.tncg.gov.tw/pda_01.asp?id=%7B854B2149-5E99-4F8E-984A-C69BB3706CE3%7D。

劉照金、葉公鼎 (2003)。91年度全國大專運動會賽會期間外地參與者之消費對高雄地區的經濟影響評估。*台灣體育運動管理學報*，2，14-30。

蔣宜龍 (1999)。企業贊助運動賽會效益之研究。國立體育學院運動管理研究所碩士論文，未出版，桃園縣。

盧煥升、魏瑞珣 (2004)。2002世界盃足球賽經濟效益分析。*國民體育季刊*，33(4)，72-77。

薛雲道 (2002)。全國運動會之歷史變遷。國立台灣師範大學運動休閒研究所碩士論文，未出版，台北市。

顏君彰 (2007)。我國大專院校運動賽會贊助發展指標建構之研究。國立雲林科技大學運動休閒研究所碩士論文，未出版，雲林縣。

二、外文文獻

- Bradley, A., Hall, T., & Harrison, M. (2002). Selling Cities: Promoting new image for meeting tourism. *Cities*, 19(1), 61-70.
- Comte, E., & Stogel, C. (1990). Sports: A \$63.1 billion industry. *The Sporting News*, 60-66.
- Dishman, R.K.(1991). Increasing, maintaining exercise and physical activity. *Behavior Therapy*, 22, 345-378.
- Ford,E.S. (1991). Physical activity behaviors in lower and higher socioeconomic status populations .*American Journal of Epidemiology*, 133,(12), 1246-1255.
- Geng, L., Burton, R., & Blakemore, C. (2002). Sport sponsorship in China: Transition and evolution. *Sport Marketing Quarterly*, 11(1), 20-32.
- Getz, D. (1997). *Event management and event tourism*. NY: Cognizant Communication Corporation.
- Gibson, H. J. (1999). Sport tourism: The rules of the game. *Parks & Recreation*, 34(6), 36-44.
- Harada, M. (2006). Organizing international sporting event and local innovation. 95 年國際綜合性運動賽會籌辦人才培訓研習營。台北：行政院體育委員會。
- Henderson, K. A. (1995). *Evaluating leisure services: Making enlightened decisions*. State College, PA: Venture Publishing, Inc.
- Hincb, T., & Highbam, J. (2004). *Sport tourism Development*.

- British: Channel View.
- Howard, D. R., & Crompton, J. L. (1995). *Financing sport*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc.
- Humphreys, T. R., & Plummer, M. K. (1995). *The economic impact on the state of Georgia of hosting the 1996 Summer Olympic Games*. Athens: University of Georgia, Selig Center for Economic Growth.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (1997). A Wave in Time – The Sports Tourism Phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 4(2), 5-20.
- McCarville, R. E., & Copeland, R. P. (1994). Understanding sport sponsorship through exchange theory. *Journal of Sport Management*, 8, 102-114.
- Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2007). *Sport marketing(3rd)*. Champaign, IL:Human Kinetics.
- Pitts, B. G., & Stotlar, D. K. (1996). *Fundamentals of sport marketing*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc.
- Preuss, H. (2004). *The Economics of Staging the Olympics. A Comparison of the Games 1972-2008*. Cheltenham, Glos: Edward Elgar.
- Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and Research issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2-11.
- Rossmann, J. R., & Schlatter B. E. (2003). *Recreation programming: Designing leisure experiences*. Champaign,

ILL: Sagamore Publishing.

Sandler, D. M., & Shani, D. (1989). Olympic Sponsorship vs. "ambush" Marketing: Who gets the gold?. *Journal of Advertising Research*, 11, 4-9.

Sofield, T. H. B. (2003). Sport tourism: From binary diversion to quadripartite construct. *Journal of Sport Tourism*, 8(3), 144-166.

Standeven, J., & Knop, P. D. (1993). *Sport Tourism*. Champaign, IL: Human Kinetics.

Thirlaway, K., & Benton, D. (1993). Physical activity in primary and secondary school children in West Glamorgan. *Health Education Journal*, 52(1), 37-41.

附錄

98 年全國運動會賽會經濟效益評估調查問卷

您好！

這是一份學術性的調查問卷，主要目的在於評估運動賽事對地方的經濟影響效益，研究結果可做為國內舉辦各類運動賽事的參考，問卷採不記名的方式填寫，沒有標準答案或對錯，只需要依據您本身的想法或實際情形回答，所有資料將僅用於研究分析，絕不做為其他用途，敬請放心填寫，您的答案對我國未來舉辦各項運動賽事非常重要，敬請協助完成這份問卷，感謝您的合作與時間。

敬祝 健康平安

國立臺灣體育學院運動管理學系 指導教授 王慶堂 博士

研究生 陳志崑 敬上

A 運動賽會之參與及消費

一、請問您的身分是

1. 參賽隊職員，參賽縣市_____，參賽總人數約 _____ 人
2. 本地觀眾（現居住台中市者）
3. 外縣市觀眾 居住地_____縣(市)

二、請問您和誰一起來參加（觀賞）本次比賽(可複選)? 總共_____人(包含自己)

1. 家人、親戚
2. 同事
3. 同學
4. 朋友
5. 老師、教練
6. 獨自一人
7. 其他 _____（請列出）


三、請問您主要是從何處得知本次比賽與活動的資訊?（可複選）

1. 報紙
2. 電視
3. 網路
4. 道路廣告旗
5. 公車廣告
6. 親友告知
7. 學校
8. 其他

四、請問您預計觀賞本次比賽的競賽種類有_____項，總場數約為 _____場

五、請問您本次預計在台中市停留_____天，_____晚

六、請問您是否有看到大會贊助廠商之廣告物，可判斷出下列廠商（可複選）。

1. 
2. 
3. 
4. 
5. 
6. 
7. 
8. 
9. 
10. 
11. 

七、請問您本次除了觀看比賽之外，還計畫去台中市哪些觀光景點？

1. 台中都會公園
2. 美術館
3. 台中孔廟
4. 東海大學藝術街
5. 自然科學博物館
6. 大坑風景區
7. 西大墩文化館
8. 賴高山藝術紀念館
9. 精明一街
10. 台中公園
11. 逢甲夜市
12. 台中一中商店街
13. 豐樂雕塑公園
14. 20 號倉庫
15. 其他_____
16. 無

八、請估計您在台中市參賽（觀賞）期間，平均每日的花費

1. 飲食費_____ 元（餐廳、小吃、球場內、便利商店等）
2. 交通費_____ 元（公車、計程車、租車、汽油費、停車費等）
3. 娛樂費_____ 元（旅遊景點門票、電影、KTV 等）
4. 比賽紀念品_____ 元（比賽相關 T 恤、紀念品、吉祥物等）
5. 購物費_____ 元（與比賽無關的衣服、禮物、紀念品等）
6. 住宿費_____ 元（旅館、汽車旅館等）。 借住親友家
7. 雜費_____ 元（請說明_____）

九、參加（觀賞）這次比賽是否是您來台中市的主要目的？是，不是。

十、如果沒有這次比賽，請問您在未來三個月是否會來台中市？會，不會。

十一、您這次來台中市參加（觀賞）比賽之後，對本地的印象：

1. 再來本地旅行、渡假 非常願意 願意 無意見 不願意 非常不願意
2. 再來觀賞類似比賽 非常願意 願意 無意見 不願意 非常不願意
3. 退休後定居本地 非常願意 願意 無意見 不願意 非常不願意
4. 來投資、開店、工作 非常願意 願意 無意見 不願意 非常不願意

十二、您這次來台中市參加（觀賞）比賽之後，對本地的服務與建設的看法：

1. 對本次運動會的籌辦 非常滿意 滿意 無意見 不滿意 非常不滿意
2. 周邊文化與觀光活動 非常滿意 滿意 無意見 不滿意 非常不滿意
3. 交通與市容景觀建設 非常滿意 滿意 無意見 不滿意 非常不滿意
4. 運動場館設施與服務 非常滿意 滿意 無意見 不滿意 非常不滿意

B 對運動賽會籌辦之觀感態度

以下題目請依照您的意見與觀感，在您認為最適合之□中打「√」，謝謝您。

	非 常 同 意	同 意	無 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
1. 您認為舉辦全運會提高了台中市的城市知名度……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 您認為透過全運會改善了台中市的公共建設之發展…	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 您認為舉辦全運會增加了台中市居民的榮譽感……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 您認為舉辦全運會可以促進台中市經濟繁榮……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 您認為舉辦全運會是一個成功的城市行銷……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 您認為全運會成功結合運動會、文化民俗與觀光活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 您認為透過全運會改善了台中市運動場館的品質……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 您認為透過運動賽會辦理可以提高台中市之運動風氣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 您認為辦理運動賽會可以讓國人更認識台中市風貌…	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 運動賽會具有商業行銷與廣告之效果……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 全國性運動賽會應由各縣市輪流主辦以縮短城鄉差距	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 企業贊助運動賽會有助於提昇企業與商品知名度……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 企業贊助運動賽會具有公益、健康之品牌形象……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 透過企業贊助運動賽會可以減輕政府財政之負擔……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 透過企業贊助運動賽會可以提高運動賽會之價值……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 企業贊助運動賽會可以獲得實質的廣告效益……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C 受訪者基本資料

一、性別

1. 男 2. 女

二、年齡：_____足歲（98-出生年）

三、教育程度（含已畢業或正在就學中）

1. 小學 2. 國中、初中 3. 高中、高職 4. 大學、專科
5. 碩士 6. 博士

四、職業

1. 學生 2. 軍公教 3. 服務業 4. 農林漁牧業
5. 工 6. 商 7. 自由業 8. 家管
9. 其他 _____（請列出）

五、個人月所得（不含家長給的零用錢）

1. 10,000 以下 2. 10,001-20,000 3. 20,001-30,000 4. 30,001-40,000
5. 40,001-50,000 6. 50,001-60,000 7. 60,001-70,000 8. 70,000 以上

六、每個月個人之運動休閒支出（包含從事運動、休閒、健身或身體性活動之直接與間接經費支出…等）

1. 1,000 元以下 2. 1,001-3,000 元 3. 3,001-5,000 元 4. 5,001-7,000 元
5. 7,001-9,000 元 6. 9,001-11,000 元 7. 11,001-13,000 元 8. 13,001 元以上

七、婚姻家庭狀況

1. 未婚 2. 已婚 3. 離婚

八、家中共有 18 歲以下的小孩_____人

-----問卷到此結束，再次感謝您的參與及協助，謝謝-----

研究人員使用

訪問日期：_____，比賽場地，非比賽場地

訪員簽名：_____