

國立台灣體育學院運動管理系碩士班
碩士學位論文

劍道運動參與行為之研究
-以 2010 年全民運動會為例

KENDO SPORTS PARTICIPATION BEHAVIOR
- A CASE STUDY OF THE 2010 NATIONAL GAMES



研究生：劉隴琦 撰

指導教授：林文郎 博士

中華民國一零零年六月
臺中市

論文名稱：劍道運動參與行為之研究-以 2010 年全民運動會
為例 總頁數：216 頁

院校所組別：國立台灣體育學院運動管理系碩士班

畢業時間及提要別：九十九學年度第二學期碩士學位論文

研究生：劉隴琦

指導教授：林文郎博士

中文摘要

本研究旨在探討劍道運動參與行為。研究對象為參加本賽會的參與者。研究工具以自編「2010年全民運動會劍道錦標賽劍道運動參與行為量表」，採用李克特五點量表，共發出 220 份，回收 220 份，有效問卷為 190 份，有效問卷率為 83.3%。蒐集之資料以 SPSS 12.0 進行分析，包括：描述性統計、項目分析、因素分析、信度分析、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析、雪費法事後檢定以及典型相關。

研究結果發現，性別、婚姻狀況和學歷有顯著差異。男性對於參與動機較女性重視，婚姻狀況的未婚參與者較已婚的參與者重視。學歷則以高中（職）參與動機高於大學專科及研究所以上。在持續涉入方面研究結果發現，性別、婚姻狀況有顯著差異。男性對於持續涉入高於女性，婚姻狀況的未婚參與者持續涉入較已婚的參與者高。

在滿意度方面，研究結果發現，性別、婚姻狀況和學歷有顯著差異。男性對於滿意度高於女性，婚姻狀況的未婚參與者高於已婚的參與者。學歷則以高中（職）滿意度高於大學專科及研究所以上。

根據典型相關之結果顯示，若參與者在「教練專業技能」、「道館同儕關係」及「練習環境」等三個因素上擁有較

高的滿意度，則對於忠誠會的「推薦他人」及「繼續參與」上的忠誠度則愈高。

關鍵詞：劍道運動、參與動機、持續涉入、滿意度、忠誠度

Title of Thesis: Kendo Sports Participation Behavior-
A Case Study of the 2010 National Games
Name of Institute: Depart of Sports Management, National
Taiwan College of Physical Education
Graduate date: June 2011 Degree Conferred: M.P.E
Name of Student: Liu Lung-Chi Adviser: Dr. Lin Wen-Long

Abstract

This study aimed to understand Kendo participation behavior in the 2010 National Kendo Championships. Quantitative research method was applied and Kendo participation behavior scale was adopted as the research tool in this study. The questionnaire was designed based on Likert 5 Point Scale. Two hundreds and twenty questionnaires were issued in the field in which 190 valid questionnaires of 83.3% were valid questionnaires. Descriptive statistics, item analysis, factor analysis, reliability analysis, independent samples test, One-way ANOVA, Scheffe's test and Canonical Correlation Analysis with SPSS 12.0 were all used as methods to analyze the collected data.

The result of this research indicated differences in the participation motivation of participants in gender, marital status and education. It showed men were more than women, single people were more than married people and senior high school students were more than college or institute students. Moreover, there were differences in continue practicing in gender and marital status that men were more than women and single people were more than married people. In the satisfaction degree, men were higher than women, single people were higher than married people and the senior high school students were higher than college and institute students.

According to the result in Canonical Correlation Analysis, the higher satisfaction degree of participants was depending on coach's guidance, interpersonal relationship and training environment. And the higher of loyalty in recommend other people and continue practicing.

Keywords: Kendo, participation motivation, continue practicing, satisfaction degree, loyalty

謝誌

隨著論文的完成，個人的求學生涯也即告一段落，兩年的研究所生活，因為有同學的互相扶持，參與討論並且互相鼓勵成長，感謝身邊親朋好友實質協助，感謝恩師林文郎博士的指導與悉心教誨，使學生在研究方法與思路更加清楚，真是獲益良多；感謝口試委員洪嘉文博士、葉景雯博士於百忙之中指導，斧正論文的缺失與不足，並提供許多寶貴的意見。

最深的感謝莫過於我最摯愛的父母親及內人朱一如、兩個兒子冠廷、郁承，你們的包容、支持、鼓勵、付出，讓我無後顧之憂，更能專心於課業上，進而順利完成碩士班的學業。願將這份成果和喜悅與大家分享，感謝大家對我的關懷與鼓勵

劉隴琦謹誌於

國立臺灣體育學院運動管理系碩士班

2011年7月

目錄

中文摘要	I
Abstract	III
謝誌	V
目錄	VI
表目錄	VIII
圖目錄	XI
第壹章緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究問題	3
第四節 研究假設	4
第五節 研究範圍與限制	4
第六節 研究重要性	5
第七節 操作性定義	6
第貳章文獻探討	8
第一節 劍道運動的歷史沿革	8
第二節 參與動機的概念與相關研究	17
第三節 持續涉入的概念與相關研究	32
第四節 滿意度的概念與相關研究	48
第五節 忠誠度的概念與相關研究	66
第六節 參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間相關 研究	72
第七節 小結	80
第參章研究方法	81

第一節 研究流程	81
第二節 研究架構	83
第三節 研究方法	85
第四節 研究對象	87
第五節 資料處理	118
第肆章 結果與討論	121
第一節 劍道運動參與者現況之分析	121
第二節 劍道運動參與者人口統計變項、參與動機、持續涉入滿意度與忠誠度之分佈情形	126
第三節 不同人口統計變項與參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之差異分析	138
第四節 參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之多元迴歸分析	163
第五節 研究假設檢定	168
第伍章 結論與建議	172
第一節 結論	172
第二節 建議	176
參考文獻	179
中文文獻	179
英文部分	188
附錄一	195
附錄二	203
附錄三	211
附錄四	212
附錄五	214
附錄六	215

表目錄

表 2-1-1 道館分佈總表	13
表 2-1-2 歷年全民運動會劍道舉辦地	14
表 2-2-1 動機理論彙總表	22
表 2-2-2 參與動機構面	29
表 2-3-1 涉入定義彙總表	34
表 2-3-2 涉入分類內容	39
表 2-3-3 持續涉入定義	43
表 2-3-4 持續涉入的構面	46
表 2-4-1 各類滿意度定義彙總表	50
表 2-4-2 顧客滿意度的定義	54
表 2-4-3 學者滿意理論內容	60
表 2-4-4 學者顧客滿意度的構面	64
表 2-5-1 忠誠度定義	67
表 2-5-2 學者顧客忠誠度的構面	71
表 3-3-1 正式對象問卷	86
表 3-4-1 建構內容效度的專家學者及實地參與者名單	88
表 3-4-2 劍道運動參與者參與動機量表項目分析摘要表	92
表 3-4-3 劍道運動參與者參與動機量表因素分析摘要表	94
表 3-4-4 劍道運動參與者參與動機量表	97
表 3-4-5 劍道運動參與者持續涉入量表項目分析摘要表	99
表 3-4-6 劍道運動參與者持續涉入量表因素分析摘要表 ...	101
表 3-4-7 劍道運動參與者持續涉入量表	103
表 3-4-8 劍道運動參與者滿意度量表項目分析摘要表	105

表 3-4-9 劍道運動參與者滿意度量表因素分析摘要表	107
表 3-4-10 劍道運動參與者滿意度量表	110
表 3-4-11 劍道運動參與者忠誠度量表項目分析摘要表	113
表 3-4-12 劍道運動參與者忠誠度量表因素分析摘要表	115
表 3-4-13 劍道運動參與者忠誠度量表	117
表 4-1-1 受試者性別次數分配表	122
表 4-1-2 受試者年齡次數分配表	122
表 4-1-3 受試者婚姻狀況次數分配表	123
表 4-1-4 受試者學歷次數分配表	123
表 4-1-5 受試者月收入次數分配表	124
表 4-1-6 受試者職業次數分配表	125
表 4-2-1 劍道運動參與者參與動機題項分數排序表	127
表 4-2-2 劍道運動參與者參與動機構面分數排序排序表 ...	128
表 4-2-3 劍道運動參與者持續涉入題項分數排序表	129
表 4-2-4 劍道運動參與者持續涉入構面分數排序排序表 ...	130
表 4-2-5 劍道運動參與者滿意度題項分數排序表	132
表 4-2-6 劍道運動參與者滿意度構面分數排序排序表	133
表 4-2-7 劍道運動參與者忠誠度項分數排序表	134
表 4-2-8 劍道運動參與者忠誠度構面分數排序排序表	135
表 4-3-1 不同性別參與者的參與動機獨立樣本 t 檢定分析 .	139
表 4-3-2 不同年齡參與者的參與動機 MANOVA 分析	140
表 4-3-3 不同婚姻狀況參與者的參與動機獨立樣本 t 檢定分 析	141
表 4-3-4 不同學歷參與者的參與動機 MANOVA 分析	141
表 4-3-4 不同學歷在參與動機之單因子變異數分析摘要表	142
表 4-3-5 不同職業參與者的參與動機 MANOVA 分析	143

表 4-3-6 不同個人月收入參與者參與動機 MANOVA 分析 ..	143
表 4-3-7 不同性別參與者的持續涉入分析之獨立樣本 t 檢定 中差異分析	144
表 4-3-8 不同年齡對持續涉入同意程度之 MANOVA 差異分析	145
表 4-3-9 不同婚姻狀況對持續涉入同意程度之獨立樣本 t 檢 定	145
表 4-3-10 不同學歷參與者的持續涉入 MANOVA 分析	146
表 4-3-11 不同職業參與者的持續涉入 MANOVA 分析	147
表 4-3-12 不同個人月收入參與者持續涉入 MANOVA 分析	147
表 4-3-13 不同性別參與者的滿意度分析之獨立樣本 t 檢定中 差異分析	149
表 4-3-14 不同年齡對滿意度同意程度 MANOVA 差異分析	150
表 4-3-15 不同婚姻狀況對滿意度同意程度之獨立樣本 t 檢定	150
表 4-3-16 不同學歷參與者的滿意度 MANOVA 分析	151
表 4-3-18 不同職業參與者的滿意度 MANOVA 分析	153
表 4-3-19 不同個人月收入參與者的滿意度 MANOVA 分析	153
表 4-3-20 不同性別參與者的忠誠度分析之獨立樣本 t 檢定中 差異分析	154
表 4-3-21 不同年齡對忠誠度同意程度 MANOVA 差異分析	155
表 4-3-22 不同婚姻狀況對忠誠度同意程度之獨立樣本 t 檢定	155
表 4-3-23 不同學歷參與者的忠誠度 MANOVA 分析	156
表 4-3-24 不同職業參與者的忠誠度 MANOVA 分析	157
表 4-3-25 不同個人月收入參與者的忠誠度 MANOVA 分析	157

表 4-3-26 不同人口統計變項對參與動機同意程度差異分析	159
表 4-3-27 不同人口統計變項對持續涉入同意程度差異分析	160
表 4-3-28 不同人口統計變項對滿意度同意程度差異分析	162
表 4-4-1 滿意度與忠誠度之迴歸分析係數表	164
表 4-4-2 滿意度與忠誠度之典型相關分析摘要表	166
表 4-5-1 不同背景變項在參與動機研究假設彙整表	168
表 4-5-2 不同背景變項在單因子變異數研究假設彙整表	169
表 4-5-3 不同背景變項在滿意度研究假設彙整表	170
表 4-5-4 不同背景變項在忠誠度研究假設彙整表	170
表 4-5-5 參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間 相關研究假設彙整表	171

圖目錄

圖 3-1-1 研究流程圖	82
圖 3-2-1 研究架構圖	83
圖 3-4-1 量表建構流程	89
圖 4-1 滿意度影響忠誠度之路徑圖	165
圖 4-2 滿意度與忠誠度之典型相關分析圖	170

第壹章 緒論

本研究旨在透過劍道運動參與者的調查研究，探討台灣劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度間的關係，提供台灣劍道運動推廣者作為參考的依據。本章包括七節：第一節是研究背景與動機；第二節是研究目的；第三節是研究問題；第四節是研究假設；第五節是研究範圍與限制；第六節是研究的重要性；第七節是操作性名詞；茲將各節分述如下。

第一節 研究背景

全球化的競速時代，社會快速發展變遷、經濟繁榮、資訊發達，生活水準日漸提高、多元的價值觀不但影響現代人的身心靈，也為了應付未來許多挑戰與競爭所面臨的壓力，多數人選擇運動來紓解壓力。吳正義（2004）指出雖然每位運動參與者的動機、目的不盡相同，但是從運動參與中所獲得到的樂趣，確實可以促進運動參與者對於參與身體活動的堅持，進而成為終身樂於去從事的運動。持續從事休閒活動，能有效降低文明病發生率，延長個人壽命及生活品質提昇（Rowland, 1990；Erick, 1996；林正常，1998；賴美淑，2000；林敬銘，2006）。運動對於身體有非常多的好處，除了可以幫助消耗熱量，減輕體重、強化肌肉，減少疾病、增強免疫能力，促進心肺功能、舒展身心、減少腰酸背痛，減低工作帶來的沉重壓力。陳仲杰（2006）指出休閒運動的種類有球類運動、健身類運動、冒險

類運動、聯誼性運動、防衛性運動、親子運動、參觀運動競賽。

劍道運動為休閒運動中技擊運動之一，郭弘一（1999）指出劍道具有運動和武術的本質，長期修習，不僅能促進身體健康、增強精神活力外，同時能培養出堅強的意志力、專注力和果敢進取的性格，以及敏銳的反應與判斷力和冷靜自信的態度，這些優點不只用於武術，對個人處事的理法或事業的經營都助益良多。劍道學習有不分年齡及經驗背景都可以的優點，劍道能提供多元化學習，透過種種練習去追求自我實現的目標（角正武，2003）。

由上述所言劍道運動是一個很適合被推展成為終生運動的運動項目。行政院體育委員會，初期以「陽光健身計畫」（趙麗雲，2000），自2001年起續以「運動人口倍增計畫」名義，專責推行全民休閒運動。劍道運動歸類在全民運動，劍道學習需要有專業的教練指導，護具的保護下才有良好的劍道運動休閒及安全的場地設施才能以劍會友相互切磋技能的地方劍道道館的因應而生。劍道運動人口有日益增加，令人不禁想到這些劍道運動參與者為何會選擇劍道運動做為休閒運動？參與後的感受為何？為何持續參與劍道運動等問題？選擇劍道運動會不會受到響參與過程中自我感受的利益高低而影響對於參與滿意評價也亦會影響持續參與的動力？則是所要關注的。

本研究欲針對台灣劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度進行探討，以提供相關單位參酌。

第二節 研究目的

依據上述研究背景與動機，本研究以2010年民運動會劍道比賽參與者為研究對象，瞭解劍道運動參與人口之現況，以及探討劍道運動參與者之參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度等構面來加以研究分析。以提供以提供劍道運動推廣者作為參考依據。

第三節 研究問題

依據上列之研究目的，本研究探討台灣劍道運動發展之現況、劍道運動之參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之相關性，本研究究之研究問題分述如下。

- 一、劍道運動參與者的人口特性為何？
- 二、劍道運動參與者參與動機的狀況為何？
- 三、劍道運動參與者持續涉入的狀況為何？
- 四、劍道運動參與者滿意度的狀況為何？
- 五、劍道運動參與者忠誠度的狀況為何？
- 六、劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度相關狀況為何？

第四節 研究假設

為進行嚴謹準確的統計考驗，以達成研究目的之要求，根據上述待答問題，本研究提出下列假設：

- 一、不同人口特性在劍道運動參與者參與動機無顯著差異。
- 二、不同人口特性在劍道運動參與者持續涉入無顯著差異。
- 三、不同人口特性在劍道運動參與者滿意度無顯著差異。
- 四、不同人口特性在劍道運動參與者忠誠度無顯著差異。
- 五、劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間相關無顯著差異。

第五節 研究範圍與限制

- 一、本研究對象僅能呈現劍道運動參與者之相關情形進行研究，無法將其結論推論到全國劍道運動相關的參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度，若推論到其它賽會及其它領域需考量其適切性的情況。
- 二、本研究所採用之研究方法為問卷調查法，其問卷調查乃屬於自陳量表，研究者較難控制受試者填答之真實程度，僅能假設所有受試者均能據實填答。

第六節 研究重要性

本研究旨在探討劍道運動參與者在參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間相關性，研究的重要性是因國內有關劍道運動參與行為研究篇幅不多難以對劍道運動參與者的參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度全面瞭解，本研究將針對劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度做相關研究分析探討，進行相關研究，針對劍道運動參與者的參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度的研究結果作為劍道運動推廣者的參考依據，可以有效提供道館或學校社團於授課或訓練時，透過對參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度的需求訊息，更能瞭解並滿足劍道運動參與者的實際需求，本研究的結果，可做為道館或學校社團發展策略的參考，更能提供現有劍道運動推廣者對於參與者有潛力的運動參與者或新進參與者學習訓練參考的依據，更能助其在經營管理。因此有進行相關研究的必要。

第七節 操作性定義

本研究使用之特定名詞，有「參與動機」、「持續涉入」、「滿意度」以及「忠誠度」，其操作性定義分述如下。

一、參與動機 (motivation of participating)

係指參與者參與劍道運動是參與活動的興趣進而獲得樂趣與滿足。也就是參與者參與劍道運動的行為，也是參與者本身的自我意願亦是運動的參與動機。內在的驅力與外在環境的刺激後所產生的參與行為，人有這種參與行為是因為有其特定的目標想要達成，進而維持此參與行為來達成目標，動機引導著人的行為。本研究是針對參與者學習劍道運動的「學習技能」、「紓解壓力」、「成就需求」及「社交互動」的參與動機因素。

二、持續涉入 (Continue practicing)

持續涉入是參與者心中對於事、物的中心性、個人價值需求與自我觀念間的互動關係所產生的涉入程度，由淺至深的連貫性過程，一旦對此標的物具有高度的持續涉入程度，這種持續性的關切程度，就會是一種穩定且不容易隨著外在環境改變的狀態，且本研究是給參與者學習劍道運動的「中心性」、「吸引力」、及「自我表現」等構面能否滿足參與者內在的持續性需求。

三、滿意度 (Satisfaction)

滿意度是參與者對購買物品或勞務的使用結果，作一個的

評估，比較結果所得到的一種立即性反應，以衡量其滿意情形。本研究所指的滿意度是參與者在參與劍道運動學習後對「教練專業技能」、「教學場地器材」、「道館同儕關係」及「練習環境」等構面所給的整體性的評價。

四、忠誠度 (Loyalty)

因為顧客使用產品後，顧客對其喜好的產品或服務的未來再購買或是再惠顧的二者間有相當的一致性時，顧客將會獲得滿足，反之，顧客將產生不滿意。本研究包含了「推薦他人」；「繼續參與」等兩構面。

第貳章文獻探討

本章在探討台灣劍道運動發展現況、參與動機、持續涉入與滿意度概念理論與相關研究。本章共分成六節，第一節劍道的歷史沿革；第二節探討參與動機的概念與相關研究；第三節探討持續涉入的概念與相關研究；第四節探討滿意度的概念與相關研究；第五節探討忠誠度的概念與相關研究；第六節探討劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間相關研究；第七節為本章小結。

第一節劍道運動的歷史沿革

本節主要是瞭解劍道的歷史起源，其次探討台灣劍道運動賽會發展現況、各協會的分布，師範最後探討劍道運動的理念與競賽制度，藉以正確了解劍道運動的意涵。茲將分述如下：

一、劍道的開端

中國武術博大精深，廣被很多國家所學習，而日本在隋、唐時期將中國的劍術傳入東瀛發展成劍道，再經研習修改，揚長補短，形成獨特的刀法技術，日本武家文化，不論在精神上或物質上，都深受宋代禪宗文化的影響，尤以鎌倉時代新興佛教的禪宗文化，對於日本武士道精神的啟發很大（聖嚴法師，2007）。

故將禪宗思想注入劍術之中，用來保家衛國，防禦外敵的

侵犯的武術，至十九世紀因科技發達，改用竹刀、穿著護具的對打演變成爲現今的「劍道」運動。在日文中武士稱爲「侍」，原是指近身侍衛之意（陳瑞林，1997）。刀劍在古代被視爲武士的靈魂與精神象徵，日本武士必須常年佩刀，刀不離身，故在所有的古武術門類中，劍術是武士必須掌握、流傳也最爲普及的武藝技法之一（華武堂，2006）。

二、劍道的發展

劍道的歷史可分爲：自刀劍開始帶有意義的時期至明治初期（~1876年）；自廢刀令實施的明治時代至第二次世界大戰（1876~1946）；而後迄至大戰後的現在三期（1946-2005）。

日本的鎌倉時代（西元 1185-1333 年），武士成爲社會的新階級，室町時代（西元 1333-1578 年）之後因戰亂的因素，武士、平民百姓爲了自我保護也競相習武。習武風氣形情，流派也蘊育而生，如神道流、一刀流、直心影流等。當時並無護具的保護，所以劍道練習只作型的練習。

自江戶時代（西元 1615-1868 年）武士的階級制度建立後，劍道成爲武士們必需具備的技藝。劍道融入儒家和禪宗的精神，除了武技的訓練外，也須在武德方面進行磨練。江戶時代中期（西元 1710-1770 年），當時習劍風氣很盛，流派有二百多個，由直心影流的長沼四郎左衛門和一刀流的中西忠藏的設計出劍道防具（頭盔、手套、護心）和竹劍。明治時代（西元 1868-1912 年），日本傳統文化式微，武士的階級也廢止。

明治九年（西元 1876 年）實施廢刀令以後，明治十年的西南戰爭示現流訓練出來的軍官把官兵殺得大敗。明治十二年的警視局（後來的警視廳）聚集全國一流劍道專家發展現代劍道警界功不可沒。劍道風氣又開始復興。

明治二十八年成立大日本武德會，全國劍道呈現統一之象。明治四十四年，決定採用成為中學校、師範學校的正課。西元 1945 年日本戰敗，聯軍司令部命令日本將劍道完全自學校教材中刪除，同時全面禁止一般的武道活動，1946 年大日本武德會被解散，完全停止劍道活動。

1950 年日本竹劍比賽聯盟成立。1953 年，學校的劍道恢復學習。1970 年，國際劍道聯盟（IKF）成立，每年舉辦國際比賽，將劍道推及於各國，發展成一個國際性的運動。

日本號稱有六百萬劍道人口，台灣粗略統計有五千劍道人口，相較於跆拳道及其它亞奧運項目，明顯較少，但是希望大家本著喜愛劍道的理念，一本學習劍道的初衷，繼續堅持與執著下去，相信劍道這麼好的運動，在我們有心人的共同努力之下，我們台灣的劍道會走出一片天，會有開花結果的未來，與大家共勉勵。

三、台灣劍道的發展

台灣曾是日本的殖民地，各種日本文化自然傳入台灣，統治者在殖民地塑造母國文化，武德殿就是在此種因素的影響下。在明治 28 年（1895 年）「大日本武德會」在日本京都成立

的，會員以警察為主。建立的「武德殿」為武道場。當日本統治臺灣時，臺灣的武道文化就由日本警界引入，主導及發展，當時的臺灣州、廳、郡等，都陸續興建起「武德殿」。

大正 13 年（1924 年）高雄武德殿於湊町四町目完工，即由高雄警察署管理與使用，即今鼓山區登山街 36 號。日本在全台各地興建武道館，以提供公務員、警察及學生作為練武場所。每年在臺灣各地先舉辦武道大會或演武大會，選出優勝者，再集中至臺灣地方本部武德會進行決賽，以發揚武士道的習武精神。日據時代，老一輩醫界或學界劍道為修習的運動科目。台灣光復後，全民運動逐漸推行，國內劍道運動的愛好者在各地組成團體或創立道館，並於 47 年向全國技擊委員會申請成立擊劍部東洋組。

劍道運動在臺灣的發展，文化背景相當深遠，是一門哲學，一種心靈的修鍊，不單是劍道技術，更是個人的修養，劍術最終目的，是武德個人修養的手段。劍道運動的魅力值得探討劍道運動參與者參與行為。

四、台灣地區劍道協會

目前國內有關劍道的組織單位，全國性的包括中華民國劍道協會、台灣劍道聯盟、中華國際劍道協會及台灣體育劍道協會，餘則依縣市行政區劃分成立各級劍道委員會，除外高中體育總會及大專體育總會為便於推廣亦先後成立劍道委員會，對劍道運動的推廣不於餘力。協會有中華民國劍道協會、台灣劍道聯盟、中華國際劍道協會及台灣體育劍道協會等等。

五、台灣劍道運動賽會現況

(一) 全民運動會發展沿革

自 2000 年起舉辦全民運動會。不同於全國運動會強調的競技運動，希望全民運動不分老少、全面、普及化的讓全民皆可參與。全民運動的推展與參與，喚起國人對保障運動的權益和增進身心健康的重視，讓建立規律運動的生活習慣，達到生活運動化的目標。而舉辦全民運動會的目的除了讓全國民眾了解「追求健康」，從運動開始的意涵外，更重要的是進而養成規律運動的生活習慣，並達到「欣賞運動、享受運動、喜愛運動」的境界，讓「運動生活化」，最後實現「生活運動化」的目標。

(二) 台灣地區道館分佈

依據研究者調查結果，依據康龍豐(2009)調查結果，目前台灣地區道館數為 67 間劍道館，包含基隆市 1 間、台北縣 9 間、台北市 15 間、桃園縣 3 間、新竹市 1 間、苗栗縣 1 間，含台中縣 2 間、台中市 12 間、彰化縣 4 間、南投縣 1 間，嘉義縣 1 間、嘉義市 1 間、台南縣 2 間、台南市 3 間、高雄縣 3 間、高雄市 4 間、屏東縣 1 間、台東縣 1 間、花蓮縣 1 間、宜蘭縣 1 間，共計 67 間劍道館，合計 17 縣市 66 間劍道館。地區道館數如表 2-1-1。

表 2-1-1 道館分佈總表

地區	間數	縣市
北部	30	基隆市、台北縣、台北市、桃園縣、 新竹市、苗栗縣
中部	19	台中縣、台中市、彰化縣、南投縣
西部	15	嘉義市、嘉義縣、台南縣、台南市、 高雄縣、高雄市、屏東縣
東部	3	宜蘭縣、台東縣、花蓮縣
外島		
合計	67	

(三)、全民運動會劍道運動賽會

依歷年統計，第一屆全民運動會劍道運動比賽由雲林縣舉辦。第二屆全民運動會劍道運動比賽由台北市舉辦。第三屆全民運動會劍道運動比賽由基隆市舉辦。臺中市舉辦第四屆全民運動會劍道運動比賽參加男生 112 人，女生 69 人。高雄市舉辦第五屆全民運動會劍道運動比賽參加男生 121 人，女生 80 人。臺中市舉辦第六屆全民運動會劍道運動比賽參加男生 140 人，女生 80 人。歷年全民運動會劍道舉辦地點如表 2-1-2

表 2-1-2 歷年全民運動會劍道舉辦地

類別	地點
2000年全民運動會劍道比賽	雲林縣
2002年全民運動會劍道比賽	台北市
2004年全民運動會劍道比賽	基隆市
2006年全民運動會劍道比賽	台中市
2008年全民運動會劍道比賽	高雄市
2010年全民運動會劍道比賽	台中市

六、競賽制度

目前台灣的比賽制度，依中華民國劍道協會比賽規則，比賽方式分為團體得分賽、團體過關賽、個人賽三種。通常團體賽的組員有五至七人，每場比賽均派五人上場，並且不得少於三人。國小組一般以註冊五人每場比賽派三人上場為主。比賽時間依大會訂定，社會組一般以每場五分鐘為主。

比賽辦法：

- (一)、比賽規則：採用中華民國劍道協會公佈之最新劍道規則。
- (二)、比賽制度：採雙敗淘汰制。
- (三)、比賽規定：參賽者請自行攜帶竹劍、劍道護具、服裝。
- (四)、比賽方式：

(一) 團體得分賽

1. 出場順序於每場出賽前提出名單。

2. 勝負判定：

a、勝負比賽時間 5 分鐘，採勝負三次賽，三戰二勝者為勝，但比賽時間終了先得一分者為勝，雙方未分勝負則為平手。

b、每隊勝負人數相等時，以勝負次數判定之，如再相等時，以各隊派選手代表按計時勝負三次比賽一場分勝負（三戰二勝者為勝），如再相等時，則以不計時勝負一次，至分出勝負為止。

(二) 團體過關賽

1、出場順序於每場出賽前提出名單。依照段位排列，高

者在後。

2、勝負判定：

a、計時勝負一次賽，勝者繼續比賽，敗者淘汰，以未賽完選手之隊為勝隊。

b、每場比賽時間五分鐘，時間終了未分勝負時，雙方均需退場，主將戰時，時間內未分勝負，則以不計時勝負一次，至分出勝負為止。

(三) 個人賽

1、比賽以勝負三次，三戰二勝者獲勝。

2、每場比賽時間5分鐘，比賽時間內先勝二次者為勝方。但規定時間屆滿時勝一次者為勝方。

3、比賽時間內未分勝負時，則以不計時勝負一次，至分出勝負為止。(中華民國劍道協會比賽規則，2010)。

第二節 參與動機的概念與相關研究

個體行為在心理學中，重要變數可以由人格、知覺、學習、態度、動機等來推論。人的內心欲望往往是動機引動點，對事物所的動機亦會觸發其行為。葉日武（1997）指出參與動機是促成某種行動並提供方向的內在力量，促使人們從事某種行為的無形因素。故本研究探討劍道運動參與參與者的參與動機，透過瞭解來分析並預測參與者的參與行為。本節將在以下介紹動機的定義與內涵、動機分類、參與動機的定義與分類、參與動機的相關研究與小結。

一、動機的定義與內涵：

動機（motivation）是指引起個體活動，維持已引起的活動，並導使該一活動朝向某一目標的內在歷程（張春興，2005）。Green, Beatty 與 Arkin（1984）認為動機是引起並維持個體活動，並促使該活動朝向某一目標進行的內在歷程。Kotler（1991）將動機解釋為一種強大的驅使力量，指引起個人尋求需要滿足，並藉此降低心理焦慮與緊張感的因素。盧俊宏（1998）指出，動機乃是讓運動員從事運動競賽與訓練的一種內在燃料，它可以讓運動員和一般人願意付出時間和精力從事運動。因此，動機是行為的原動力，是人類行為中最複雜的一面（黃富順，1989）。許多行為的發展先都須有動機，因而進一步再產生行為。

二、動機的分類：

動機理論，是指心理學家針對動機這一概念所作的理論性與系統性的解釋。個體行為的驅動力，但其並非原生的；當受內、外在刺激時，個體會產生某種需求，驅使個體採取行動以滿足之（王碧嬪，1999）。有關動機理論包含成就需求理論、歸因理論、成就動機理論和能力動機理論。許士軍（2002）將動機理論分為三類，分別為內容論、程序論、動機增強論，分類內容如下。

（一）、內容論（content approach）

個人、情境、結果傾向、情緒反應及成就等行為需求是引發動機的因素。歸納在內容論中有 McClelland（1953）的三需求理論（three-need theory）、Maslow（1954）的需求層級理論（needs hierarchy theory）、Herzberg（1959）的雙因子理論（two-factor theory）。

McClelland（1953）的三需求理論主張需求是無層級的，不同個體與其需求組成的結構，乃是因其不同的需求比例所組成。引發這些動機的需求分為隸屬感需求（affiliation need）、權力需求（power need）與成就感需求（achievement need）。顯示需求並沒有層級，而是依不同的需求比例組成，與該理論的內容不謀而合。

Maslow（1954）的需求層級理論內容主張人類的行為是由具體的動機所引發，這些動機具有先位關係。人民需滿足基本的衣食溫飽後才能夠再講究其它層次的滿足與 Maslow（1954）的理論雷同。該理論另外提到，若某個動機已獲得滿足時，則只有更高層次的需求動機才能引發個體的行為。引發這些動

機的需求由低至高分別為生理需求 (physiological need)、安全需求 (safety need)、社會需求 (social need)、自尊需求 (self-esteem need) 與自我實現需求 (self-actualization need)。

Herzberg (1959) 在雙因子理論中提出不同於傳統的看法，認為組織成員的工作態度對績效有決定性的影響。主張人會先消除心中的不滿意再達成其滿意，這不滿意與滿意是位於兩個不同的連續帶上，可以消除人心中不滿意的因素稱之為保健因子 (hygiene factor)，此類因子能夠消除不滿的因素，因此不存在時會造成不滿，但存在時亦無法增加滿意度。可以達成人滿意的因素稱之為激勵因子 (motivating factor)，此類因子能夠增加滿意度，因此存在時會增加滿意度，不存在時亦不會造成不滿意。

(二)、程序論 (process approach)

動機是一種朝向某種目標努力的歷程，程序論試圖解釋和描述行為。Adams (1963) 提出的公平理論 (equality theory) 與 Vroom (1964) 的期望理論 (expectancy theory) 則是從程序論的觀點來探討動機。

Adams (1963) 在其公平理論中主張每一個人對於自己與他人的投入會和彼此所得到的報酬結果做比較，並維持一個公平性，社會上的每一個人處於一種交換關係 (exchange relationship)，每個人也都有付出 (payout) 與得到的回報 (outcome)，人在感受到付出與回報不對等時，會採取一些行動來消除這種認知失調 (cognitive dissonance) 的情形 (引自李青芬等，2002)。

Vroom (1964) 的期望理論認為人的動機作用力 (motive

force) 取決於對成功知覺到的期望機率 (expected probability) 與預期成功後可能獲得報償 (value) 的乘積，這績效與報償間的關聯稱之為媒具 (instrumentality)。期望機率與預期成功後可能獲得報償的乘積稱為一級報償，績效與報償間的關聯稱之為二級報償。該理論認為人們只有在能預見到自己的行為有助於達到某種目標的情況下，才會被充分激勵起來，採取某種行動，以達到預期目標。它提出了個人目標與組織目標之間的關係，說明實現組織目標對達到個人目標的意義。強調組織目標與個人目標的結合，並要求管理者創造條件，使個人目標有實現的可能性。

(三)、動機增強論 (reinforcement approach)

認為行為的重複產生與快樂的動機有關。Skinner(1971)的強化理論 (reinforcement theory) 是動機增強論中的代表理論，內容認為個體是消極、被動的，個體的行為與潛意識、內在的心路歷程及需要都沒有關係，認為忽略個體內在的狀態，外在的誘因才對個體的行為有關。人若出現外界期待的行為，則外界會提供正向誘因 (positive reinforcement) 與消除負面誘因 (negative reinforcement) 來維持其行為；人若出現外界不期待的行為，外界會懲罰 (punishment)、消滅 (extinction) 這種不受外界期待的行為，或是在此行為尚未發生前，提供正向或負向的誘因來避免 (avoidance) 此行為發生。

(四)、心理分析論

以 Freud 為代表，其對動機之解釋為，人類的一切行為導源於「性」與「攻擊」兩種本能的衝動；另外則是以潛意識動

機來解釋人的行為，以潛意識解釋行為，多偏向於人的失常、失態等行為（張春興，1987）。

（五）、行為論

以 Whiting and Child 等人認為人類動機是學習來的，而成人的動機係由幼稚基本需要分化演變而來，均受個體的年齡增長、環境要求、獎懲標準、社會期待及文化傳統等因素影響，顯示出個人與團體的差異（張春興，1987）。

（六）、認知論

認為個體的行為是按其事先的設想與計畫，向預定的目標進行。認知論者將人類視為具有生物性需求及社會心理需求的知性的有機體。即人類為了充實其自身的需求，需靈活地運用其生理和精神的才能，並與個體整個活動配合，使個體能遇見或期望一行為的最終目的，所以人類具有目標導向的特性。人類並不是僅靠內在的驅力及外在的刺激就立即有機械性的反應，而是透過創造性及情報的處理來解決問題，進而具有處理環境的能力（張春興，1987）。所探討學者理論的內容如表表 2-2-1 所示。

表 2-2-1 動機理論彙總表

學者	理論	內容
McClelland 1953	三需求理論	需求是無層級的，不同個體與其需求組成的結構，乃是因其不同的需求比例所組成。
Maslow 1954	需求層級理論	人類的行為是由具體先位關係，也就是若某個動機已獲得滿足時，則只有更高層次的需求動機才能引發個體的行為。
Herzberg 1959	雙因子理論	人會先消除心中的不滿意再達成滿意，這不滿意與滿意是位於兩個不同的連續帶上，可以消除人心中不滿意的因素稱之為保健因子，可以達成人滿意的因素稱之為激勵因子。
Adams 1963	公平理論	社會上的每一個人都處於一種交換關係，每個人也都有付出與得到的回報，人感受到付出與回報不對等時，會採取一些行動來消除這種認知失調的情形。
		(續下頁)

(續)表 2-2-1 動機理論彙總表			
Vroom	1964	期望理論	人的動機作用力取決於對成功知覺到的期望機率與預期成功後可能獲得報償的乘積，這績效與報償間的關聯稱之為媒具。
Skinner	1971	強化理論	個體是消極、被動的，個體的行為與潛意識、內在的心路歷程及需要都沒有關，認為忽略個體內在的狀態，外在的誘因才對個體的行為有關。
張春興	1987	心理分析論	以潛意識動機來解釋人的行為，以潛意識解釋行為，多偏向於人的失常、失態等行為。

資料來源：本研究整理

三、參與動機的定義與分類

姜慧嵐（2000）將俱樂部定義為滿足消費者改善健康體適能及社交等目的，消費者特定付費從事休閒健康相關活動的商業性運動服務事業體。國內俱樂部的相關文獻衡量的參與動機大多參考 Beard 與 Ragheb（1983）、陳人麟（1985）的研究。

Beard 與 Ragheb（1983）研究 1205 位 16 歲以上的民眾，包含高中、大學、社區、學院和政府機構。提出休閒動機為人們參與休閒行為的心理層面及社會層面的理由，將休閒動機經過因素分析後，發現休閒動機的構面有知性（intellectual）需求、社會（social）需求、成就（competent）需求與刺激逃避（stimulus avoidance）4 個構面，採 Likert 五點尺度計分，分數愈高表示量表及整體休閒動機的程度愈高（引自陳人麟，1985）。陳人麟（1985）以 565 位臺北市民為研究對象，探討臺北市民的休閒動機，該論文參考 Beard 與 Ragheb（1983）的研究，將該研究休閒動機量表中的 80 題題項選出 20 題適合該研究的題目，經過因素分析後將休閒動機分為知性需求、體能發揮、社會需求、成就需求、刺激避免 5 個構面。

國內其他學者在研究相關俱樂部會員的參與動機時，陳秀華（1993）針對健康體適能俱樂部會員，將該研究運動參與動機分為知性需求、健康適能需求、社會需求、成就需求、刺激避免 5 個構面（引自黃鴻斌，2003）。范智明（1999）以 201 位臺北市健康俱樂部成員為研究對象，研究結果發現，人口統計變項中會員以男性居多，年齡多集中在 21-40 歲，教育程度以大學學歷以上為主，職業以從商者居多，月收入多在 50,000 元以下。會員主要的休閒動機為身心健康需求與成就需求，不同人口統計變項會對參與動機與顧客滿意度上有顯著差異。該

研究參考陳人麟（1985）翻譯自 Beard 與 Ragkeb（1983）與陳秀華（1993）的研究後自編參與動機量表，將參與動機分為知性需求、身心健康需求、社會需求與成就需求 4 個構面。

黃鴻斌（2003）以 230 位臺北金牌健康體適能俱樂部會員為研究對象，研究結果發現人口統計變項中，會員以女性居多，年齡多集中在 21-40 歲，教育程度以大學學歷以上為主，職業以從業者居多。會員的主要參與動機為健康需求，不同人口統計變項之會員在參與動機上有顯著差異，其中不同年齡之會員在成就需求上有顯著差異，不同教育程度之會員在社會需求上有顯著差異，經以雪費法進行事後比較後發現國中程度的會員其社會需求高於研究所程度之會員，不同職業之會員在健康需求上有顯著差異，會員參與動機對滿意度具有顯著的正向相關。該研究參考陳人麟（1985）、范智明（1999）與戴宜臻（2002）的研究並經由和業者討論後，修訂成適合健康體適能俱樂部會員的問項，將參與動機分為知性需求、健康需求、社會需求與成就需求 4 個構面。

龔俊旭（2004）以 137 名高雄市桌球俱樂部的會員為研究對象，研究結果發現，人口統計變項中會員以男性居多，年齡多集中在 31-40 歲，教育程度以大學及專科學歷為主，職業以軍公教居多，月收入多在 50,001-70,000 元。會員選擇參加俱樂部的原因都是喜愛桌球及學習桌球技術，休閒動機依序為身心健康需求、社會需求、成就需求、知性需求。該研究參酌范智明（1999）的研究後自編桌球參與動機量表，將參與動機分為知性需求、身心健康需求、社會需求、成就需求 4 個構面。

張倫璋（2006）以 255 位健康體適能俱樂部參與者為研究對象，研究結果人口統計變項中以男性居多，年齡集中在 20-25 歲，學歷以碩士以上居多。研究結果顯示參與動機對於購買意

願有正向顯著影響。該論文參考 Beard 與 Ragke (1983) 及陳秀華 (1993) 的研究後所自編的桌球參與動機量表，將參與動機分為知性需求、健康需求、社會需求、成就需求 4 個構面。

休閒運動 (recreational sports) 是指除生理需求、家事、學校工作等日常必須例行行事之外，可自由支配的時間中所從事的各項身體性活動，也就是在自由意識下所從事的體能性活動 (李嘉慶, 2002)。陳仲杰 (2006) 指出休閒運動有以下幾個特點：運用自主的時間、依個人興趣自由選擇、屬於動態性與體能性、以身體動作的練習或操作為主、能愉悅身心並放鬆，達到消壓解悶的功能、可開拓自己潛力與發展特質，並實現自我夢想及提升自尊的有意義活動。李嘉慶 (2002) 以 345 位教師為研究對象來探討教師的休閒運動參與動機，研究結果發現教師在參與動機的優先順序分別為健康與適能需求、社會需求、成就性需求、知性追求，受試者在參與動機 4 個構面上皆未達顯著水準 ($p > .05$)。該研究將休閒運動參與動機分為知性需求、健康與適能需求、社會需求、成就需求 4 個構面。

張佩娟 (2003) 以 421 位雲林醫院員工為研究對象，結果發現員工在個人背景不同，參與休閒運動的動機也有所不同，有愉快運動經驗、教育程度在高中 (職) 且每月平均收入在 20,001-30,000 元者，休閒運動動機較高，休閒運動動機與滿意度兩者有正相關，結果顯示動機愈強其滿意度愈高。休閒運動參與和休閒運動動機及滿意度之間有正相關，顯示動機及滿意度愈高則休閒運動參與頻率愈高。作者將休閒運動參與動機分為知性需求、健康適能需求、社會需求、成就需求與壓力紓解需求。

陳仲杰 (2006) 以 309 位高工教師為研究對象，研究結果

發現，參與者的參與動機以健康追求與心理需求為最優先考量，且對散步的參與動機很強烈。該作者將參與動機分為知性需求、健康需求、社會需求、成就需求與心理需求。茲將國內各學者參與動機構面與本研究探究之參與動機構面。

四、參與動機的相關研究

洪輝宗（2004）國小武術運動參與者 283 名參與動機問卷調查，分別為「知識需求」、「健康適能」、「社會需求」、「成就需求」、「刺激避免」、「心理需求」，等 6 個構面。

張豐盛（2004）臺南市國小民俗體育團隊學童 350 名參與動機之研究在研究中發現，學童的參與動機有滿足運動需求、友誼知性追求、自我成就需求、他人建議與鼓勵以及刺激避免。

黃素珍（2006）身體意向參與動機運動行為 333 名問卷調查在主要效果方面：在性別男性以體能評估、「體能取向」、「健康評估」及「身體滿意」等方面皆高於女性，參與動機對滿意度具有顯著的正向相關。

許惠英（2004）全國高中羽球代表隊選手運動 255 名參與動機之在研究中，發現選手參與動機有健康適能、知識需求、社會需求、成就需求、刺激避免等 5 個構面。

黃政堯（2005）高市銀髮族 259 名參與動機問卷調查，個人身體動作的練習或操作為主、能愉悅身心並放鬆消並壓解悶將該研究將參與動機分為「外在表現與認同」、「增進身心健康」、「追求太極拳哲理與技術」、「休閒、逃避壓力及交友」、「長壽及心靈激發」、與「身材雕塑」5 個構面。

龔旭俊（2004）桌球俱樂部之會員 180 名參與動機問卷調查參與休閒運動的動機也有所不同，休閒運動動機與滿意度皆

不同，動機愈強其滿意度愈高。休閒運動參與動機分為知性需求、健康與適能需求、社會需求、成就需求 4 個構面。

張佩娟（2003）以 421 位雲林醫院員工為研究對象，將休閒運動參與動機分為知性需求、健康適能需求、社會需求、成就需求與壓力紓解需求 5 個構面。

李旭旻（2005）臺北縣國小選手參與運動代表隊 640 名動機之研究 研究發現因素有「獎賞稱讚」、「訓練情境」、「滿足需求」、「人際關係」、「成就感」等五項因素。茲將國內各學者參與動機構面與本研究探究之參與動機構面整理於表 2-2-2 所示。

表 2-2-2 參與動機構面

學者/年份	研究對象	研究結果
洪輝宗 2004	國小武術運動參與者 283名	知識需求、健康適能、 社會需求、成就需求、 刺激避免、心理需求。
張豐盛 2004	臺南市國小民俗體育 團隊學童350名	滿足運動需求、友誼知 性追求、自我成就需 求、他人建議與鼓勵以 及刺激避免。
黃素珍 2006	身體意向參與動機運 動行為333名	體能評估、體能取向、 健康評估及身體滿意
許惠英 2004	全國高中羽球代表隊 選手運動255名	健康適能、知識需求、 社會需求、成就需求、 刺激避免
黃政堯 2005	高市銀髮族259名參 與動機問卷調查。	外在表現與認同、增進 身心健康、追求太極拳 哲理與技術、休閒、逃 避壓力及交友、長壽及 心靈激發、與身材雕塑
龔旭俊 2004	桌球俱樂部之會員 180名	知性需求、健康與適能 需求、社會需求、成就 需求
(續下頁)		

(續)表 2-2-2 參與動機構面		
張佩娟 2003	以 421 位雲林醫院員工	知性需求、健康適能需求、社會需求、成就需求與壓力紓解需求
李旭旻 2005	臺北縣國小選手參與運動代表隊 640 名	獎賞稱讚、訓練情境、滿足需求、人際關係、成就感

資料來源：本研究整理

愛好劍道運動份子組成分布很廣學生與社會人士都有。綜合以上所述，本研究將參與動機的構面分為知性需求、健康需求、社會需求、成就需求與刺激避免需求。茲就 5 個構面陳述之。

五、小結

綜合國內學者的文獻，對動機的定義來分析，不同角度的研究也衍生出多種動機的相關理論。這些理論也是國內外研究者研究參與動機參考依據。參與動機為參與某種活動的動機，參與動機是內在心理變化和外在環境交互作用的結果，隨著不同的對象與背景都有不同的結果。本研究的大多數研究參與動機，都具有如：健康需求、成就需求、社會需求、刺激避免，以及技術需求等，列為本研究參與動機的構面。

介紹完參與動機後，得知影響其參與者的參與動有很多因素。而持續涉入是指個人對事或物的持久性關切(Houston& Rothschild,1978)。個人也會因內在因素影響其持久關切，故本研究探究於個人內在原因和動機的相關性，探討建道運動參與者持續涉入程度的高低與劍道運動參與者參與動機之相關情形，本研究將在下一節探討持續涉入的意涵與類型。

第三節 持續涉入的概念與相關研究

Zaichkowsky (1985) 定義涉入為「個人基於固有需求、價值與興趣，而對某事物的知覺攸關程度」以解釋消費者針對不同事物的涉入。陳澤義 (2005) 涉入是消費者對產品屬性差異程度、重要性與品牌選擇的認知。故本研究探討劍道運動參與者持續涉入，來瞭解及解釋劍道運動參與者的持續涉入。本節依序介紹涉入的定義與分類、持續涉入的定義、持續涉入的相關研究以及小結。

一、涉入的定義與分類

Engel、Blackwell & Miniard (1995) 將涉入定義為：「在某種情境下，由某一刺激所引發而知覺到個人重要性與興趣的水準」，水準愈高則為高涉入，愈低則為低涉入。

Barki and Hartwick(1989)涉入代表主觀的心理狀態，反映一個對象或事件的重要性及個人相關性，其並認為使用者涉入與使用者參與是不同的，並且更進一步將「使用者參與」定義為在系統開發期間使用者執行的活動，將「使用者涉入」定義為一個系統對使用者的重要性與相關性，將「使用者態度」定義為使用者對於一個系統情緒上的評估。涉入的重要性也已被眾多學者所肯定，但往往因為學者切入的角度有所不同，因此涉入一詞所包含的意義眾說紛紜。

Peter and Olson (1994) 涉入是指消費者的重要性知覺或是一個物品、事件、活動與個人的相關性。自我涉入定義為一個人對某一事件的「自我涉入」越深，其能接受相反意見的空間越小。Blackwell and Miniard (1990)「在某特定情境下，由

某一刺激所激發而知覺到的個人重要性與興趣的水準」，水準愈高為高涉入，反之為低涉入。

Schiffman and Kanuk (2000) 購買被認為是與個人攸關性較小，稱之為低涉入購買；複雜、搜尋的購買，稱之為高涉入購買。廣告讓消費者所受到影響，會產生兩種不同的反應，高涉入者通常比較容易聯想到廣告的內容，低涉入者則較不會聯想到廣告的內容。

Houston 與 Rothschild (1978) 將涉入定義為從個人層次需求的價值觀所衍生的需求狀態。本研究將本質與來源分析涉入，區分為情境 (situational) 涉入、持續 (enduring) 涉入與反應 (response) 涉入。

蔡明達、耿慶瑞 (2000) 「涉入」在消費者行為理論中扮演相當重要的角色，它解釋了人們在針對某些產品、購買決策或廣告時，為何有時候並未依據理性的決策模式，進行充分的資訊蒐集、篩選、評估再做決策。由個人因素、產品因素、與情境因素所交織的特定情況來決定涉入的程度。

Schiffman & Kanuk (2000) 消費者涉入意指消費者對於特定採購決策關心並認為對其重要程度。國內外各學者對涉入的定義整理如表 2-3-1 所示。

表 2-3-1 涉入定義彙總表

學者/年份	涉入定義
Engel、Blackwell & Miniard 1995	「在某種情境下，由某一刺激所引發而知覺到個人重要性與興趣的水準」，水準愈高則為高涉入，愈低則為低涉入。
Barki and Hartwick 1989	涉入代表主觀的心理狀態，反映一個對象或事件的重要性及個人相關性，其並認為使用者涉入與使用者參與是不同的，並且更進一步將「使用者參與」定義為在系統開發期間使用者執行的活動，將「使用者涉入」定義為一個系統對使用者的重要性與相關性，將「使用者態度」定義為使用者對於一個系統情緒上的評估。
Peter and Olson 1994	涉入是消費者重要性知覺或是一個物品、事件、活動與個人的相關性。
Blackwell and Miniard 1990	在某特定情境下，由某一刺激所激發知覺到個人重要性與興趣的水準，水準愈高為高涉入，反之為低涉入。
(續下頁)	

(續)表 2-3-1 涉入定義彙總表	
Houston、Rothschild 1978	從個人層次需求的價值觀所衍生的需求狀態。本研究將本質與來源分析涉入，區分為情境 (situational) 涉入、持續 (enduring) 涉入與反應 (response) 涉入。
蔡明達、耿慶瑞 2000	「涉入」在消費者行為理論中扮演相當重要的角色，它解釋了人們在針對某些產品、購買決策或廣告時，為何有時候並未依據理性的決策模式，進行充分的資訊蒐集、篩選、評估再做決策。

資料來源：本研究整理

二、涉入的分類

涉入可以從涉入的本質和對象來進行分類。Houston and Rothschild(1978)以本質來作為涉入的分類，可以分為以下三種類型：

(一)、情境涉入 (Situation Involvement)

在特定的時間與地點下，對於進行中的行為，產生變化的原因。而變化的一種暫時性影響稱為情境涉入。而暫時性，是指消費者受特殊情境之刺激而提升的涉入程度會隨著購買目標之達成或情境消失而回覆到原先的水準。Celsi and Olson(1988)

指出消費者因為特殊情境的刺激而提升之涉入程度，會因為目標之達成或情境消失而回到原先的水準。林威成(2005) 情境涉入是指在某種特定情境下，產品或服務引起消費者在該情境內產生特定行為能力。這代表情境涉入是屬於短暫性、臨時性的影響，如果該目的達成後，消費者對該事物的涉入程度就會回到原先標準。

(二)、持久涉入(Enduring Involvement)

個人對事或物的相對持久關係，這是與情境因素相對的觀念，也就是說這種關係不會因情境不同而有所差異。黃俊英(2000)指出持久涉入的來源有二種：第一是主觀價值系統，如自我觀念、個性、目標和需求等都會影響消費者對產品的持久涉入；第二為先前之經驗，如購買使用經驗是否良好，這些都可能影響持久涉入的水準。造成持久涉入的來源有兩種：個人主觀價值系統，以及對該產品的先前經驗。持久涉入是指個人對於事物所產生的長久性關切。Houston & Rothschild (1978)持久涉入是個人對於產品過去所擁有的經驗和相關價值共同作用的結果。

(三)、反應涉入(Response Involvement)

情境涉入與持久涉入結合或互動之後所產生的一種狀態，為因人而異的。張淑惠(1993)指出反應涉入反映出消費者決策處理之複雜性及廣泛性的認知和行為過程。情境涉入解釋了大部分消費者所經歷的反應涉入的平均水準，持久涉入則是反應涉入的變異來源。Rothschild(1984)認為情境涉入可以解釋大部分消費者所經歷的反應涉入，而持久涉入就是由反應

涉入的變異而來。若以涉入的本質中，在反應涉入中可能同時包含情境涉入與持久涉入兩種狀態。

Zaichkowsky(1985)以認知作為基礎來進行分類，對消費者的涉入對象區分類別，可分為以下三種類型：

(一)、產品涉入(Involvement with Product)

Warrington and Shim (2000)認為產品涉入是指消費者認知該產品與消費者內在需求、興趣和價值觀的關心程度。當消費者對某類產品有訊息較高的關注，則會表現出對該類產品的涉入程度有較多的、對產品相關的知識會有較多了解。Kassarjian and Sheffet (1981)指出高涉入的產品是指該產品對消費者而言是重要的 (important)、昂貴的 (expensive)、高風險 (high risk)、自我相關 (ego-related) 程度較高，而該產品較能表達出消費者價值觀 (value-expressed)

(二)、廣告涉入(Involvement with Advertisement)

廣告涉入又稱為訊息－反應涉入，是指指觀眾對廣告訊息的關心程度，是接觸到廣告訊息時所產生的心理態度。黃俊英與賴文彬(1990)指出廣告涉入是觀眾對於廣告所提供之信息給予的關心程度或是在接觸廣告時的心理狀態，從集中精神的注意一直到放鬆的視而不見。對廣告訊息的知覺、反應或處理訊息程度，亦為接觸廣告時的心理狀態，個人的涉入程度會影響對廣告的反應度，可能是熱衷的注意關心，也可能是視而不見。不同的廣告涉入水準，觀眾對於接收訊息的處理方式也會引發不同的購買行為，觀眾由廣告中獲取訊息而產生對於訊息來源的注意程度差異。

(三)、購買決策涉入(Involvement with Purchase)

不同背景下購買相同物體時可能的差異。當購買決策涉入較高時，消費者會花較多的時間蒐集相關的資訊，也會花較多的時間來選購，以求做出正確的購買決策。則稱之為高涉入購買決策(high-involvement purchase decision)，反之則稱為低涉入購買決策(low-involvement purchase decision)。康志璋

(2001)指出當消費者感受到產品和自己有高度的相關性時，消費者會處於高產品涉入狀態，而此狀態會促使消費者主動、積極地瞭解產品相關訊息，而在做訊息評估上會較為複雜；相較於高涉入者，低產品涉入狀態在訊息處理上就不太願意花太多時間去思考訊息內容和比較品牌的差異。如表 2-3-2 所示。

表 2-3-2 涉入分類內容

涉入分類	學者	內容
持久涉入	黃俊英 2000	指出持久涉入的來源有二種：第一是主觀價值系統，如自我觀念、個性、目標和需求等都會影響消費者對產品的持久涉入；第二為先前之經驗，如購買使用經是否良好，這些都可能影響持久涉入的水準。
	Houston & Rothschild 1978	持久涉入是個人對於產品過去所擁有的經驗和相關價值共同作用的結果。
反應涉入	張淑惠 1993	指出反應涉入反映出消費者決策處理之複雜性及廣泛性的認知和行為過程。
	Warrington and Shim 2000	認為產品涉入是指消費者認知該產品與消費者內在需求、興趣和價值觀的關心程度。
		(續下頁)

(續)表 2-3-2 涉入分類內容		
	Rothschild 1984	認為情境涉入可以解釋大部分消費者所經歷的反應涉入，而持久涉入就是由反應涉入的變異而來。若以涉入的本質中，在反應涉入中可能同時包含情境涉入與持久涉入兩種狀態。
產品涉入	Kassarjian and Sheffet 1981	指出高涉入的產品是指該產品對消費者而言是重要的 (important)、昂貴的 (expensive)、高風險 (high risk)、自我相關 (ego-related) 程度較高，而該產品較能表達消費者價值觀 (value-expressed)
廣告涉入	黃俊英 賴文彬 1990	指出廣告涉入是觀眾對於廣告所提供之信息給予的關心程度或是在接觸廣告時的心理狀態，從集中精神的注意一直到放鬆的視而不見。

		(續下頁)
(續)表 2-3-2 涉入分類內容		
購買決策 涉入	康志瑋 2001	指出當消費者感受到產品和自己有高度的相關性時，消費者會處於高產品涉入狀態，而此狀態會促使消費者主動、積極地瞭解產品相關訊息，而在做訊息評估上會較為複雜；相較於高涉入者，低產品涉入狀態在訊息處理上就不太願意花太多时间去思考訊息內容和比較品牌的差異。

資料來源：本研究整理

三、持續涉入的定義

持續涉入是指反應出個體與引發某特定行為的情境間既存的关系強度，而情境涉入受到一時外生情境的影響，情境轉換涉入程度隨之改變；Bloch與Richins(1983)指出持續涉入乃起源於個人的內生持續性原因(需求、價值觀、興趣或所追求的目標等)，涉入程度並不會依情境的轉換而有所改變，亦即持續涉入並不會因為特定外生情境目標被滿足而消失。

早期，涉入被描述為對一產品重要性的認知，學者們皆認為應包含多面的概念。Houston and Rothschild 於 1978 年提出三個涉入的主要特點，其中之一為持續涉入。Kapferer and Laurent(1985)認為持續涉入應包含一些構面的持續涉入，產品的重要性(Importance)、從產品得到的愉悅與滿足(enjoyment/pleasure)，從產品得到自我表現(self-expression)的知覺。

由於 Laurent and Caperer 兩位學者提出的三個要素是用來描述消費者對產品的價值認知，於是 McIntyre 在 1989 年則採用了這三要素作為休閒遊憩領域的持續涉入行為，分別為重要(importance)、愉悅與樂趣(enjoyment/pleasure)、自我表現(self-expression)。吳科驊(2006)認為持續涉入與消費者本身的特質有關，其原因來自於個人的內在因素，是個人對事或物相對持續性的關切，不會因為情況的不同而有所改變，例如某運動品牌的愛用者，並不會因情況的不同而改變對該品牌的忠誠度。如表 2-3-3 所示。

表 2-3-3 持續涉入定義

學者	年分	持續涉入定義
Bloch 與 Richins	1983	持續涉入起源於個人的內生持續性原因(需求、價值觀、興趣或所追求的目標等)，涉入程度不會依情境的轉換而有所改變，亦即持續涉入並不會因為特定外生情境目標被滿足而消失。
Kapferer and Laurent	1985	認為持續涉入應包含一些構面的持續涉入，產品的重要性、從產品得到的愉悅與滿足，從產品得到自我表現的知覺。
McIntyre	1999	休閒遊憩領域的持續涉入行為，分別為重要、愉悅與滿足、自我表現。
Arora	1982	解釋個人的自我觀念、個性、目標、需求會影響消費者或一個人對該事或物的先前經驗，是否經常使用產品、使用產品的美好經驗、都會影響持續涉入的水準與衡量。

(續下頁)

(續) 表 2-3-3 持續涉入定義

吳科驊	2006	認為持續涉入與消費者本身的特質有關，其原因來自於個人的內在因素，是個人對事或物相對持續性的關切，不會因為情況的不同而有所改變，例如某運動品牌的愛用者，並不會因情況的不同而改變對該品牌的忠誠度。
-----	------	--

資料來源：本研究整理

三、持續涉入的相關研究

持續涉入為休閒活動中的一個重要因素，研究者會因嫌研究構面不同，衡量方式意不相同，會以不同的用語來代表相近的概念(Dimanche et al., 1991)。

Kapferer 與 Laurent (1985) 認為衡量涉入有 5 個構面，並非僅以單一構面來衡量，才能完整地描述消費者對產品之涉入程度。持續涉入的構面分別為興趣、愉悅性、象徵性風險、重要性風險、可能性。

Bricker 與 Kerstetter (2000) 在研究泛舟者的專業化與地方連結時，認為持續涉入是專業化的構面之一，並在參考 McIntyre 與 Pigram (1992) 所建構的涉入量表後，將持續涉入細分成重要性、愉悅性、自我表現、中心性 4 個構面。本研究參考 McIntyre 與 Pigram (1992) 的研究，將持續涉入分成重要性、愉悅與滿足、自我表現、生活型態中心 4 個構面。

McIntyre & Pigram (1992) 與 Kyle et al. (2004) 等學者所提出之持續涉入量表為基礎，共為吸引力、自我表現、中心性三構面來衡量登山客之持續涉入。

王正平、朱笠瑄 (2003) 在探討攀岩活動持續涉入與活動、環境屬性之關係時引用 Shuett (1993) 提出之四大構面，為重要性、愉悅程度、自我表現及中心性去測量。國內外各學者對持續涉入的構面以及本研究持續涉入的構面整理於表 2-3-4 所示。

表 2-3-4 持續涉入的構面

學者	持續涉入構面
Kapferer、Laurent 1985	興趣、愉悅性、象徵性風險、重要性風險、可能性
Bricker、Kerstetter 2000	重要性、愉悅性、自我表現、中心性
McIntrye、Pigram 1992	吸引力、自我表現、中心性
Shuett 1993	重要性、愉悅程度、自我表現及中心性

資料來源：本研究整理

四、小結

綜合國內外學者對持續涉入定義針對事物或活動所產生的持續性關切對個人所影響的情況。持續涉入為個人基於某件事、物的涉入程度包含了個人中心性、個人價值需求與個人自我觀念間產生的互動關係連續性過程，若對此事物或活動有高度的持續涉入程度，這種持續性的關切程度，就會越高，反之就約低。比較不容易隨著外在環境改變，且能滿足個人內在的持續性需求。

第四節滿意度的概念與相關研究

顧客滿意度指的是消費者在使用產品或服務後，對認知與產品賦予之價值，所產生的一種立即性反應。行銷大師 Kotler (2000)則指出滿意度指一個人所感覺的程度高低，係源自對產品功能性的知覺、每個人對產品的期望，兩者比較之後所形成。兩者間具有一致性，則顧客獲得滿足；若兩者間有落差，則顧客將感到不滿意。葉凱莉與喬有慶 (2000)認為顧客滿意為顧客對於某一服務的事前期望與服務提供者實際提供之後的事後知覺績效比較之過程，然而滿意度是顧客接受此服務過程做評估後，判定產品或服務的表現是否如期望及想像中的好，進而形成對產品或服務的整體態度。瞭解劍道運動參與者參加比賽後，對此劍道運動價值感受到的立即反應是有必要的，即參與劍道運動所感受到的滿意度。本節將在以下介紹滿意度的定義與分類、滿意度理論、顧客滿意度的定義、顧客滿意度的相關研究以及小結。

一、滿意度的定義與分類

Kotler(2000)指出顧客滿意度是顧客對產品的知覺績效與個人對產品預期比較之後所產生愉快或失望的感覺，滿意度的高低是受知覺績效與預期的影響，如果知覺績效低於顧客事前之預期，顧客將會產生不滿意；如果知覺績效符合或高於事前之預期，顧客則會感到滿意或非常滿意。

曾光華與饒怡雲 (2008)指出，消費者購買產品後的購後行為以滿意度最為行銷人員所重視。不論是購買產品或參與活

動，產品或參與活動在使用後會產生各種不同的滿意程度顧客滿意度，如購買實體或勞務的、參與休閒活動產生的休閒滿意度等。

Mittal and Kamakura (2001)探討不同顧客特質的情況下，顧客滿意度和再購意願之間的關係，研究結果顯示顧客滿意度和再購意願呈高度非線性關係。

Parasuraman、Zeithaml and Berry(1994)滿意度乃指一個人對某產品或服務績效與期望的價值差距所衍生出的愉悅或失望的程度。若產品的實際表現高於預期值，消費者滿意比較高；當實際表現低於預期值，滿意度就會偏低。而滿意程度會影響日後的購買與推薦行為。

陳勁甫、陳威亞(2005)滿意是一種經由經驗與評估而產生的結果，則可得知顧客滿意度為顧客在使用產品後，會對產品績效與購買信念間的一致性加以評估，當兩者間具有相當的一致性時，顧客會感到滿足；反之，則否。Woodruff(1983)指出，顧客滿意是消費者在特定使用情形下，對產品傳達之價值，所產生的一種立即性反應。

Solomon(1991)指出，顧客滿意是個人對所購買產品的整體態度。個體購買態度正向，滿足感來自於購買所察覺到的需求滿足感。

張佩娟(2002)認為休閒滿意度一直是各研究用來測量人們對於休閒滿意，是一項非常有用的衡量指標，認為休閒滿意度是指員工在從事休閒運動後衡量參與活動的滿意情形，是個體因從事休閒運動所獲得正向看法或感受。

表 2-4-1 各類滿意度定義彙總表

學者/年份	定義
Woodruff 1983	顧客滿意是消費者在特定使用情形下，對產品傳達之價值，所產生的種立即性反應。
Solomon 1991	顧客滿意是個人對所購買產品的整體態度。
Parasuraman、Zeithaml and Berry 1994 Kotler 2000	<p>一個人對某產品或服務績效與期望的價值差距所衍生出的愉悅或失望的程度。</p> <p>顧客滿意度是顧客對產品的知覺績效與個人對產品預期比較之後所產生愉快或失望的感覺，滿意度的高低是受知覺績效與預期的影響，如果知覺績效低於顧客事前之預期，顧客將會產生不滿意；如果知覺績效符合或高於事前之預期，顧客則會感到滿意或非常滿意。</p>
(續下頁)	

(續) 表 2-4-1 為各類滿意度定義彙總表

張佩娟	2002	<p>休閒滿意度一直是各研究用來測量人們對於休閒滿意度是一項非常有用的衡量指標，認為休閒滿意度是指員工在從事休閒運動後衡量參與活動的滿意情形，是個體因從事休閒運動所獲得正向看法或感受。</p>
陳勁甫、陳威亞	2005	<p>滿意是一種經由經驗與評估而產生的結果，則可得知顧客滿意度為顧客在使用產品後，會對產品績效與購買信念間的一致性加以評估，當兩者間具有相當的一致性時，顧客會感到滿足；反之則否。</p>
曾光華與饒怡雲	2008	<p>消費者購買產品後的購後行為以滿意度最為行銷人員所重視。</p>
資料來源：本研究整理		

二、顧客滿意度的定義

Howard 與 Sheth (1969) 將顧客滿意度應用在消費者行為理論上，他們認為顧客滿意度是消費者對其因購買行為所做的犧牲，與所得到的補償相較後是否適當的一種認知狀態。

Churchill and Surprenant (1982) 認為「顧客滿意」是一種購買與使用產品的結果，是由購買者比較預期結果的報酬與投入成本所產生的 (廖珮瑜，2003)。Oliver (1981) 認為顧客滿意是由一特定交易 (transaction specific) 所產生的情緒性反應，而這種情緒來自消費過程中，亦即消費者對該產品事前的期望與實際消費後感受之差距，而此差距係由消費者主觀之認定。

Woodruff (1983) 指出顧客滿意度是一種消費者在特定使用情形下，對產品傳達之價值，所產生的一種立即性反應。

Tse and Wilton (1988) 認為顧客滿意是顧客對於購買前預期與實際體驗後知覺績效差距的一種評估反應。顧客會同時地或依序地使用多重標準或多重比較程序，來做滿意評估。當二者間有相當的一致性時，顧客將獲得滿足；反之，將產生不滿意的結果。Kotler (1991) 認為顧客滿意度是一個人所感覺的愉悅程度高低，係源自其對產品知覺績效和個人對產品的期望，兩相比較後所形成的。也就是說，顧客滿意是知覺績效和期望的函數。

林怡安 (2002) 其研究指出實際的知覺服務會顯著影響整體滿意度，整體滿意度在進而影響其忠誠度。潘沛彤 (2007) 指出顧客滿意度為消費者接受服務前的期望與實際接受服務的過程或結果，經過主觀評估後所產生正向或負向的感受，進而影響其消費行為。

綜合國內外研究，消費者在購買物品或勞務後，對於購買

此物品或勞務比較前後的所得到一種立即性反應結果，當購買前的期望高於購買後立即性反應產生不滿意的感受；當購買前的期望低於購買後立即性反應產生滿意的感受，這種感受會進而影響其消費行為。國內外各學者對於顧客滿意度的定義整理如表 2-4-2 所示。

表 2-4-2 顧客滿意度的定義

學者 / 年份	滿意度定義
Howard、Sheth 1969	顧客滿意度應用在消費者行為理論上，他們認為顧客滿意度是消費者對其因購買行為所做的犧牲，與所得到的補償相較後是否適當的一種認知狀態。
Oliver 1981	顧客滿意是由一特定交易（transaction specific）所產生的情緒性反應，而這種情緒來自消費過程中，亦即消費者對該產品事前的期望與實際消費後感受之差距，而此差距係由消費者主觀之認定。
Churchill、Surprenant 1982	「顧客滿意」是一種購買與使用產品的結果，是由購買者比較預期結果的報酬與投入成本所產生的。
（續下頁）	

(續) 表 2-4-2 顧客滿意度的定義		
林怡安	2002	<p>實際的知覺服務會顯著影響整體滿意度，整體滿意度在進而影響其忠誠度。</p>
Woodruff	1983	<p>顧客滿意度是一種消費者在特定使用情形下，對產品傳達之價值，所產生的一種立即性反應。</p>
Tse and Wiltn	1988	<p>顧客滿意是顧客對於購買前預期與實際體驗後知覺績效差距的一種評估反應。顧客會同時地或依序地使用多重標準或多重比較程序，來做滿意評估。</p>
Kotler	1991	<p>顧客滿意度是一個人所感覺的愉悅程度高低，係源自其對產品知覺績效和個人對產品的期望，兩相比較後所形成的。也就是說，顧客滿意是知覺績效和期望的函數。</p>
		(續下頁)

(續) 表 2-4-2 顧客滿意度的定義		
潘沛彤	2007	顧客滿意度消費者接受服務前的期望與實際接受服務的過程或結果，經過主觀評估後所產生正向或負向的感受，進而影響其消費行為。

資料來源：本研究整理

三、顧客滿意度理論

顧客滿意度理論主要在解釋顧客如何形成滿意與否的判斷。隨著時間的演變，顧客滿意度也衍生出相當多不同的理論，Oliver & DeSarbo (1988) 將其中較成熟且具代表性的研究主流分成三大類，分別為：(一)、期望不一致理論；(二)、利益觀點；(三)、補償過程理論。本研究依此架構並綜合顧客滿意理論，探討如下：選取適合本研究的顧客滿意度理論做以下說明。

(一) 期望不一致理論 (expectancy disconfirmation theory)

認知失調理論 (theory of cognitive dissonance) Festinger (1957) 提出認知失調理論為若消費者對產品或服務的期待與實際績效產生不一致的情況，會導致心理失衡現象因而產生失調感。也就是會懷疑的自己選擇是否正確，其它選擇是否更好所產生心理的失衡與壓力。失調的消費者會改變態度、改變行為、忽略不一致的情形或合理化自己的行為，以降低由失調感所引起的緊張與不適，使心理狀態重新恢復平衡。

認知失調論的基本要義為，當個體面對新情境，必需表示自身的態度時，個體在心理上將出現新認知 (新的理解) 與舊認知 (舊的信念) 相互衝突的狀況，為了消除此種因為不一致而帶來緊張的不適感，個體在心理上傾向於採用兩種方式進行自我調適，其一為對於新認知予以否認；另一為尋求更多新認知的訊息，提升新認知的可信度，藉以徹底取代舊認知，從而獲得心理平衡。該理論在性質上為解釋個體內在動機的主要理論，故而被廣泛用以解釋個體態度改變的重要依據，認知失調論是動力心理學的一種新的觀點。

(二) 比較水準理論 (comparison level theory)

Thibaut 與 Kelley (1959) 提出比較水準理論，此理論將顧客滿意視為是產品或服務客觀屬性的表現，與消費者比較水準的函數。比較水準是根據消費者的過去經驗、口碑宣傳及業者的外部溝通訊息所產生，當商品表現高於比較水準時，消費者會感到滿意；若商品表現低於比較水準時，消費者則會感到不滿意。

(三) 期望—失驗理論 (expectancy disconfirmation theory)

Oliver (1981) 認為顧客滿意度是與顧客期待不一致的大小及方向有關。顧客消費前的期望與知覺績效比較所產生不一致的結果稱為失驗。若產品或服務的實際表現低於顧客的期待水準，會產生負向的不一致，並導致不滿意；若產品或服務的實際表現高於顧客的期待水準，產生正向的不一致，則顧客滿意將會形成。

(四) 歸因理論 (attribution theory)

Folkes (1984) 所提出，當我們觀察消費者行為時，會將其區別為由內在、或由外所引發的行為，內在歸因的行為是在消費者控制之下的行為。外在歸因的行為是消費者受制於外在環境壓力而產生的行為，不同的歸因方式對顧客滿意度有實質的影響。行為之歸因決定於下列三項因素：

- 1、獨特性 (distinctiveness)：是否在不同情境下表現不同的行為？
- 2、共通性 (consensus)：每個人面對類似情境時，都表現相同的行為？

3、恒常性 (consistency)：個體的行為是否規律一致？

(五) 公平理論 (equity theory)

認為每一個人對於自己與他人的投入會和彼此所得到的報酬結果做比較，並維持一個平衡---公平性，換句話說，滿足感乃取決於員工自己從工作上所得到的報償與其對工作間的投入是否公平而定，其中工作投入包括：付出的時間、心力與金錢等，工作所得則為薪資、福利與地位等。

Oliver 與 Desarbo (1988)指出，當消費者感覺到公平及結算與投入比例為公平時，會感到滿意顧客會將自己從消費經驗中獲得的價值與所投入的價格，與其他參考群體做比較，只有當顧客知覺的品質價格比與他人相等時，便感到公平，也才會感到滿意。若發現比率與他人有所不同，便會處於不公平的狀態，而會感到不滿意。公平理論是從比較的觀點來瞭解消費者的滿意或不滿意。消費者在購買中會以自己付出與收穫的比率，與他人付出與收穫的比率相比較，若兩者間並無不同，便沒有所謂的滿意或不滿意；若發現比率與他人不同，即是處於不公平的狀態，消費者將透過滿意度的高低來修正購買決策。綜合以上所述，本研究將研究中所探討的學者理論內容整理如表 2-4-3 所示。

表 2-4-3 學者滿意理論內容

理論	學者 / 年分	內容
期望不一致理論	Festinger 1957	提出認知失調理論為若消費者對產品或服務的期待與實際績效產生不一致的情況，會導致心理失衡現象因而產生失調感。
比較水準理論	Thibaut Kelley 1959	提出比較水準理論，此理論將顧客滿意為是產品或服務客觀屬性的表現，與消費者較水準的函數。
期望-失驗理論	Oliver 1981	認為顧客滿意度是與顧客期待不一致的大小及方向有關。
歸因理論	Folkes 1984	當我們觀察消費者行為時，會將其區別為由內在、或由外所引發的行為，內在歸因的行為是在消費者控制之下的行為。
(續 下 頁)		

(續) 表 2-4-3 學者滿意理論內容		
公平理論	Oliver Desarbo 1988	指出，當消費者感覺到公平及結果與投入比例為公平時，會感到滿意顧客會將自己從消費經驗中所獲得的價值與所投入的價格，與其他參考群體做比較，只有當顧客知覺的品質價格比與他人相等時，便感到公平，也才會感到滿意。

資料來源：本研究整理

四、顧客滿意度的相關研究

Bitner, Mary 與 Lois (1994) 認為評斷服務業之好壞應該從顧客滿意度表現來看待。本研究以性質較為接近的運動消費者做相關研究介紹。

沈淑貞 (1999) 以運動健康俱樂部 269 份滿意度問卷調查中為研究對象，研究不同人口參與者參與次數及參與年資越高，對服務品質的「確實性」、「獨特性」及「軟硬體設備越肯定」；學歷與每週參與次數其滿意度會有影響。該研究參考沈淑貞 (1999) 健康休閒俱樂部會員的研究後，將顧客滿意度分為企業形象、地點及促銷、產品滿意度等 3 個構面。

吳珩潔 (2002) 台北地區民眾 604 份滿意度問卷調查中「放鬆層面」滿意度最高；男性在「心理」、「生理」方面滿意度高於女性；中年人在「生理」層面滿意度高於青少年；碩士以上學歷在「放鬆」層面高於中學以下者；不同人口統計變項在參與行為與滿意度上有顯著差異；不同參與行為亦有所在滿意度上有顯著差異。該論文參考江盈如 (1999) 健康俱樂部的研究後，將顧客滿意度分為服務人員、便利性、實體設備和氣氛、制度、售後服務、附屬條件等 6 個構面。

賴富國 (2008) 台南縣慢速壘球參與者 451 份滿意度問卷調查中滿意度依序為「心靈舒暢」、「生理」、「人際互動」、「環境設施」為滿意的服務項目，不同人口統計變項的參與者在顧客滿意度有顯著差異，不同人口統計變項的參與者與滿意度具有顯著的正向相關。該研究參考鄭賀珍、楊惠芳 (2007) 南部地區羽球館消費者的研究後，將顧客滿意度分為人員互動滿意度、使用成果滿意度、空間環境滿意度、服務方便性滿意度等 5 個構面。

郭秀玲（2006）運動觀光潛水 364 份滿意度問卷調查中滿意度依序為男性參與者在滿意度有較相當程度的。研究結果不同人口統計變項的性別參與者與滿意度需求有不同，也可有效預測滿意度。該論文參考吳政謀（2005）運動健身俱樂部的研究後，將顧客滿意度分為企業形象、服務人員便利性、促銷實體設備內容等 3 個構面。

潘沛彤（2007）以 462 位臺北市桌球俱樂部會員滿意度問卷調查中，滿意度研究結果發現人口統計變項中年齡、教育程度、月收入等條件較低者又無桌球經歷之會員，對服務品質與顧客滿意度有相當的；以服務品質之「有形性」、「反應性」、「確實性」與「關懷性」評價較高，環境設施、俱樂部形象與價格與促銷的滿意度有影響換言之，服務品質越佳，滿意度隨之提高。整體而言，劍道運動參與者感受到較高的服務品質時，在滿意度上亦有相當高的評價。該論文參考歐正聰（2007）台北市羽球場館消費者的研究後，將顧客滿意度分為服務態度、器材設備、價格與促銷、環境與交通及服務專業性等 4 個構面，茲將各整理如表 2-4-4 所示。

表 2-4-4 學者顧客滿意度的構面

學者	構面
沈淑貞、江盈如	企業形象、地點及促銷、產品滿意度
1999	服務人員、便利性、實體設備和氣氛、制度、售後服務、附屬條件
鄭賀珍、楊惠芳	人員互動滿意度、使用成果滿意度、空間環境滿意度、服務方便性滿意度
2007	
吳政謀 2005	企業形象、服務人員便利性、促銷實體設備內容
歐正聰 2007	服務態度、器材設備、價格與促銷、環境交通及服務專業性
賴富國 2008	心靈舒暢、生理、人際互動、環境設施

資料來源：本研究整理

綜合以上所述，顧客滿意度衡量構面很多，本研究為了使滿意度衡量構面更適切於本研究，本研究參考沈淑貞（1999）、江盈如（1999）、楊惠芳（2005）、吳政謀（2005）、歐正聰（2007）與賴富國（2008）的研究後人員互動滿意度、使用成果滿意度、器材設備...等等都會影響到參與者的滿意度，故探究劍道運動參與者參與後所產生的滿意度。從參與這評斷學習後之優劣觀點，也可由滿意度表現的觀點來分析。因此對於提供劍道運動參與者在學習後所獲的滿意度部分加以探究。

四、小結

顧客滿意度是一種消費者在特定使用情形下，對產品傳達之價值，所產生的一種立即性反應。購買前的期望質高於購買後，會產生不滿意的感受；購買前的期望低於購買後，會產生滿意的感覺本研究在介紹滿意度的相關研究後，為了使滿意度衡量構面更適切於本研究針對教練專業技能、練習環境教學場地、道館器材、同儕關係為研究構面因此將參與者對感到滿意的滿意程度合稱為劍道運動參與者滿意度。

前五節逐一介紹劍道運動、參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度後本研究將在下一節探討參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度的相關研究，進而瞭解各因素間的相關程度。

第五節 忠誠度的概念與相關研究

一、顧客忠誠度定義

Smith(1998)說明忠誠度在一種情況會產生：「當顧客從你這裡得到競爭對手所沒有他們真正確實需要的服務，並且在他提及你的時候，如同是在描述他們自己的家一樣」。

Parasuraman, Zeithmal, 與 Berry (1984)認為忠誠度(Loyalty)是指除了本身的再購意願外，尚包含願意向他人推薦並給予正面口碑的行為，包括 1、向他人稱讚此公司；2、向詢問的人推薦此公司；3、鼓勵親友到此家公司消費；4、消費時會優先選擇此公司；5、常去此家公司消費。

Hepworth 與 Mateus (1994)認為顧客忠誠乃再次購買或購買該公司其他產品的意圖及向他人推薦的意願。

Oliver(1993)將忠誠度分為二項：其一為態度忠誠，另一則為行為忠誠。在態度忠誠部分主要以詢問消費者的對於該品牌忠誠與否，以及是否會願意付比原先更高的價錢來購買該公司的產品或服務。

Backman 與 Crompton (1991)認為忠誠度觀念可分為行為與態度二個部分，行為部分係指遊客參與特定活動、設施與接受服務的次數，表現遊客多次參與的一致性；態度部分則是遊客情感上的偏好程度。

Prus 與 Brandt (1995)認為顧客滿意驅動顧客忠誠，且顧客忠誠包含顧客對某一品牌或公司的長久關係維持的承諾，而最終由態度及行為的組合表現出來。茲將各定義表 2-5-1 所示。

表 2-5-1 忠誠度定義

學者	年分	定義
Smith	1998	說明忠誠度在一種情況會產生：「當顧客從你這裡得到競爭對手所沒有他們真正確實需要的服務，並且在他提及你的時候，如同是在描述他們自己的家一樣」。
Parasuraman, Zeithmal, Berry	1984	認為忠誠度是指除了本身的再購意願外，尚包含願意向他人推薦並給予正面口碑的行為，包括 1、向他人稱讚此公司；2、向詢問的人推薦此公；3、鼓勵親友到此家公司消費；4、消費時會優先選擇此公司；5、常去此家公司消費。
Hepwoth Mateus	1994	認為顧客忠誠乃再次購買或購買該公司其他產品的意圖及向他人推薦的意願。

(續下頁)

(續) 表 2-5-1 忠誠度定義		
Oliver	1993	將忠誠度分為二項：其一為態度忠誠，另一則為行為忠誠。在態度忠誠部分主要以詢問消費者的對於該品牌忠誠與否，以及是否會願意付比原先更高的價錢來購買該公司的產品或服務。

Backman Crompton	1991	認為忠誠度觀念可分為行為與態度二個部分，行為部分係指遊客參與特定活動、設施與接受服務的次數，表現遊客多次參與的一致性；態度部分則是遊客情感上的偏好程度。
Prus Brandt	1995	認為顧客滿意驅動顧客忠誠，且顧客忠誠包含顧客對某一品牌或公司的長久關係維持的承諾，而最終由態度及行為的組合表現出來。
(續下頁)		
(續) 表 2-5-1 忠誠度定義		
謝金燕	2003	指出忠誠度乃遊客對遊憩區所提供的遊憩設施與服務、特定游憩活動多次參與的一致性及對該遊憩區所產生情感偏好程度。

資料來源：本研究整理

二、顧客忠誠度的衡量構面

江盈如（1998）對健康體適能俱樂部則用 1、再續約；2、會推薦親友，兩個指標來衡量忠誠度。

Jone 與 Sasser（1995）將忠誠度分為三大類：第一類為顧客再購買意願；第二類為基本行為是指最近一次購買時間、頻次與數量等；第三類為衍生行為是指顧客介紹、公開推薦與口碑等。

蕭瑞貞（1999）在研究中以實質環境屬性、經營管理屬性、社交環境屬性等三個遊樂區屬性，來衡量遊客的忠誠度。

Gronholdt, Martensen, 與 Kristensen（2000）指出，由以下四個指標可以構成顧客忠誠度：1、顧客再購意願；2、向他人推薦的意願；3、價格容忍度；4、顧客交叉購買的意願（購買同一公司其他產品）。

方世榮、黃美卿（2001）在對銀行業關係價值及忠誠度模式進行研究時，對顧客的忠誠度以重購意願與衍生行為作為衡量的構面。

謝金燕（2003）忠誠度包括：1、遊客遊玩後所產生的衍生行為；2、重遊意願；3、向親朋好友推薦；4、口碑宣傳及 5、情感偏好等衍生行為。

廖明豐（2003）則認為忠誠度包含：1、重遊意願；2、推薦意願；3、合作的態度；4、主動參與的行為，作為忠誠度的衡量構面。而行為忠誠部分則透過再次購買意願以及願意推薦他人來消費等方面來做評量。茲將各構面如表 2-5-2 所示。

表 2-5-2 學者顧客忠誠度的構面

學者	構面
江盈如 1998	再續約；會推薦親友，
Jone、Sasser 1995	購買意願、基本行為、衍生行為
蕭瑞貞 1999	實質環境屬性、經營管理屬性、 社交環境屬性
Gronholdt Martensen Kristensen 2000	再購意願；向他人推薦的意願； 價格容忍度；顧客交叉購買的意願（購買同一公司其他產品）。
歐正聰 2007	服務態度、器材設備價格與促 銷、環境交通及服務業性

資料來源：本研究整理

第六節 參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間相關研究

參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度的相關理論後，本節將針對因素間之關係加以說明，分別為參與動機與持續涉入之關係、參與動機與滿意度之關係、持續涉入與滿意度之關係，參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之關係以做為本研究架構與研究假設之理論基礎。

一、參與動機與持續涉入之關係

張孝銘、林樹旺與余國振（2004）以 391 位慢跑消費者為研究對象，以結構方程式（structural equation modeling, SEM）來驗證慢跑消費者參與動機對持續涉入慢跑活動的影響。該研究結果如下所示。

- （一）參與動機中體重管理、健康體適能、社交以及壓力釋放 4 個構面對慢跑的持續涉入有正面的關係存在。
- （二）持續涉入的角色是連結慢跑消費者動機與其休閒行為的媒介，持續涉入慢跑活動對休閒行為有正向的影響存在。
- （三）慢跑消費者其健康體適能動機與社交、壓力釋放與社交之間有相關存在。

吳科驊（2006）以 414 位登山健行者為研究對象，以皮爾森積差相關分析（Pearson product moment correlation coefficient）來驗證登山健行者登山健行參與動機對持續涉入登山健行活動的關係，該論文研究結果如下所示。

- （一）參與動機、持續涉入會受到不同婚姻狀況、年齡、教育

程度的影響。

(二) 參與動機與持續涉入有正相關存在。

(三) 持續涉入與休閒效益有正相關存在。

(四) 參與動機之健康體適能、人際互動、體重控制與身心釋放 4 個構面分別與持續涉入之樂趣、興奮兩構面之間均有相關存在。

張志銘、呂崇明、翁旭昇與許績勝 (2006) 以 405 位對桌球有興趣的大學生為研究對象，以結構方程式來驗證內在動機與持續涉入桌球運動的關係，該論文研究結果如下所示。

(一) 學生之內在動機表現、學習態度表現，皆可直接正向影響著學生持續涉入桌球運動行為。學生之內在動機，亦可直接影響到學生的學習態度。

(二) 內在動機的求知性內在動機、完成性內在動機、體驗刺激性內在動機 3 個構面可直接正面的影響到學生持續涉入桌球運動。

官素珍 (2007) 以 198 位瑜珈教室消費者為研究對象，以結構方程式探討瑜珈教室消費者參與動機與持續涉入模式之關係。研究結果指出瑜珈消費者的參與動機會顯著正向影響休閒體驗；休閒體驗會顯著正向影響參與結果評估與活動參與後正面影響感受；參與結果評估會顯著正向影響活動參與後正面影響感受；正面影響感受會顯著正向影響持續涉入。研究結果推論參與動機與持續涉入有相關存在。

高嘉鞠 (2007) 以 396 位龍門露營區與馬瀨露營區的之露營者為研究對象，以結構方程式來驗證露營者的遊憩動機與持續涉入之間的關係。研究結果如下。

(一) 露營者的遊憩動機以逃離紓壓構面為主。

- (二) 露營者在持續涉入方面以吸引力構面為主。
- (三) 遊憩動機分成逃離紓壓、社交互動、增進健康與學習體驗 4 個構面；持續涉入情形分為中心性、吸引力、自我表現 3 個構面，研究發現遊憩動機會正面影響持續涉入。

徐新勝 (2007) 以 379 名衝浪者為研究對象，以皮爾森積差相關分析探討休閒動機、涉入程度與休閒效益之間的關係。該研究結果如下所示。

- (一) 不同年齡、職業、衝浪經驗、投入費用、比賽經驗、衝浪月份、衝浪時間與是否有衝浪板、是否參加俱樂部在休閒動機上具有顯著差異。
- (二) 不同衝浪經驗、投入費用、比賽經驗、衝浪月份、衝浪時間與是否有衝浪板、是否參加俱樂部在涉入程度上具有顯著差異。
- (三) 休閒動機、涉入程度與休閒效益具有顯著正相關。
- (四) 多元迴歸結果發現休閒動機的社交互動、紓解壓力與涉入程度的生活樂趣、自我實現能有效預測休閒效益，其聯合解釋變異量達 64.1%。
- (五) 徑路分析結果發現社交互動、紓解壓力、自我成就、生活樂趣與自我實現能有效影響休閒效益，總效果為 .882。社交互動為最主要影響因素；生活樂趣與自我實現為休閒動機影響休閒效益之中介變項。

黃貞惟 (2008) 以 984 位溪頭自然教育園區遊客為研究對象，以結構方程式來分析溪頭自然教育園區遊客之遊憩動機影響持續涉入之關係。該論文研究結果如下所示。

- (一) 模型的適配程度良好，遊憩動機對持續涉入呈顯著正向影響。

- (二) 遊憩動機的自然與社會連結 2 個構面顯著正向影響持續涉入的吸引力、中心性與自我表現 3 個構面。
- (三) 遊憩動機的脫離、學習 2 個構面對於持續涉入的自我表現構面有顯著正向影響，遊憩動機的學習構面對持續涉入的吸引力構面有負向影響
- (四) 溪頭自然教育園區遊客之自然與學習為其重要之遊憩動機，並對遊客持續涉入類似活動具顯著之影響。

綜合以上文獻討論，在檢驗參與動機與持續涉入的相關情形時，以結構方程式與皮爾森積差相關分析等可以檢驗參與動機與持續涉入的相關情形，且研究結果顯示參與動機與持續涉入存在相關性。

二、持續涉入與滿意度之關係

Vallerand 與 Vallieres (1995) 以 245 位賭客為研究對象探討賭博的動機與涉入的相關情形，研究結果指出顯示高動機的賭客也會有較高的賭博涉入程度。Kyle、Absher、Hammit 與 Cavin (2006) 以 312 位露營者為研究對象，以結構方程式來探討動機與持續涉入間的關係。研究結果如下所示。

- (一) 參與動機之逃避構面正面影響持續涉入的吸引力構面。
- (二) 參與動機之學習構面正面影響持續涉入的中心性構面。

林衢良 (2004) 以 621 大學生撞球參與者為研究對象，以皮爾森積差相關分析來探討參與者涉入與滿意度的相關情況，該論文研究結果如下所示。

- (一) 人口統計變項中以男生、每週打撞球一次、休閒費用以 1,000 元以內居多。
- (二) 撞球場館滿意度在品質與數量、週邊設備、廁所與空調

、整體滿意度等構面與涉入程度達顯著正相關。

(三) 撞球場館滿意度與忠誠度達顯著正相關。

(四) 涉入程度與忠誠度在正面口碑宣傳、整體忠誠度兩構面達顯著正相關。

陳文銓(2005)以321位室內溫水游泳池消費者為研究對象，以結構方程式來探討參與者涉入與滿意度的相關情況，研究結果如下所示。

(一) 涉入程度變項對滿意度變項達顯著水準。

(二) 涉入程度變項對忠誠度變項達顯著水準。

(三) 滿意度變項對忠誠度變項達顯著水準。

(四) 涉入程度透過滿意度變項對忠誠度的間接影響達顯著水準。

(五) 涉入程度變項對滿意度的影響屬於直接影響，消費者的涉入程度會正面影響消費者的滿意度。

陳薇先、邵于琳(2006)以290位參與ING臺北國際馬拉松的參賽者為研究對象，以複迴歸分析(multiple regression analysis)來瞭解參賽者涉入程度對滿意度之間的影響，該研究結果如下所示。

(一) 運動賽會參賽者之涉入程度與滿意度呈正相關。

(二) 運動賽會參賽者之涉入程度與再參加意願呈正相關。

(三) 涉入程度高的運動賽會參賽者，在滿意度及再參加意願上較涉入程度低者表現強烈。

(四) 運動賽會參賽者之涉入程度越高，其涉入程度對滿意度之影響越大。

綜合以上國內外文獻得知，在檢驗涉入與滿意度的相關情形時，以結構方程式、皮爾森積差相關分析、複迴歸分析等等

可以檢驗持續涉入與滿意度的相關情形，且結果顯示持續涉入與滿意度存在相關性。

三、參與動機與滿意度之關係

王沛泳（2001）以 263 位臺南地區的統一獅隊球迷為研究對象，探討參與動機與滿意度的相關情形，該論文研究結果如下所示。

- （一）以典型相關分析（canonical correlation）來探討參與動機和參與滿意度之間的關聯性時，得到一組達顯著水準且判定係數高的判別式，判別式顯示參與動機的社會成就以及健康休閒 2 個構面，在參與滿意度的社交學習、休閒放鬆和球場的硬體設備 3 個構面都呈現正向的關係，其解釋能力很高。
- （二）以複迴歸分析來探討生活型態、參與動機對參與滿意度的影響時。研究結果可知參與滿意度受生活型態和參與動機之影響，以參與動機對其影響較大，尤其是在對球場硬體的滿意度上，便只受到參與動機的 2 個構面社會成就和健康休閒影響。

黃鴻斌（2003）以 230 位臺北金牌健康體適能俱樂部會員為研究對象，以結構方程式來驗證參與動機與滿意度兩者之間的關係，該研究結果如下所示。

- （一）人口統計變項中，參與者年齡則集中在 21-40 歲，學歷以大學以上居多，職業以商業居多，會員選擇俱樂部之主要考量因素為交通便利，每週活動次數多在 3 次以上。
- （二）參與者之主要參與動機為健康需求。
- （三）參與者之主要滿意度為便利性。

(四) 不同人口統計變項之會員在參與行為、參與動機、顧客滿意度及忠誠度上有顯著差異。

(五) 不同參與行為之會員在參與動機、顧客滿意度及忠誠度上有顯著差異。

(六) 會員參與動機對滿意度具有顯著的正向相關。

(七) 滿意度對忠誠度具有顯著的正向相關。

張佩娟 (2003) 以 421 位雲林醫院員工為研究對象，以皮爾森積差相關分析來檢驗員工休閒運動參與動機與滿意度兩者之間的關係。其研究結果如下所示。

(一) 不同人口統計變項其參與休閒運動的動機有所不同。教育程度在高中(職)且每月平均收入在 20001-30000 元者，其休閒運動動機較高。

(二) 不同人口統計變項其滿意度有所不同。教育程度在高中(職)與專科者，其滿意度較高。

(三) 休閒運動動機與滿意度兩者有正相關，顯示動機愈強則其滿意度愈高。

(四) 休閒運動參與和休閒運動動機及滿意度之間有正相關，結果顯示動機及滿意度愈高則其休閒運動參與頻率愈高。

方怡蓁 (2004) 以 366 位參與荒野保護協會所舉辦解說活動民眾為研究對象，以皮爾森積差相關分析來檢驗民眾參與動機與滿意度之相關情形。該論文研究結果如下所示。

(一) 不同人口統計變項參與者其參與動機、滿意度有所差異。

(二) 參與民眾之參與動機與滿意程度有相關性。

(三) 參與動機最主要的構面則是解說體驗動機。

(四) 滿意度最主要的構面是解說員的服務態度，整體滿意度次之。

(五) 參與動機與滿意度具有顯著的相關性，表示參與動機越高者，滿意度越高。

高以緯 (2004) 以 571 位臺北縣、市高中生為研究對象，探討參與動機與滿意度的關係，研究結果如下所示。

(一) 以皮爾森積差相關分析來檢驗高中學生志願服務的參與動機與滿意度之間的關係。其研究結果顯示參與動機與滿意度具有顯著的相關性，表示參與動機越高者，滿意度也越高。

(二) 針對個人基本變項與動機、滿意度之各因素進行複迴歸分析，以探究影響彼此之因果關係。參與動機中，實現自我成長構面可以解釋滿意度總變異量的 53.9%，參與動機中實現自我成長、反應他人期望、獲取社會經驗、表達社會責任等動機可以預測滿意度。

陳啟倫 (2007) 以 384 位活力工場健身會館會員為研究對象，探討參與動機與滿意度的相關情形，研究結果如下所示。

(一) 以皮爾森積差相關分析檢驗會員參與動機與滿意度之相關情形。研究結果顯示參與動機與滿意度具有顯著相關，推論參與動機越高者滿意度越高。

(二) 以典型相關分析來探討會員參與動機與滿意度之相關情形。得到 3 組達顯著水準的判別式，會員參與動機透過 3 組判別式分別可以解釋使用滿意度總變異量的 5.418%、7.080% 與 0.494%。也就是會員參與動機透過這 3 組典型因素，對會員使用滿意度總變異量為 12.992%，其中大部分的解釋力來自第一組與第二組典型因素。

綜合以上國內外文獻討論，在檢驗參與動機與滿意度的相關情形時，有典型相關分析、複迴歸分析、線性結構方程式與皮爾森積差相關分析等可以檢驗參與動機與滿意度的相關情形，且結果顯示參與動機與參與滿意度存在相關。

第七節 小結

本研究介紹劍道運動發展歷史，說明劍道運動比賽制度、規則、規模、發展現況等，探討瞭解劍道運動參與者的參與動機、持續涉入的程度與參與者的滿意度。分析參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度的定義、分類、理論以及相關研究後，針對上述文獻探討論點，發現參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度 4 個因素彼此有相關，在各種領域廣泛被運用，本研究藉此探討劍道運動之發展現況，以及劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度的相關情形。

第叁章研究方法

本研究以為 2010 年全民運動賽會劍道參與比賽者研究對象，根據相關文獻之理論基礎設計問卷對參與者進行問卷調查。調查完成後進行資料分析，旨在探討劍道運動比賽參與者參與動機、持續涉入與滿意度之間的相關情形，瞭解台灣劍道的發展現況。本章共有五節，別為第一節研究架構，第二節研究流程，第三節研究假設，第四節研究對象，第五節資料處理。

第一節研究流程

本研究流程分為確定研究背景與動機、相關文獻蒐集、文獻探討、確立研究架構與流程、研究方法分為問卷調查法、資料處理、資料分析與討論、以及結論與建議等。如圖 3-1-1 所示

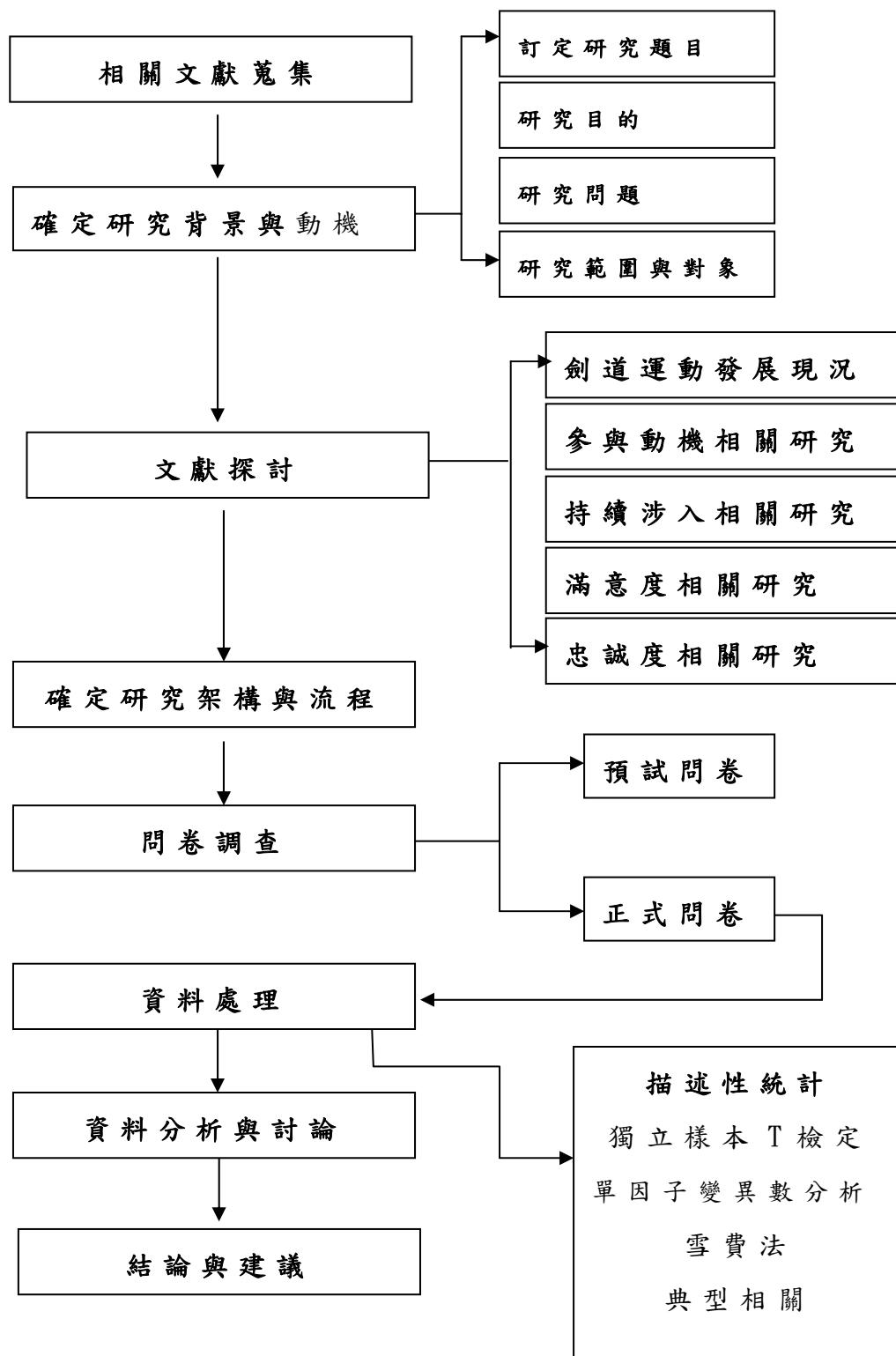


圖 3-1-1 研究流程圖

第二節 研究架構

本研究探討 2010 年全民運動賽會劍道運動參與者參與動機、持續涉入與滿意度與忠誠度之間的相關情形以及瞭解台灣劍道運動發展現況。依據研究背景動機、研究目的和文獻探討的結果，提出本研究之研究架構。在此架構中，藉由問卷調查法調查劍道運動參與者參與動機、持續涉入與滿意度以及其間的相關情形進行探討與分析。如圖 3-2-1 所示

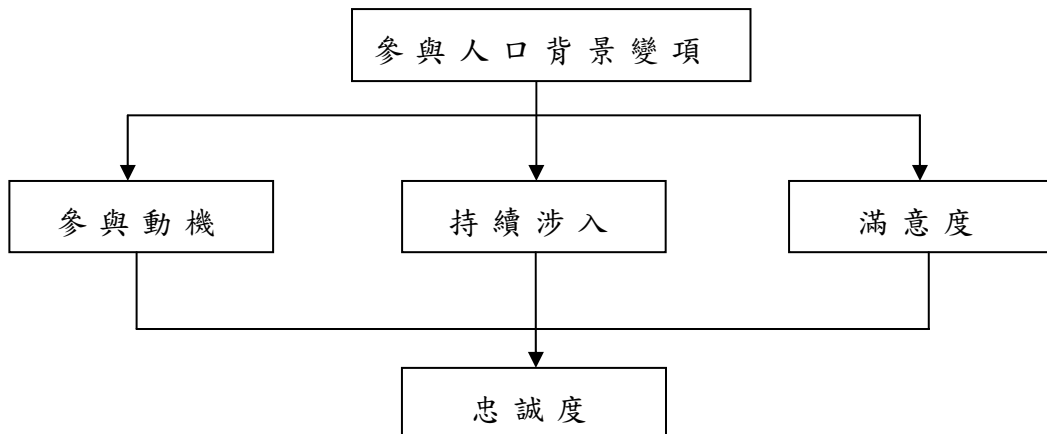


圖 3-2-1 研究架構圖

一、參與者人口變項

本研究所探討的人口背景變項，是指參與者有關的基本資料，參與者人口背景變項包括性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、家庭月收入等共 6 項。

二、參與動機變項

本研究所探討的參與動機變項，是指參與者學習技能、紓解壓力、社交互動、成就需求的動機等共 4 項。

三、持續涉入變項

本研究所探討的持續涉入變項，是指參與者中心性、吸引力、自我表現的持續涉入等共 3 項。

四、滿意度變項

本研究所探討的指參與者學習後對於教練專業技能、教學場地器材、道館同儕關係、練習環境的滿意度等共 4 項。

五、忠誠度變項

本研究所探討的指參與者學習後對於正面口碑、繼續參與忠誠度等共 2 項。

第三節 研究方法

為了解台灣劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度的關係，本研究針對 2010 年全民運動會劍道運動賽會參與者為調查對象。台灣有廿三縣市，以各縣市代表隊為單位，為了研究的便利性讓樣本更具代表性，顧及各縣市區域性差異，故採用普查抽樣方式。本研究調查的母群體為 2010 年全民運動會劍道運動賽會參與者或參與全民運動會劍道運動選手，依研究者實地調查訪問結果。

一、預試問卷研究對象

本研究以 2010 年全國青少年暨高齡者劍道錦標賽為研究對象，共發放 120 份問卷，回收有效問卷 112 份，有效回收率 93.3 %。根據王文科(2001)回收率至少要達到 60 %為原則，達此水準。預試目的是為了瞭解本研究在問卷題目的設計與表達上是否有需要做改善的地方，本研究者根據問卷預試的結果做最後的修正，以使正式問卷能達到完善。

二、正式對象

以 2010 全民運動會劍道運動賽會參與者為本研究的母群體，採普查抽樣，以各縣市隊伍為單位，本研究在問卷施測過程親至比賽現場進行發放，目的在於排除預試填答者，掌控受試者填答的正確性，俾利本研究結果之精確性，依單位參加人 2010 年全民運動賽會劍道參與比賽者問卷，共計發放男子隊 16 隊 140 問卷、女子隊 10 隊 80 份問卷共問卷 220 回收問卷 200 份剔除無效問卷者，合計有效問卷 190

份，有效回收率 95%，如表 3-3-1 所示。

表 3-3-1 正式對象問卷

日期	性別	發放問卷	回收問卷	有效問卷
2010-10-21	男子	140	129	92%
2010-10-21	女子	80	61	76.2%
合計		220	190	100%

第四節 研究對象

本研究採取量化的研究方法，蒐集並參考相關文獻資料整理分析及考慮研究需求，以自編問卷為研究工具。為確保測量工具的效度及信度本研究以「劍道運動參與行為之研究問卷」為研究工具。項目分析利用相關分析法及內部一致效標法，效度分析以主成分分析法（principal component analysis）考量量表的建構效度，信度分析以係數檢定量表的內部一致性。預試問卷如附錄一所示，正式問卷如附錄二所示。問卷設計分成人口統計變項、劍道運動參與的參與動機、參與者持續涉入的程度、參與者的滿意度與參與者的忠誠度，編製過程說明如下：

一、問卷調查法

本研究以問卷調查法做為劍道運動參與者主要的調查方法。採用國內外現有文獻已發展出來的量表，再根據本研究的目的加以修改作為蒐集實證資料的工具。此外考量到受測者的填答意願，故將問卷編製成結構式（封閉式）題型，用字遣詞標準化，以提高問卷之準確性。預試問卷利用項目分析、效度分析、信度分析檢驗量表之信效度。項目分析利用相關分析法及內部一致效標法，效度分析以主成分分析法（principal component analysis）考量量表的建構效度，信度分析以Cronbach's α 係數檢定量表的內部一致性。預試問卷如附錄一所示，正式問卷如附錄二所示。問卷設計分成人口統計變項、劍道運動參與者之參與動機、參與者持續涉入的程度、參與者的滿意度與參與者的忠誠度，分述如下：

二、建構專家內容效度

量表初稿擬定與指導教授討論修正後，編製成專家內容效度問卷。經專家學者二人，實地參與者三人，共計五人，就問卷內容提供專業寶貴意見，參與專家學者的聘請，皆對劍道運動實地參與者經驗豐富的專家進行篩選，專家學者如表 3-2 所示。

表 3-4-1 建構內容效度的專家學者及實地參與者名單

類別	姓名	經歷	現職服務單位
專家學者	林文郎	教授	國立台灣體育學院
專家學者	彭效武	教授	正修科技大學
實地參與者	林政德		台中修道館館長
實地參與者	陳建榮	副教授	修平技學院
實地參與者	蕭英傑		道禾實驗小學

三、量表建構流程

本研究量表之建構，採用吳明隆、涂金堂（2007）在 SPSS 與統計應用分析書中，發展量表建構方式之流程，如圖 3-4-1 所示。

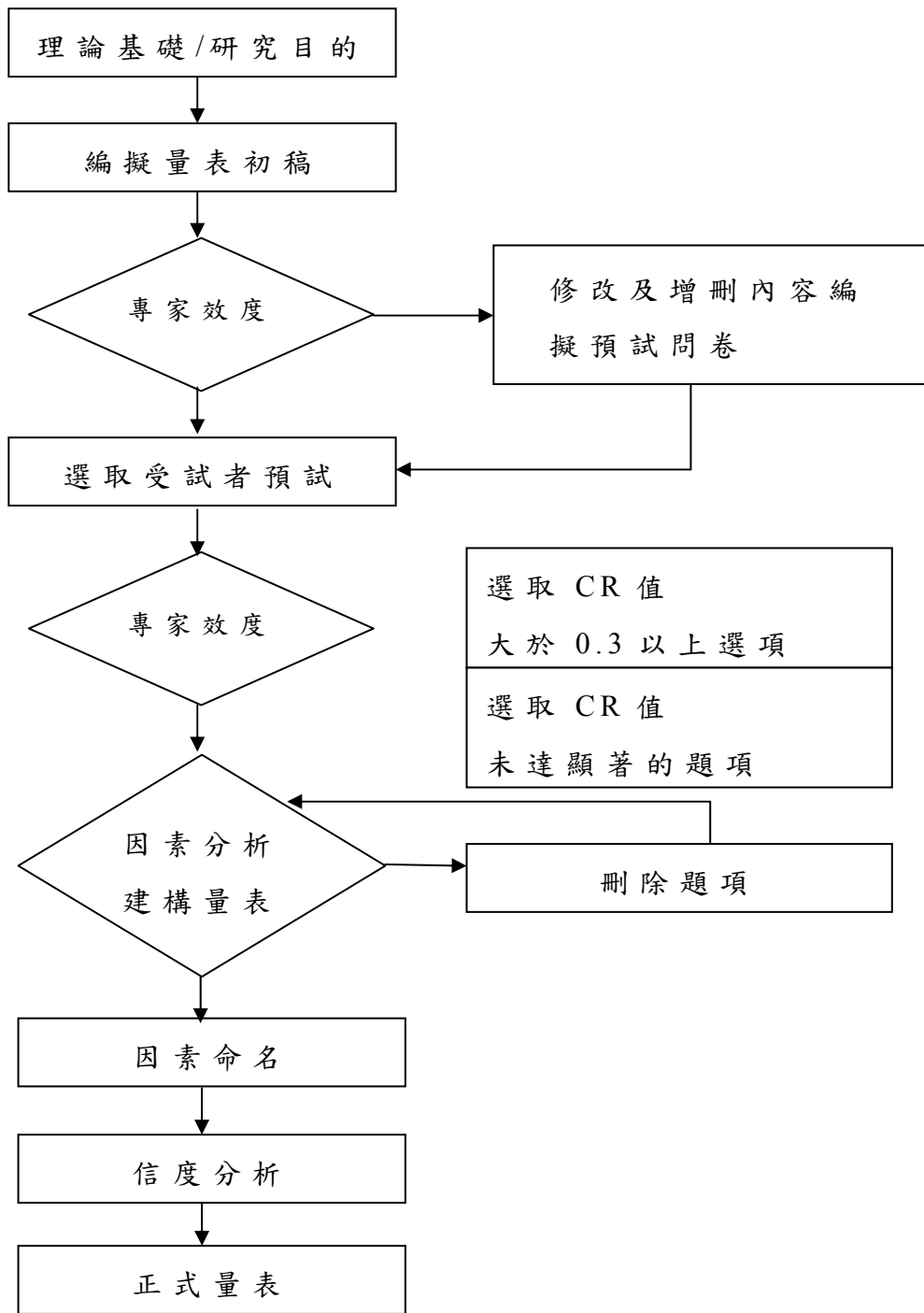


圖 3-4-1 量表建構流程

四、研究工具

本研究所採用的工具為問卷調查法來蒐集相關資訊，為確保測量工具的效度及信度，盡量採用國內外現有文獻已發展出來的量表，再根據本研究的目的加以修改作為蒐集實證資料的工具。係根據第二章文獻探討的內容，並參酌相關研究及文獻後，遂進行編擬，並於初稿完成後經專家內容效度審閱、評析與修正後完成預試問卷，預試問卷利用項目分析、效度分析、信度分析檢驗量表之信效度。項目分析利用相關分析法及內部一致效標法，效度分析以主成分分析法（principal component analysis）考量量表的建構效度，信度分析以 Cronbach's α 值係數檢定量表的內部一致性。經實施預試及預試問卷分析後，始編成「劍道參與者參與行之研究」正式問卷。問卷的發展說明如下：

一、問卷容調查內容與編製方式

（一）劍道運動參與者人口統計變項

本研究參考林子楊（2009）與康龍豐（2009）的研究，選取適合本研究的問項並與指導老師討論後，分別探討劍道運動參與者的性別、婚姻狀況、年齡、教育程度、職業、收入六組題項。

1、性別：分男、女兩類。

2、婚姻狀況：已婚、未婚兩類。

3、年齡：分 20 歲以下組、21-30 歲組、31-40 歲組、41-50 歲組、51 歲以上五類。

4、學歷：分高中職、大學專科、研究所以上三類。

5、職業：分學生、商業、軍公教人員、工業、自由業、農林牧業六類。

6、家庭月收入：20,000 元以下、20,001-40,000 元、
40,001-60,000 元、60,001 元以上等四類

(二) 劍道運動參與者參與動機量表

1、量表內容

參與動機量表主要參考林子揚(2009)與康龍豐(2009)的研究的問卷，並經與指導老師討論後，選取及編制適合本研究之題項，本份參與動機量表預試共有 26 題項，整體 Cronbach's α 係數為 .908。本研究則依劍道運動參與者現況刪除部份題目，依本研究需求修改相關用辭，經由歸納整理分析，分為學習技能、紓解壓力、社交互動、成究需求的動機等四大項。

2、填答方式

問卷以採用 Likert 五點尺度作為評分基礎，由非常同意至非常不同意分別依序給予 5 至 1 分。所獲愈高分，表示參與動機越強烈；反之，所獲愈低分，表示參與動機越微弱。將在以下利用項目分析、效度分析以及信。表示受試者對該量表題目所述內容認同的程度越高。

3、項目分析

本量表經由相關分析法以及內部一致效標法分析，結果如表 3-4-2 所示，結果顯示：第 10 題「為了趕流行」之題項與總分相關小於 .05， p 值不顯著，因此將之刪除。本量表以獨立樣本 t 考驗，將受試者於量表答題反應情形，依總分取上下各 27% 的分數加以分組，做為量表內題目鑑別度衡量方法，極端組比較結果，如表所示 26 題的 CR 值均達顯著水準，相關係數均在 .30 以上，總量表 Cronbach's α 值係數 .908，表示此問卷信效度極佳。

表 3-4-2 劍道運動參與者參與動機量表項目分析摘要表

劍道運動參與者參與動機量表		
題項	t 值	P 值
1.為了瞭解劍道文化	2.484	.016
2.為了讓自己更強壯、靈活	7.312	.000
3.為了瞭解劍道規則	5.257	.000
4.為了改正不良姿勢	7.307	.000
5.為了增加攻防技巧	6.343	.000
6.因為對劍道運動技巧有興趣	5.278	.000
7.為了加強自信心	5.062	.000
8.為了成就感	2.419	.020
9.為了升學管道更暢通	4.350	.000
10.為了趕流行	1.249	.217
11.為了達到自我實現、尋求自我挑戰	7.417	.000
12.為了獲得歸屬感	6.041	.000
13.為了使自己年輕有活力	6.371	.000
14.為了提高名聲獲得尊重及讚賞	4.966	.000
15.為了促進身體的健康	6.642	.000
16.為了幫助情緒穩定	4.499	.000
17.為了放鬆情緒紓解生活壓力	5.414	.000

(續下頁)

(續)表 3-4-2 劍道運動參與者參與動機量表項目分析摘要表

18.為了獲得快感與刺激	4.011	.000
19.為了適度控制體重	6.703	.000
20.為了達到固定運動習慣	4.741	.000
21.為了使自己心情愉快當作休閒娛樂	5.583	.000
22.為了增強心肺功能 增進體能	6.497	.000
23.為了結交志同道合朋友增加社交能力	4.981	.000
24.為了分享技巧與經驗	5.528	.000
25.為了相互切磋的樂趣	6.860	.000
26.為了傳播劍道資訊與知識	5.667	.000

*p<.05

4、因素分析

本量表採用主成分分析法 (principal component analysis, PCA)，因為各因素之間的相關性低，未達顯著水準，故以最大變異進行直交轉軸。第 2 題「為了讓自己更強壯、靈活」、第 2 題「為了讓自己更強壯、靈活」、第 3 題「為了瞭解劍道規則」、第 10 題「為了趕流行」、第 12 題「為了獲得歸屬感」、第 15 題「為了促進身體的健康」、第 16 題「為了幫助情緒穩定」、第 19 題「為了適度控制體重」、第 23 題「為了結交志同道合朋友增加社交能力」因素負荷量小於 .40，因此將之刪除。因素分析 (最大變異轉軸) 如表 3-4-3 所示，結果顯示：因素一包含第 11、20、21、22、24、25、26 題，解釋變異量達 41.68%，因素二包含 4、5、9、17、18 題，解釋變異量達 52.39%，因素三包含 1、6、7、8 題，解釋變異量達 60.65%，因素四包含 13、14 題，解釋變異量達 65.58%。因素分析結果得知 KMO 值為 0.849 (>0.5)，表示宜進行因素分析；此外，從 Barlett's 球形考驗的卡方值為 1492.0，P 值 <0.0001 ，達顯著差異水準本劍道運動參與者參與動機量表累積解釋總變異量達 65.575%。

表 3-4-3 劍道運動參與者參與動機量表因素分析摘要表

題項	1	2	3	4
20.為了達到固定運動習慣經驗	.773			
25.為了相互切磋的樂趣	.772			
21.為了使自己心情愉快當作休閒娛樂	.753			
26.為了傳播劍道資訊與知識娛樂	.731			
22.為了增強心肺功能增進體能	.731			
24.為了分享技巧與經驗	.717			
11.為了達到自我實現、尋求自我挑戰	.626			
18.為了獲得快感與刺激		.770		
4.為了改正不良姿勢		.685		
9.為了升學管道更暢通		.673		
5.為了增加攻防技巧		.618		
17.為了放鬆情緒紓解生活壓力		.529		
7.為了加強自信心			.836	

8.為了成就感					.794
1.為了瞭解劍道文化					.681
6.因為對劍道運動技巧有興趣					.631
14.為了提高名聲獲得尊重及讚賞					.879
13.為了使自己年輕有活力					.687
因素命名	學習 技能	紓解 壓力	社交 互動	成就 需求	
特徵值 (eigenvalue)	7.502	1.928	1.478	1.247	
累積解釋變異量 (Cumulative%)	41.675	52.385	60.647	65.575	

5、信度分析

採用 Cronbach's α 係數法，探討問卷各題目內部的一致性及其可行性。劍道運動參與者參與動機信度分析摘要表如表 3-4-4 所示，結果顯示：「學習技能」Cronbach's α 值係數係數為 .902，「紓解壓力」之 Cronbach's α 值係數係數為 .813，「社交互動」之 Cronbach's α 值係數為 .792，「成就需求」Cronbach's α 值係數 .623，總量表之內部一致性係數為 .910，顯示此量表之信度十分良好。

表 3-4-4 劍道運動參與者參與動機量表

題項	構面	整體構面 α 值	Cronbach's α
1.為了達到固定運動習慣經驗			.903
2.為了相互切磋的樂趣			.873
3.為了使自己心情愉快當作休閒娛樂	學習技能	.902	.893
			.883
4.為了傳播劍道資訊與知識娛樂			.882
5.為了增強心肺功能 增進體能			.884
6.為了分享技巧與經驗			.812
7.為了達到自我實現、尋求自我挑戰			.743
8.為了獲得快感與刺激	紓解壓力	.813	.794
9.為了改正不良姿勢			.753
10.為了升學管道更暢通			.792
11.為了增加攻防技巧			.672
12.為了放鬆情緒紓解生活壓力			.791
13.為了加強自信心	社交互動	.792	.743
14.為了成就感			.732
15.為了瞭解劍道文化			.624
16.因為對劍運動技巧有興趣	成就需求	.623	.613
17.為了提高名聲獲得尊重及讚賞			.743
18.為了使自己年輕有活力			

(三) 劍道運動參與者持續涉入量表

1、量表內容

持續涉入量表主要參考林子楊(2009)與康龍豐(2008)的研究的問卷，並經與指導老師討論後，選取及編制適合本研究之題項，本份持續涉入量表預試共有15題項，整體Cronbach's α 係數為.903。本研究則依劍道運動參與者現況刪除部份題目，依本研究需求修改相關用辭，經由歸納整理分析，分為參與者中心性、吸引力、自我表現的持續涉入等四大項。

2、填答方式

本問卷以採用Likert五點尺度作為評分基礎，由非常同意至非常不同意分別依序給予5至1分。所獲愈高分，表示參與動機越強烈；反之，所獲愈低分，表示參與動機越微弱。將在以下利用項目分析、效度分析以及信。表示受試者對該量表題目所述內容認同的程度越高。

3、項目分析

本量表以獨立樣本t考驗，將受試者於量表答題反應情形，依總分取上下各27%的分數加以分組，做為量表內題目鑑別度衡量方法，極端組比較結果，如表所示15題的CR值均達顯著水準，相關係數均在.30以上，總量表Cronbach's α 值係數.903，表示此問卷信效度極佳。

表 3-4-5 劍道運動參與者持續涉入量表項目分析摘要表

劍道運動參與者持續涉入量表		
題項	t 值	P 值
1.劍道對我是很重要的	.421	.001
2.紓解我生活壓力	4.171	.000
3.劍道令我感到愉悅的事	5.243	.000
4.我喜歡參與劍道運動	5.679	.000
5.讓我有新鮮感	4.178	.000
6.讓我獲得很多樂趣	5.016	.000
7.生活的大部分環繞著劍道運動	2.275	.026
8.我對劍道相關事務有興趣	5.507	.000
9.對本身更加瞭解自己	5.218	.000
10.獲得很大的滿足感	.175	.862
11.過程中可以表達真正的自我	2.524	.014
12.跟朋友喜歡討論劍道運動	4.187	.000
13.朋友大部分都是劍道運動的參與者	4.919	.000
14.我希望別人能視為真正的我在我從事劍道 運動	3.774	.000
15.當我看到劍道相關訊息，我可以告訴他們 很多	2.190	.032

三、因素分析

(一) 劍道運動參與者持續涉入量表

因素分析結果得知 KMO 值為 .903 (>0.5)，表示宜進行因素分析；此外，從 Barlett's 球形考驗的卡方值為 1088.6，P 值 <0.0001 ，達顯著差異水準，故此份量表適合用於因素分析來瞭解其構面且總解釋變異量為 65.146%。

表 3-4-6 劍道運動參與者持續涉入量表因素分析摘要表

題項	1	2	3
5.讓我有新鮮感	.890		
11.過程中可以表達真正的自我	.566		
12.跟朋友喜歡討論劍道運動	.890		
14.我希望別人能視為真正的我在 我從事劍道運動	.546		
6.讓我獲得很多樂趣		.935	
13.朋友大部分都是劍道運動的參 與者		.935	
1.劍道對我是很重要的			.610
2.紓解我生活壓力			.703
3.劍道令我感到愉悅的事			.508
8.我對劍道相關事務有興趣			.747
因素命名	中心性	吸引力	自我 表現
特徵值 (eigenvalu)	7.502	1.928	1.478
累積解釋變異量 (Cumulative%)	41.675	52.385	60.647

四、信度分析

由信度分析摘要表可發現持續涉入表整體的 Cronbach's α 係數為 0.908，代表此份量表的信度為佳，題項具有一致性。本研究依據總量表的 α 係數最好在 .70 以上（吳明隆、涂金堂，2008）提出標準以 Cronbach's α 係數簡並法為標準。劍道運動參與者參與動機量表信度分析如表 3-4-7 所示

表 3-4-7 劍道運動參與者持續涉入量表

題項	構面	整體構面 α 值	Cronbach's α
1.讓我有新鮮感	中		.772
2.過程中可以表達真正的自我	心		.777
3.跟朋友喜歡討論劍道運動	性	.698	.772
4.我希望別人能視為真正的我			
在我從事劍道運動	吸		.797
5.讓我獲得很多樂趣	引	.900	.774
6.朋友大部分都是劍道運動的	力		
參與者			.774
7.劍道對我是很重要的	自		.822
8.紓解我生活壓力	我		.791
9.劍道令我感到愉悅的事	表	.635	.800
10.我對劍道相關事務有興趣	現		.777

(三) 劍道運動參與者滿意度量表

1、量表內容

持續涉入量表主要參考林子楊(2009)與康龍豐(2008)的研究的問卷，並經與指導老師討論後，選取及編制適合本研究之題項，本份滿意度量表預試共有17題項，整體Cronbach's α 係數為.908。

本研究則依劍道運動參與者現況刪除部份題目，依本研究需求修改相關用辭，經由歸納整理分析，分為教練專業技能、練習環境、教學場地器材、道館同儕關係的動機等四大項。

2、填答方式

本問卷以採用Likert五點尺度作為評分基礎，由非常同意至非常不同意分別依序給予5至1分。所獲愈高分，表示參與動機越強烈；反之，所獲愈低分，表示參與動機越微弱。將在以下利用項目分析、效度分析以及信。表示受試者對該量表題目所述內容認同的程度越高。

3、項目分析

本量表以獨立樣本t考驗，將受試者於量表答題反應情形，依總分取上下各27%的分數加以分組，做為量表內題目鑑別度衡量方法，極端組比較結果，如表所示17題的CR值均達顯著水準，相關係數均在.30以上，總量表Cronbach's α 值係數.908，表示此問卷信效度極佳。

表 3-4-8 劍道運動參與者滿意度量表項目分析摘要表

劍道運動參與者滿意度量表		
題項	t 值	P 值
1.對教練劍道本身之專業能力感到滿意	10.252	.016
2.對教練教學態度滿意	10.814	.000
3.對教練的教學方式感到滿意	.513	.000
4.對教練指導方式感到滿意	7.303	.000
5.對教練親切度感到滿意	7.882	.000
6.晉級測驗方式	6.385	.000
7.晉級的測驗時間	5.933	.000
8.對學習費用我覺得合理	7.623	.000
9.對劍道館整體的場地環境設施感到滿意	7.497	.000
10.對劍道館的照明情形感到滿意	6.657	.000
11.對劍道館的通風情形感到滿意	6.830	.000
12.對劍道館的附屬設施(浴室、更衣間)的整齊清潔感到滿意	10.753	.000
13.對劍道館的訓練器材感到滿意	10.753	.000
14.對劍道館的消防器材感到滿意	5.430	.000
15.對劍道館的逃生路線感到滿意	6.671	.000
16.對劍道館認同及歸屬感	9.359	.000
17.在對劍道館中可以表達自己的看法	9.720	.000

三、因素分析

(一) 劍道運動參與者滿意度量表

因素分析結果得知 KMO 值為 0.821 (>0.5)，表示宜進行因素分析；此外，從 Barlett's 球形考驗的卡方值為 1171.8，P 值 <0.0001 ，達顯著差異水準，故此份量表適合用於因素分析來瞭解其構面且總解釋變異量為 68.810%。

表 3-4-9 劍道運動參與者滿意度量表因素分析摘要表

題項	1	2	3	4
1.對教練劍道本身之專業能力感到滿意	.746			
2.對教練教學態度滿意	.758			
3.對教練的教學方式感到滿意	.867			
4.對教練指導方式感到滿意	.800			
5.對教練親切度感到滿意	.666			
9.對劍道館整體的場地環境設施感到滿意		.725		
10.對劍道館的照明情形感到滿意		.794		
11.對劍道館的通風情形感到滿意		.774		
12.對劍道館的附屬設施(浴室、更衣間)的整齊清潔感到滿意		.680		

(續下頁)

(續) 表 3-4-9 劍道運動參與者滿意度量表因素分析摘要表

13.對劍道館的訓練器材感到滿意	.734				
14.對劍道館的消防器材感到滿意	.676				
15.對劍道館的逃生路線感到滿意	.788				
16.對劍道館認同及歸屬感	.818				
17.在對劍道館中可以表達自己的看法	.757				
6.晉級測驗方式	.703				
7.晉級的測驗時間	.797				
8.對學習費用我覺得合理	.574				
因素命名	教練 專業 技能	教學 場地 器材	道館 同儕 關係	練習 環境	
特徵值 (eigenvalue)	7.502	1.928	1.478	1.247	
累積解釋變異量 (Cumulative%)	41.890	53.108	62.612	68.810	

四、信度分析

由信度分析摘要表可發現滿意度表整體的 Cronbach's α 係數為 0.908，代表此份量表的信度為佳，題項具有一致性。本研究依據吳統雄（1984）提出標準以 Cronbach's α 係數簡並法為標準。劍道運動參與者參與動機量表信度分析如表 3-4-10 所示

表 3-4-10 劍道運動參與者滿意度量表

題項	構面	整體構面 α 值	Cronbach's α
1. 對教練劍道本身之專業能力感到滿意			.902
2.對教練教學態度滿意	教練專業技能	.901	.900
3.對教練的教學方式感到滿意			.901
4.對教練指導方式感到滿意			.902
5.對教練親切度感到滿意			.905
6.對劍道館整體的場地環境設施感到滿意			.904
7.對劍道館的照明情形感到滿意			.903
8.對劍道館的通風情形感到滿意			.905
9.對劍道館的附屬設施(浴室、更衣間)的整齊清潔感到滿意	教學場地	.811	.903
10.對劍道館的訓練器材感到滿意	器材		.903
11.對劍道館的消防器材感到滿意			.907

(續) 表 3-4-10 劍道運動參與者滿意度量表

12.對劍道館的逃生路線感到滿意			.907
13.對劍道館認同及歸屬感	道館		.902
14.在對劍道館中可以表達自己的 看法	同儕 關係	.786	.905
15.晉級測驗方式			.903
16.晉級的測驗時間	練習		.902
17.對學習費用我覺得合理	環境	.610	.900

(四) 劍道運動參與者忠誠度量表

1、量表內容

忠誠度量表主要參考林子揚（2009）與康龍豐（2009）的研究的問卷，並經與指導老師討論後，選取及編制適合本研究之題項，本份持續涉入量表預試共有10題項，整體 Cronbach's α 係數為.908。本研究則依劍道運動參與者現況刪除部份題目，依本研究需求修改相關用辭，經由歸納整理分析，分為教練專業技能、練習環境、教學場地器材、道館同儕關係的動機等四大項。

2、填答方式

本問卷以採用 Likert 五點尺度作為評分基礎，由非常同意至非常不同意分別依序給予 5 至 1 分。所獲愈高分，表示參與動機越強烈；反之，所獲愈低分，表示參與動機越微弱。將在以下利用項目分析、效度分析以及信。表示受試者對該量表題目所述內容認同的程度越高。

3、項目分析

本量表以獨立樣本 t 考驗，將受試者於量表答題反應情形，依總分取上下各 27% 的分數加以分組，做為量表內題目鑑別度衡量方法，極端組比較結果，如表 3-4-11 所示 8 題的 CR 值均達顯著水準，相關係數均在 .30 以上，總量表 Cronbach's α 值係數 .908，表示此問卷信效度極佳。

表 3-4-11 劍道運動參與者忠誠度量表項目分析摘要表

劍道運動參與者滿意度量表		
題項	t 值	P 值
1.請問您會把劍道運動介紹給您的親朋好友嗎	8.807	.000
2.我覺得我非常熱愛劍道	7.266	.000
3.我會上網查看劍道留言板或是論壇，參與討論	7.008	.000
4.即使家人和朋友的批論，我仍會支持劍道	6.469	.000
5.您會將劍道推薦給您的親朋好友或家人嗎	9.092	.000
6.您願意再回來劍道學習	4.261	.000
7.您對劍道學習充滿興趣	4.594	.000
8.個人休閒型態的轉變	4.679	.000

三、因素分析

(一) 劍道運動參與者滿意度量表

因素分析結果得知 KMO 值為 0.774 (>0.5)，表示宜進行因素分析；此外，從 Barlett's 球形考驗的卡方值 228.36，P 值 <0.0001 ，達顯著差異水準，故此份量表適合用於因素分析來瞭解其構面且總解釋變異量為 59.259%。

表 3-4-12 劍道運動參與者忠誠度量表因素分析摘要表

題項	1	2
1.請問您會把劍道運動介紹給您的親朋好友	.752	
2.我覺得我非常熱愛劍道		.740
3.我會上網查看劍道留言板或是論壇，參與討論	.716	
4.即使家人和朋友的批論，我仍會支持劍道	.705	
5.您會將劍道推薦給您的親朋好友或家人嗎	.643	
6.您願意再回來劍道學習感到滿意		.899
7.您對劍道學習充滿興趣		.922
8.個人休閒型態的轉變		.876
因素命名	推薦 他人	繼續 參與
特徵值 (eigenvalue)	7.502	1.928
累積解釋變異量 (Cumulative%)	34.961	59.259

四、信度分析

由信度分析摘要表可發現滿意度表整體的 Cronbach's α 係數為 0.746，代表此份量表的信度為佳，題項具有一致性。本研究依據總量表的 α 係數最好在 .70 以上（吳明隆、涂金堂，2008）提出標準以 Cronbach's α 係數簡並法為標準。劍道運動參與者參與動機量表信度分析如表 3-4-13 所示

表 3-4-13 劍道運動參與者忠誠度量表

題項	構 整 體 構 面 面 α 值	Cronbach's α
1. 請問您會把劍道運動介紹給 您的親朋好友嗎滿意		.711
2. 我覺得我非常熱愛劍道		.726
3. 我會上網查看劍道留言板或是論 壇，參與討論	推 薦	.731
4. 即使家人和朋友的批論，我仍會 支持劍道	他 人	.721
5. 您會將劍道推薦給您的親朋好友 或家人嗎		.703
6. 您願意再回來劍道學習嗎到滿意		.722
7. 您對劍道學習充滿興趣		.718
8. 個人休閒型態的轉變	繼 續 參 與	.721
		.889

第五節 資料處理

本研究在問卷回收後，採用計量方法來進行資料分析及假設檢定，本研究參考吳明隆（2007）SPSS 操作與運用一書，本研究資料處理方法分述如下。

一、項目分析

分為相關分析法以及內部一致效標法分析法。相關分析法是計算每一題項分數與總分的積差相關，題項與總分之間未達顯著相關（ $p > .05$ ），且題項與總分的積差相關程度未達 .40，則代表該題項不具備鑑別能力，可考慮將該題項刪除。內部一致效標法以量表總得分前 27% 和後 27% 的差異比較，稱為兩個極端組，極端組比較結果的差異值即稱為決斷值或稱臨界比（critical ratio，簡稱 CR）（吳明隆，2007）。

二、因素分析

本研究利用因素分析對生活型態變數進行構面縮減，以主成分分析法（principal component analysis）及最大變異量（varimax）旋轉法萃取主要的構面因素。

三、信度分析

信度代表研究資料的一致性或可靠性，本研究信度檢驗採用 Cronbach's α 係數來檢驗施測問卷中各構面問項的內部一致性，並剔除信度較低之選項，係數值越大表示內部一致性越高。本研究除了分析總量表的信度係數，也將針對量表的不同構面進行信度考驗分析。根據學者 DeVellis（1991）所提出 Cronbach's α 係數的穩定性標， α 係數值如果在 0.60 至 0.65 之間最好不要； α 係數值界於 0.65 至 0.70 間

是最小可接受值； α 係數值界於 0.70 至 0.80 之間相當好； α 係數值界於 0.80 至 0.90 之間非常好。學者 Nunnally (1978)提出，編製預測測驗或衡量某概念之初期研究，信度係數在 0.50 或 0.60 已足夠。

四、描述性統計

本研究採用描述性統計分析方法來分析樣本基本資料，包括人口統計變項、參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度等構面各問項的平均數、標準差與百分比等，並將結果排序分析。

五、獨立樣本 t 檢定

為了檢定兩組不同樣本在某一個等距以上變項（依變項）測量值的平均數是否有明顯差異，以瞭解樣本在依變項上的平均數高低是否會因自變項不同而有所差異。本研究採獨立樣本 t 檢定分析劍道運動參與者之不同人口統計變項與參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度間是否有顯著差異。

六、單因子變異數分析

單因子變異數分析可用於分析一個類別變項（X）和一個以上等距變項（Y）的關係。本研究採用單因子變異數分析來檢測劍道運動參與者之不同人口統計變項、參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度間是否有顯著差異存在。

事後檢驗—若由單因子變異數分析得知 F 值達到顯著水準，代表至少有兩組平均數有顯著差異存在，此時利用雪費（Scheffe）法之事後檢驗比較方式，進行分析組與組之間的差異分析。

七、皮爾森積差相關分析

欲了解兩個及以上連續變項之間的相關性，可採用皮爾森積差相關分析來反應兩個連續變項間的相關情形。本研究以皮爾森積差相關分析來探討參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間的關係。

八、迴歸分析

所謂迴歸分析是用以敘述兩個或兩個以上變數間的關係，即以一個或多個自變數，預測或估計某一特定依變數的分析。本研究以迴歸分析探討劍道運動參與者人口統計變項、參與動機、持續涉入程度與滿意度之迴歸情形，了解劍道參與者參與者之人口統計變項透過參與動機影響忠誠度、劍道運動參與者之人口統計變項透過持續涉入影響忠誠度的影響。劍道運動參與者之人口統計變項透過滿意度影響忠誠度的影響。

第肆章 結果與討論

本章主要目的針對調查研究結果，依序陳述研究結果並進行討論，共分為五節，依序為：第一節分析劍道運動參與者之現況；第二節為劍道運動參與者人口統計變項、參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之分佈情形；第三節為劍道運動參與者人口統計變項、參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之分佈情形之差異分析；第四節為參與動機、持續涉入、滿意度之相關分析與討論。

第一節 劍道運動參與者現況之分析

一、劍道運動參與者人口統計變項描述性統計分析

劍道運動參與者人口統計變項包括：性別、年齡、婚姻狀況、學歷、職業、每月個人收入。

(一) 性別

在性別部分，以「男性」的樣本數 129 份佔最多，百分比為 67.9%，「女性」的樣本數 61 份，百分比為 32.1%。林佑隆（2006）針對彰化地區國小學童休閒運動參與與滿意度之研究結果亦為休閒運動參與人口以男性多於女性和本研究結果相似。受試者年齡次數分配表資料整理如表 4-1-1 所示。

表 4-1-1 受試者性別次數分配表

性別	次數	百分比	排序
男性	129	67.9%	1
女性	61	32.1%	2
總和	190	100%	

(二) 年齡

在年齡部分，以「21-30歲」的樣本數 77 份佔最多，百分比為 40.5%，以「20歲以下」的樣本數 59 份佔最多，百分比為 31.1%，以「31-40歲」的樣本數 30 份佔最多，百分比為 15.8%，以「41-50歲」的樣本數 20 份佔最多，百分比為 10.5%，以「51歲以上」的樣本數 4 份佔最多，百分比為 2.1%；康龍豐（2009）針對臺灣地區劍道運動參與者參與動機與學習滿意度之相關研究結果亦為學習劍道運動參與人口以 21-40 歲間最多；楊治賢（2007）針對彰化縣跆拳道館學員之研究結果亦為學習跆拳道技能參與人口以 20-29 歲間最多和本研究結果相似。受試者年齡次數分配表資料整理如表 4-1-2 所示。

表 4-1-2 受試者年齡次數分配表

年齡	次數	百分比	排序
21-30 歲	77	40.5%	1
20 歲以下	59	31.1%	2
31-40 歲	30	15.8%	3
41-50 歲	20	10.5%	4
51 歲以上	4	2.1%	5
總和	190	100%	

(三) 婚姻狀況

在婚姻狀況部分，以「未婚」的樣本數 146 份佔最多，百分比為 76.8%，「已婚」的樣本數 44 份，百分比為 23.2%。受試者婚姻狀況次數分配表資料整理如表 4-1-3 所示。

表 4-1-3 受試者婚姻狀況次數分配表

性別	次數	百分比	排序
未婚	146	76.8%	1
已婚	44	23.2%	2
總和	190	100%	

(四) 學歷

在學歷部分，以「大學專科」的樣本數 100 份佔最多，百分比為 52.6%，以「高中（職）」的樣本數 56 份佔最多，百分比為 29.5%，以「研究所」的樣本數 34 份佔最多，百分比為 17.9%。受試者學歷次數分配表資料整理如表 4-1-4 所示。

表 4-1-4 受試者學歷次數分配表

年齡	次數	百分比	排序
大學專科	100	52.6%	1
高中（職）	56	29.5%	2
研究所	34	17.9%	3
總和	190	100%	

(五) 每月收入

在月收入部分，以「20000-40000元」的樣本數72份佔最多，百分比為37.9%，以「40000-60000元」的樣本數45份，百分比為23.7%，以「60000元以上」的樣本數42份，百分比為22.1%，以「20000元以下」的樣本數31份佔，百分比為16.3%。受試者每月收入次數分配表資料整理如表4-1-5所示。

表 4-1-5 受試者月收入次數分配表

年齡	次數	百分比	排序
20000-40000元	72	37.9%	1
40000-60000元	45	23.7%	2
60000元以上	42	22.1%	3
20000元以下	31	16.3%	4
總和	190	100%	

(六) 職業

在職業部分，以「學生」的樣本數 81 份佔最多，百分比為 42.6%，以「商業」的樣本數 37 份佔最多，百分比為 19.5%，以「軍公教人員」的樣本數 35 份，百分比為 18.4%，以「工業」的樣本數 20 份，百分比為 10.5%，以「自由業」的樣本數 14 份，百分比為 7.4%，以「農林牧業」的樣本數 3 份，百分比為 1.6%。受試者職業次數分配表資料整理如表 4-1-6 所示。

表 4-1-6 受試者職業次數分配表

年齡	次數	百分比	排序
學生	81	42.6%	1
商業	37	19.5%	2
軍公教人員	35	18.4%	3
工業	20	10.5%	4
自由業	14	7.4%	5
農林牧業	3	1.6%	6
總和	190	100%	

第二節 劍道運動參與者人口統計變項、參與動機、持續涉入滿意度與忠誠度之分佈情形

針對本研究回收的問卷資料，經平均數與標準差進行各變項檢測，發現資料並無極端值或具影響力觀察值的存在，並將分析整理的有效樣本，進行劍道參與者參與者人口統計變項、參與動機、持續涉入滿意度與忠誠度資料的描述性統計分析。

一、劍道運動參與者參與動機描述性統計分析

劍道運動參與者參與動機認為參與動機的前五項依序為「6. 為了分享技巧與經驗(4.36分)」、「16. 因為對劍道運動技巧有興趣(4.17分)」、「9. 為了改正不良姿勢(4.17分)」、「18. 為了使自己年輕有活力(4.12分)」、「11. 為了增加攻防技巧(4.12分)」。劍道運動參與者參與動機認為參與動機在普通水準以上的分別為「(3.79分)」與「(4.36分)」。此分數顯示臺劍道運動參與者參與動機參與動機是介於「普通」到「同意」之間。劍道運動參與者參與動機參題項分數排序如表 4-2-1 所示。

表 4-2-1 劍道運動參與者參與動機題項分數排序表

排序	題項	平均值	標準差
1	6.為了分享技巧與經驗	4.36	.835
2	16.因為對劍道運動技巧有興趣	4.17	.906
3	9.為了改正不良姿勢	4.17	.906
4	18.為了使自己年輕有活力	4.12	.830
5	11.為了增加攻防技巧	4.12	.830
6	17.為了提高名聲獲得尊重及讚賞	4.09	.966
7	10.為了升學管道更暢通	4.09	.966
8	12.為了放鬆情緒紓解生活壓力	4.09	.919
9	15.為了瞭解劍道文化	4.05	1.007
10	8.為了獲得快感與刺激	4.05	1.007
11	14.為了成就感	4.04	.986
12	7.為了達到自我實現、尋求自我挑戰	4.04	.986
13	13.為了加強自信心	4.02	.984
14	2.為了達到固定運動習慣經驗	3.97	.890
15	4.為了傳播劍道資訊與知識娛樂	3.92	.928
16	1.為了相互切磋的樂趣	3.85	1.093
17	5.為了增強心肺功能 增進體能	3.82	.976
18	3.為了使自己心情愉快當作休閒娛樂	3.79	.929

劍道運動參與者參與動機量表平均得分為（4.04分），以參與動機四構面來看，成就需求構面總平均為（4.11分）、紓解壓力（4.11分）兩構面最高，其次依序為社交互動（4.04分），學習技能構面平均只得到 3.96 分最低。劍道運動參與者參與動機認為參與動機構面在

普通水準以上的分別為「(3.96分)」與「(4.11分)」此分數顯示臺劍道運動參與者參與動機參與動機構面是介於「普通」到「同意」之間。劍道運動參與者參與動機構面分數排序如表 4-2-2 所示。

表 4-2-2 劍道運動參與者參與動機構面分數排序表

排序	參與動機構面	平均值	標準差
1	成就需求	4.11	.808
2	紓解壓力	4.11	.730
3	社交互動	4.07	.819
4	學習技能	3.96	.721
	參與動機總量表	4.04	.697

二、劍道運動參與者持續涉入描述性統計分析

劍道運動參與者持續涉入認為持續涉入的前五項依序為「2.過程中可以表達真正的自我(4.31分)」、「5.讓我獲得很多樂趣(4.17分)」、「7.劍道對我是很重要的(4.12分)」、「6.朋友大部分都是劍道運動的參與者(4.09分)」、「1.讓我有新鮮感(4.09分)」。劍道運動參與者持續涉入認為持續涉入在普通水準以上的分別為「(3.85分)」與「(4.31分)」。此分數顯示臺劍道運動參與者持續涉入是介於「普通」到「同意」之間」。劍道運動參與者持續涉入題項分數排序如表 4-2-3 所示。

表 4-2-3 劍道運動參與者持續涉入題項分數排序表

排序	題項	平均值	標準差
1	2.過程中可以表達真正的自我	4.31	.806
2	5.讓我獲得很多樂趣	4.17	.906
3	7.劍道對我是很重要的	4.12	.830
4	6.朋友大部分都是劍道運動參與者	4.09	.966
5	1.讓我有新鮮感	4.09	.919
6	4.我希望別人能視為真正的我在我從事劍道運動	4.05	1.007
7	3.跟朋友喜歡討論劍道運動	4.04	.986
8	8.紓解我生活壓力	3.98	.891
9	10.我對劍道相關事務有興趣	3.92	.928
10	9.劍道令我感到愉悅的事	3.85	1.093

劍道運動參與者持續涉入量表平均得分為(3.76分)，以持續涉入三構面來看，吸引力構面總平均為(4.13分)最高，其次依序為中心性(4.12分)、自我表現構面平均只得到3.97分最低。劍道運動參與者持續涉入認為持續涉入構面在普通水準以上的分別為「(3.97分)」與「(4.13分)」。此分數顯示臺劍道運動參與者持續涉入構面是介於「普通」到「同意」之間。劍道運動參與者持續涉入構面分數排序如表4-2-4所示。

表 4-2-4 劍道運動參與者持續涉入構面分數排序表

排序	持續涉入構面	平均值	標準差
1	吸引力	4.13	.822
2	中心性	4.12	.774
3	自我表現	3.97	.708
	持續涉入總量表	4.02	.540

三、劍道運動參與者滿意度描述性統計分析

劍道運動參與者滿意度認為滿意度的前五項依序為「16.晉級的測驗時間(4.36分)」、「4.對教練指導方式感到滿意(4.31分)」、「2.對教練教學態度滿意(4.26分)」、「7.對劍道館的照明情形感到滿意(4.17分)」、「1.對教練劍道本身之專業能力感到滿意(4.16分)」。劍道運動參與者滿意度認為滿意度在普通水準以上的分別為「(3.79分)」與「(4.36分)」。此分數顯示臺劍道運動參與者滿意度是介於「普通」到「同意」之間。劍道運動參與者滿意度題項分數排序如表 4-2-5 所示。

表 4-2-5 劍道運動參與者滿意度題項分數排序表

排序	題項	平均值	標準差
1	16.晉級的測驗時間	4.36	.835
2	4.對教練指導方式感到滿意	4.31	.806
3	2.對教練教學態度滿意	4.26	.785
4	7.對劍道館的照明情形感到滿意	4.17	.906
5	1.對教練劍道本身之專業能力感到滿意	4.16	.810
6	9.對劍道館的附屬設施(浴室、更衣間)的整齊清潔感到滿意	4.12	.830
7	8.對劍道館的通風情形感到滿意	4.09	.966
8	3.對教練的教學方式感到滿意	4.09	.919
9	6.對劍道館整體的場地環境設施感到滿意	4.05	1.007
10	17.對學習費用我覺得合理	4.05	.901
11	5.對教練親切度感到滿意	4.04	.986
12	10.對劍道館的訓練器材感到滿意	3.98	.891
13	12.對劍道館的逃生路線感到滿意	3.97	.890
14	14.在對劍道館中可以表達自己的看法	3.92	.928
15	11.對劍道館的消防器材感到滿意	3.85	1.093
16	15.晉級測驗方式	3.82	.976
17	13.對劍道館認同及歸屬感	3.79	.929

劍道運動參與者滿意度量表平均得分為（4.06分），以滿意度四構面來看，教練專業技能構面總平均為（4.17分）最高，其次依序為教學場地器材（4.08分）、練習環境（4.08分）、道館同儕關係構面平均只得到（3.88分）最低。劍道運動參與者滿意度認為滿意度構面在普通水準以上的分別為「（3.88分）」與「（4.17分）」。此分數顯示臺劍道運動參與者滿意度構面是介於「普通」到「非常同意」之間。劍道運動參與者滿意度構面分數排序如表 4-2-6 所示。

表 4-2-6 劍道運動參與者滿意度構面分數排序表

排序	滿意度構面	平均值	標準差
1	教練專業技能	4.17	.580
2	教學場地器材	4.08	.708
3	練習環境	4.08	.750
4	道館同儕關係	3.88	.761
	滿意度總量表	4.06	.609

劍道運動參與者忠誠度認為忠誠度的前五項依序為「7.您對劍道學習失去興趣嗎？（4.63分）」、「6.您願意再回來劍道學習嗎？（4.61分）」、「5.您會將劍道推薦給您的親朋好友或家人嗎（4.54分）」、「8.個人休閒型態的轉變（4.52分）」、「4.即使家人和朋友的批論，我仍會支持劍道（4.46分）」。劍道運動參與者忠誠度認為忠誠度在普通水準以下的分別為「（3.88分）」與「（4.63分）」。劍道運動參與者參與動機忠誠度題項分數排序如表 4-2-7 所示。

表 4-2-7 劍道運動參與者忠誠度項分數排序表

排序	題項	平均值	標準差
1	7.您對劍道學習失去興趣嗎	4.63	0.55
2	6.您願意再回來劍道學習嗎	4.61	0.63
3	5.您會將劍道推薦給您的親朋好友或家人嗎	4.54	0.67
4	8.個人休閒型態的轉變	4.52	0.62
5	4.即使家人和朋友的批論，我仍會支持劍道	4.46	0.73
6	3.我會上網查看劍道留言板或是論壇，參與討論	4.42	0.68
7	1.請問您會把劍道運動介紹給您的親朋好友嗎	4.06	0.89
8	2.我覺得我非常熱愛劍道	3.88	1.006

劍道運動參與者忠誠度表平均得分為（3.76分），以忠誠度二構面來看，繼續參與構面總平均為（4.58分）最高，推薦他人構面平均（4.27分）最低。此分數顯示臺劍道運動參與者忠誠度是在於「同意」之間。劍道運動參與者忠誠度構面分數排序如表 4-2-8 所示。

表 4-2-8 劍道運動參與者忠誠度構面分數排序表

排序	忠誠度構面	平均值	標準差
1	繼續參與	4.58	.442
2	推薦他人	4.27	.416
	忠誠度機總量表	4.39	.488

五、小結

劍道運動參與人口統計變項在性別部分，以「男性」的樣本數 129 份佔最多，百分比為 67.9% 可見劍道運動參與者以男性居多。本研究結果「劍道運動參與者以男性居多」的說法一致，與葉美玲（2006）、康龍豐（2009）、林子楊（2009）之研究相似。

年齡部分以「21-30 歲」的樣本數 77 份佔最多，百分比為 40.5%，青年居多，與本研究結果「劍道運動參與者以青年人居多」的說法一致，也與楊治賢（2007）、林子楊（2008）之研究相似。婚姻狀況部分，以「未婚」的樣本數 146 份佔最多，百分比為 76.8%，顯示劍道運動參與者以未婚居多，和葉美玲（2006）、林子楊（2009）的研究相似。學歷部分，以「大學專科」的樣本數 100 份佔最多，百分比為 52.6%，顯示劍道運動參與者學歷大多以「大學專科」居多，潘沛彤（2007）康龍豐（2009）、林子楊（2009）的研究相似。在月收入部分，以「20000-40000 元」的樣本數 72 份佔最多，百分比為 37.9%，與林子楊（2009）的研究相似。職業部分，以「學生」的樣本數 81 份佔最多，百分比為 42.6%，。與康龍豐（2009）、林子楊（2009）的研究相似。

劍道運動參與者參與動機量表平均得分為（4.04 分），以參與動機四構面來看，成就需求構面總平均為（4.11 分）、紓解壓力（4.11 分）兩構面最高，其次依序為社交互動（4.04 分），學習技能構面平均只得到 3.96 分最低。劍道運動參與者參與動機認為參與動機構面在普通水準以上的分別為「（3.96 分）」與「（4.11 分）」此分數顯示臺劍道運動參與者參與動機參與動機構面是介於「普通」到「同意」之間。

劍道運動參與者持續涉入量表平均得分為 3.76 分，以持續涉入三構面來看，吸引力構面總平均為（4.13）分最高，其次依序為中心性（4.12 分）、自我表現構面平均只得到 3.97 分最低。劍道運動參與者持續涉入認為持續涉入構面在普通水準以上的分別為「（3.97 分）」與「（4.13

分)」。此分數顯示臺劍道運動參與者持續涉入構面是介於「普通」到「同意」之間。

劍道運動參與者滿意度量表平均得分為（4.06分），以滿意度四構面來看，教練專業技能構面總平均為（4.17分）最高，其次依序為教學場地器材（4.08分）、練習環境（4.08分）、道館同儕關係構面平均只得到（3.88分）最低。劍道運動參與者滿意度認為滿意度構面在普通水準以上的分別為「（3.88分）」與「（4.17分）」。此分數顯示臺劍道運動參與者滿意度構面是介於「普通」到「非常同意」之間。

劍道運動參與者忠誠度量表平均得分為（3.76分），以忠誠度二構面來看，不再參與構面總平均為（4.58分）最高，繼續參與構面平均（4.27分）最低。此分數顯示臺劍道運動參與者忠誠度是在於「同意」之間。

第三節 不同人口統計變項與參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之差異分析

本節為檢驗研究假設一：「不同人口統計變項之參與者在參與動機上並無顯著差異」、研究假設二：「不同人口統計變項之參與者在持續涉入上並無顯著差異」、研究假設三：「不同人口統計變項之參與者在滿意度上並無顯著差異」、研究假設四：「不同人口統計變項之參與者在忠誠度上並無顯著差異」，故採用 MANOVA 單因子變異數分析與獨立樣本 t 檢定，來分析人口統計與參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之差異。

一、不同人口統計變項的參與動機分析

本節為檢驗研究假設一：「不同人口統計變項之參與者在參與動機無顯著差異」，故採用獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析是否達到顯著水準 ($p < .05$)，所得之統計結果對立研究假設成立與否，來分析人口統計變與參與動機構面之間的差異。

(一) 不同性別參與者的參與動機分析

在不同性別對參與動機各構面的獨立樣本 t 檢定中，「男性」與「女性」兩種。結果顯示：不同性別的參與者對於參與動機各構面的同意程度在「學習技能」構面有顯著差異男性 > 女性。表示參與者會因為本身性別的不同，對參與動機各構面的同意程度造成影響。性別對參與動機同意程度之獨立樣本 t 檢定如表 4-3-1 所示。

表 4-3-1 不同性別參與者的參與動機獨立樣本 t 檢定分析

構面	組別	性別	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後檢定
學習技能	1	男	129	4.05	.715			
	2	女	61	3.77	.699	.630	.010	1 > 2
紓解壓力	1	男	129	4.16	.677			
	2	女	61	4.00	.825	1.791	.168	
社會互動	1	男	129	4.15	.742			
	2	女	61	3.91	.951	2.824	.069	
成就需求	1	男	129	4.14	.777			
	2	女	61	4.05	.874	.483	.493	

註：事後比較欄 1=男性；2=女性；* p<0.05 ** p<0.01

(二) 不同年齡參與者的參與動機分析

在不同年齡對參與動機各構面的 MANOVA 分析中，結果顯示：不同年齡層的參與者對於「學習技能」、「紓解壓力」、「社會互動」、「成就需求」四構面的同意程度無顯著差異。表示參與者會因本身年齡層的不同對此四構面的同意程度無造成影響。以年齡對參與動機同意程度之差異分析如表 4-3-2 所示。

表 4-3-2 不同年齡參與者的參與動機 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
年齡	1.285	16.000	556.66	0.092	0.201

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H1-2，檢定結果發現，不同年齡之參與動機未達顯著差異水準（Wilks' $\lambda=0.0921$ ， $p=0.201$ ）。

(三) 不同婚姻狀況參與者的參與動機分析

在不同婚姻狀況對參與動機各構面的獨立樣本 t 檢定中，「已婚」與「未婚」。結果顯示：不同婚姻狀況的參與者對於參與動機各構面的同意程度有顯著差異。表示參與者不會因為本身婚姻狀況的不同，對參與動機各構面的同意程度造成影響。未婚 > 已婚較為影響。婚姻狀況對參與動機同意程度之獨立樣本 t 檢定如表 4-3-3 所示。

表 4-3-3 不同婚姻狀況參與者的參與動機獨立樣本 t 檢定分析

構面	組別	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後檢定
學習技能	1	已婚	44	3.75	.715			
	2	未婚	146	4.02	.699	.784	.031	1 > 2
紓解壓力	1	已婚	44	3.90	.677			
	2	未婚	146	4.17	.825	1.037	.032	1 > 2
社會互動	1	已婚	44	3.83	.742			
	2	未婚	146	4.14	.951	.048	.025	1 > 2
成就需求	1	已婚	44	3.89	.777			
	2	未婚	146	4.17	.874	2.573	.038	1 > 2

註：事後比較欄 1=未婚；2=已婚；* p<0.05 ** p<0.01

(四) 不同學歷參與者的參與動機分析

不同學歷對參與動機各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同學歷參與者對於「學習技能」、「紓解壓力」、者會因本身學歷的不同，對此三構面的同意程度造成影響。學歷對參與動機同意程度之差異分析如表 4-3-4 所示。

表 4-3-4 不同學歷參與者的參與動機 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設自由度	誤差自由度	Wilks' Lambda	p 值
學歷	1.920	8.000	368.00	0.921	0.050

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H1-4，檢定結果發現，

不同學歷之參與動機達顯著差異水準 (Wilks' $\lambda=0.921$, $p=0.050$) 。結果發現：學歷在 「學習技能」 ($F = 5.073$, $p = 0.007$) 、 「紓解壓力」 ($F = 4.471$, $p = 0.013$) 、 「社會互動」 ($F = 5.970$, $p = 0.003$) 以雪費法進行事後檢定後發現不同學歷之參與者在「學習技能」構面同意程度上，「高中(職)」 > 「研究所以以上」、「高中(職)」 > 「大學專科」達顯著差異。在「紓解壓力」構面的同意程度上，「高中(職)」 > 「研究所以以上」 > 「大學專科」達顯著差異。在「社會互動」構面的同意程度上，「高中(職)」 > 「研究所以以上」、「高中(職)」 > 「大學專科」達顯著差異。分析如表 4-3-4 所示

表 4-3-4 不同學歷在參與動機之單因子變異數分析摘要表

因素名稱	SS	df	MS	F 值	scheffe's 事後比較
學習技能	5.059	2	2.530	5.073**	1 > 2, 1 > 3
紓解壓力	4.592	2	2.296	4.471**	1 > 3 > 2
社會互動	7.618	2	3.809	5.970**	1 > 2, 1 > 3
成就需求	3.013	2	1.506	2.337	

註：事後比較欄 1=高中(職); 2=大學專科 3=研究所以以上
; * $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

(五) 不同職業參與者的參與動機分析

不同職業對參與動機各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同職業的參與者對於對於「學習技能」、「紓解壓力」、「社會互動」、「成就需求」四構面的同意程度無顯著差異。表示參與者會因本身職業的不同，對此四構面的同意程度無造成影響。職業對參與動機同意程度之 MANOVA 差異分析如表 4-3-5 所示。

表 4-3-5 不同職業參與者的參與動機 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks ' Lambda	p 值
職業	.943	20.000	601.26	0.903	0.536

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H1-5，檢定結果發現，不同職業之參與動機未達顯著差異水準（Wilks' $\lambda=0.903$ ， $p=0.536$ ）。

（六）不同個人月收入參與者的參與動機分析

在不同個人月收入對參與動機各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同個人月收入的參與者對於「學習技能」、「紓解壓力」、「社會互動」、「成就需求」四構面的同意程度無顯著差異。表示不同個人月收入參與者，對此四構面的同意程度無造成影響。不同個人月收入對參與動機同意程度之 MANOVA 差異分析如表 4-3-6 所示。

表 4-3-6 不同個人月收入參與者的參與動機 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks ' Lambda	p 值
收入	1.572	12.000	484.46	0.904	0.096

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H1-6，檢定結果發現，不同月收入之參與動機未達顯著差異水準（Wilks' $\lambda=0.904$ ， $p=0.096$ ）。

二、不同人口統計變項的持續涉入分析

本節為檢驗研究假設二：「不同人口統計變項之參與者在持續涉入上並無顯著差異」，故採用獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析是否達到顯著水準（ $p < .05$ ），所得之統計結果對立研究假設成立與否，來

分析人口統計變與持續涉入構面之間的差異。

(一) 不同性別參與者的持續涉入分析

在不同性別對持續涉入各構面的獨立樣本 t 檢定中，因為「男性」與「女性」兩類。結果顯示：不同性別參與者對於持續涉入各構面的同意程度「中心性」構面有顯著差異。表示不同性別參與者的持續涉入，對「中心性」構面的同意程度有造成影響。如表 4-3-7 所示。

表 4-3-7 不同性別參與者的持續涉入分析之獨立樣本 t 檢定中差異分析

構面	組別	性別	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後檢定
中心性	1	男	129	4.21	.729	1.184	.034	1 > 2
	2	女	61	3.59	.844			
吸引力	1	男	129	4.17	.746	1.625	.328	
	2	女	61	4.05	.965			
自我表現	1	男	129	4.03	.710	.073	.100	
	2	女	61	3.84	.695			

註：事後比較欄 1=男性；2=女性；* p<0.05 ** p<0.01

(二) 不同年齡參與者的持續涉入分析

在不同年齡對持續涉入各構面的 MANOVA 分析中，結果顯示：不同年齡層的參與者對於「中心性」、「吸引力」二構面的同意程度無顯著差異。「自我表現」構面有顯著差異但以雪費法進行事後檢定後發

現不同年齡層的參與者在「自我表現」構面同意程度上未達達顯著差異。表示不同年齡參與者的持續涉入對此三構面的同意程度無造成影響。表示參與者不會因為本身年齡的不同，對持續涉入各構面的同意程度造成影響。如表 4-3-8 所示。

表 4-3-8 不同年齡對持續涉入同意程度之 MANOVA 差異分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
年齡	1.475	12.000	484.46	0.909	0.129

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H2-2，檢定結果發現，不同年齡之持續涉入未達顯著差異水準（Wilks' λ =0.909， p =0.129）。

（三）不同婚姻狀況參與者的持續涉入分析

在不同婚姻狀況對持續涉入各構面的獨立樣本 t 檢定中，「已婚」與「未婚」。結果顯示：不同婚姻狀況的參與者對於持續涉入二構面的同意程度有顯著差異。表示不同婚姻狀況參與者的持續涉入，對「吸引力」構面的同意程度未婚 > 已婚有造成影響。對「自我表現」構面的同意程度未婚 > 已婚有造成影響。不同婚姻狀況對持續涉入同意程度之獨立樣本 t 檢定如表 4-3-9 所示。

表 4-3-9 不同婚姻狀況對持續涉入同意程度之獨立樣本 t 檢定

構面	組別	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後檢定
中心性	1	已婚	44	3.95	.835	.530	.088	
	2	未婚	146	4.18	.750			

吸引力	1	已婚	44	3.92	.952	1.161	.049	1 > 2
	2	未婚	146	4.20	.771			
自我表現	1	已婚	44	3.70	.723	.078	.004	1 > 2
	2	未婚	146	4.05	.405			

註：事後比較欄 1=未婚；2=已婚；* p<0.05 ** p<0.01

(四) 不同學歷參與者的持續涉入分析

不同學歷對持續涉入各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同學歷參與者對於「中心性」、「吸引力」、「自我表現」三構面同意程度無顯著差異。表示參與者會因本身學歷的不同，對此「中心性」、「吸引力」、「自我表現」三構面的同意程度未造成影響。學歷對持續涉入同意程度之 MANOVA 差異分析如表 4-3-10 所示。

表 4-3-10 不同學歷參與者的持續涉入 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
學歷	.638	6.000	370.00	0.980	0.700

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H2-4，檢定結果發現，不同學歷之持續涉入未達顯著差異水準 (Wilks' $\lambda=0.980$, $p=0.700$)。

(五) 不同職業參與者的持續涉入分析

不同職業對持續涉入各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同職業的參與者對於「中心性」、「吸引力」、「自我表現」三構面的同意程度並無顯著差異。表示參與者會因本身年齡層的不同，對此三構面的同意程度未造成影響。職業對持續涉入同意程度之 MANOVA 差異分

析如表 4-3-11 所示。

表 4-3-11 不同職業參與者的持續涉入 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
職業	.839	15.000	502.82	0.934	0.634

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H2-5，檢定結果發現，不同職業之持續涉入未達顯著差異水準（Wilks' λ =0.934， p =0.634）。

（六）不同個人月收入參與者的持續涉入分析

在不同個人月收入對持續涉入各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同個人月收入的參與者對不同個人月收入的參與者對於「中心性」、「吸引力」二構面的同意程度無顯著差異。「自我表現」構面有顯著差異但以雪費法進行事後檢定後發現不同個人月收入的參與者在「自我表現」構面同意程度上未達顯著差異。表示不同年齡參與者的持續涉入對此三構面的同意程度無造成影響。個人月收入對持續涉入同意程度之 MANOVA 差異分析如表 4-3-12 所示。

表 4-3-12 不同個人月收入參與者的持續涉入 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
收入	.894	9.000	447.96	0.958	0.530

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H2-6，檢定結果發現，不同

月收入之持續涉入未達顯著差異水準 (Wilks' $\lambda=0.958$, $p=0.530$) 。

三、不同人口統計變項的滿意度分析

本節為檢驗研究假設三：「不同人口統計變項之參與者在滿意度上並無顯著差異」，故採用獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析是否達到顯著水準 ($p < .05$)，所得之統計結果對立研究假設成立與否，來分析人口統計變與滿意度本節為檢驗研究假設三：「不同人口統計變項之參與者在滿意度無顯著差異」，故採用獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析是否達到顯著水準 ($p < .05$)，所得之統計結果對立研究假設成立與否，來分析人口統計變與滿意度構面之間的差異。

(一) 不同性別參與者的滿意度分析

在不同性別對滿意度各構面的獨立樣本 t 檢定中，因為「男性」與「女性」兩類。結果顯示：不同性別參與者對於滿意度各構面的同意程度有顯著差異。表示參與者不會因為本身性別的不同對滿意度「教練專業技能」、「道館同儕關係」、「練習環境」構面的同意程度造成男性 > 女性影響。不同性別參與者的滿意度分析之獨立樣本 t 檢定中差異分析如表 4-3-13 所示。

表 4-3-13 不同性別參與者的滿意度分析之獨立樣本 t 檢定中差異分析

構面	組別	性別	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後檢定
教練專業技能	1	男	129	4.26	.540	.489	.001	1 > 2
	2	女	61	3.97	.617			
教學場地器材	1	男	129	4.12	.666	2.017	.321	
	2	女	61	4.01	.790			
道館同儕關係	1	男	129	3.97	.766	.684	.017	1 > 2
	2	女	61	3.69	.717			
練習環境	1	男	129	4.16	.755	.226	.031	1 > 2
	2	女	61	3.91	.718			

註：事後比較欄 1=男性；2=女性；* p<0.05 ** p<0.01

(二) 不同年齡參與者的滿意度分析

在不同年齡對滿意各構面的 MANOVA 分析中，結果顯示：不同年齡層的參與者對於「教練專業技能」、「教學場地器材」、「道館同儕關係」、「練習環境」四構面的同意程度有顯著差異。但以雪費法進行事後檢定後發現不同年齡層的參與者在四構面同意程度上未達達顯著差異。表示不同年齡參與者的滿意度對此四構面的同意程度無造成影響。表示參與者不會因為本身年齡的不同，對滿意度各構面的同意

程度造成影響如表 4-3-14 所示。

表 4-3-14 不同年齡對滿意度同意程度之 MANOVA 差異分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
年齡	1.658	4.000	185.00	0.890	0.162

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H3-2，檢定結果發現，不同年齡之滿意度未達顯著差異水準（Wilks' $\lambda=0.890$ ， $p=0.162$ ）。

（三）不同婚姻狀況參與者的滿意度分析

在不同婚姻狀況對滿意度構面的獨立樣本 t 檢定中，「已婚」與「未婚」。結果顯示：不同婚姻狀況的參與者對於滿意度「教學場地器材」、「道館同儕關係」構面的同意程度有顯著差異。表示參與者不會因為本身婚姻狀況的不同，對滿意度「教學場地器材」、「道館同儕關係」構面的同意程度造成未婚 > 已婚影響。婚姻狀況對滿意度同意程度之獨立樣本 t 檢定如表 4-3-15 所示。

表 4-3-15 不同婚姻狀況對滿意度同意程度之獨立樣本 t 檢定

構面	組別	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後檢定
教練專業技能	1	已婚	44	4.08	.566	.713	.262	
	2	未婚	146	4.19	.584			
教學	1	已婚	44	3.86	.760	1.299	.016	1 > 2

場地器材	2	未婚	146	4.15	.680			
道館同儕關係	1	已婚	44	3.65	.876	1.840	.026	1 > 2
	2	未婚	146	3.95	.712			
練習環境	1	已婚	44	3.89	.784	.370	.054	
	2	未婚	146	4.13	.733			

註：事後比較欄 1=未婚；2=已婚；* p<0.05 ** p<0.01

(四) 不同學歷參與者的滿意度分析

不同學歷對滿意度各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同學歷參與者對於「教練專業技能」、「教學場地器材」、「道館同儕關係」、「練習環境」四構面同意程度有顯著差異。表示參與者會因本身學歷的不同，對此四構面的同意程度造成影響。學歷對持續涉入同意程度之 MANOVA 差異分析如表 4-3-16 所示。

表 4-3-16 不同學歷參與者的滿意度 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
學歷	1.897	8.000	368.00	0.992	0.049

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H3-4，檢定結果發現，不同學歷之滿意度達顯著差異水準 (Wilks' $\lambda=0.992$, $p=0.049$)。結果發現：學歷在「道館同儕關係」(F = 2.730, $p=0.048$)、「練習環境」(F = 3.520, $p=0.032$) 以雪費法進行事後檢定後發現不同學歷之參與

者在「道館同儕關係」構面同意程度上，「研究所及以上」>「大學(專)」>「高中(職)及以下」，達顯著差異。在「練習環境」構面的同意程度上，「研究所及以上」>「高中(職)及以下」>「大學(專)」達顯著差異。在「教練專業技能」、「教學場地器材」構面的同意程度達顯著差異以雪費法進行事後檢定後未達顯著差異。如表4-3-17所示。

表4-3-17 不同學歷在滿意度之單因子變異數分析摘要表

因素名稱	SS	df	MS	F值	scheffe's 事後比較
教練專業技能	2.099	2	2.490	2.219	
教學場地器材	.948	2	.474	2.226	
道館同儕關係	1.390	2	.695	2.730*	3>2>1
練習環境	1.410	2	.705	3.520*	3>1>2

註：事後比較欄 1=高中(職); 2=大學專科 3=研究所以上
; * p<0.05 ** p<0.01

(五) 不同職業參與者的滿意度分析

不同職業對滿意度各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同職業的參與者對於「教練專業技能」、「教學場地器材」、「練習環境」三構面的同意程度無顯著差異。職業對持續涉入同意程度之 MANOVA 差異分析如表 4-3-18 所示。

表 4-3-18 不同職業參與者的滿意度 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
職業	1.283	20.000	601.26	0.871	0.183

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H3-5，檢定結果發現，不同職業之滿意度未達顯著差異水準（Wilks' λ =0.871， p =0.183）。

（六）不同個人月收入參與者的滿意度分析

在不同個人月收入對滿意度各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同個人月收入的參與者對於「教練專業技能」、「教學場地器材」、「道館同儕關係」三構面的同意程度有顯著差異。表示參與者會因本身年齡層的不同，對此三構面的同意程度造成影響。以雪費法進行事後檢定後發現不同個人月收入之參與者在未達顯著差異。個人月收入對持續涉入同意程度之

MANOVA 差異分析如表 4-3-19 所示。

表 4-3-19 不同個人月收入參與者的滿意度 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
收入	.661	12.000	484.46	0.958	0.789

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H3-6，檢定結果發現，不同月收入之持續涉入未達顯著差異水準（Wilks' λ =0.958， p =0.789）。

四、不同人口統計變項的忠誠度分析

本節為檢驗研究假設四：「不同人口統計變項之參與者在忠誠度上並無顯著差異」，故採用獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析是否達到顯著水準 ($p < .05$)，所得之統計結果對立研究假設成立與否，來分析人口統計變與忠誠度構面之間的差異。

(一) 不同性別參與者的忠誠度分析

在不同性別對忠誠度各構面的獨立樣本 t 檢定中，因為「男性」與「女性」兩類。結果顯示。結果顯示：不同性別參與者對於忠誠度各構面的同意程度並無顯著差異。表示不同性別參與者的忠誠度，對二個構面的同意程度無造成影響。如表 4-3-20 所示。

表 4-3-20 不同性別參與者的忠誠度分析之獨立樣本 t 檢定中差異分析

構面	組別	性別	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後檢定
推薦他人	1	男	129	4.31	0.50	.750	.154	
	2	女	61	4.20	0.44			
繼續參與	1	男	129	4.60	0.42	3.189	.444	
	2	女	61	4.55	0.47			

註：事後比較欄 1=男性；2=女性；* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

(二) 不同年齡參與者的忠誠度分析

在不同年齡對持續涉入各構面的 MANOVA 分析中，結果顯示：不同年齡層的參與者對於「推薦他人」、「繼續參與」二構面的同意程度有顯著差異。以雪費法進行事後檢定後發現表示不同年齡參與者的忠誠度對此二構面的同意程度無造成影響。表示參與者不會因為本身年齡的不同，對忠誠度各構面的同意程度未造成影響。如表 4-3-21 所示。

表 4-3-21 不同年齡對忠誠度同意程度之 MANOVA 差異分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks', Lambda	p 值
年齡	1.020	2.000	187.00	0.982	0.912

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H4-2，檢定結果發現，不同年齡之忠誠度未達顯著差異水準 (Wilks' λ =0.982, p =0.912)。

(三) 不同婚姻狀況參與者的忠誠度分析

在不同婚姻狀況對持續涉入各構面的獨立樣本 t 檢定中，「已婚」與「未婚」。結果顯示：不同婚姻狀況的參與者對於忠誠度各構面的同意程度並無顯著差異。表示不同婚姻狀況參與者的忠誠度，對忠誠度各構面的同意程度無造成影響。婚姻狀況對忠誠度同意程度之獨立樣本 t 檢定如表 4-3-22 所示。

表 4-3-22 不同婚姻狀況對忠誠度同意程度之獨立樣本 t 檢定

構面	組別	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後檢定
----	----	------	----	-----	-----	------	-----	------

推薦 他人	1	已婚	44	4.33	0.50	.131	.358	
	2	未婚	146	4.25	0.48			
繼續 參與	1	已婚	44	4.54	0.43	.322	.471	
	2	未婚	146	4.60	0.44			

註：事後比較欄 1=已婚；2=未婚；* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

(四) 不同學歷參與者的忠誠度分析

不同學歷對忠誠度各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同學歷參與者對於「推薦他人」、構面同意程度無顯著差異。學歷對忠誠度同意程度之 MANOVA 差異分析如表 4-3-23 所示。

表 4-3-23 不同學歷參與者的忠誠度 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
學歷	.684	4.000	372.00	0.985	0.603

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H4-4，檢定結果發現，不同學歷之忠誠度未達顯著差異水準（Wilks' $\lambda = 0.985$ ， $p = 0.603$ ）。

(五) 不同職業參與者的忠誠度分析

不同職業對忠誠度各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同職業的參與者對於忠誠度的同意程度無顯著差異。職業對忠誠度同意程度之 MANOVA 差異分析如表 4-3-24 所示。

表 4-3-24 不同職業參與者的忠誠度 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
職業	0.806	10.000	366.00	0.957	0.263

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設 H4-5，檢定結果發現，不同職業之忠誠度未達顯著差異水準（Wilks' $\lambda=0.957$ ， $p=0.263$ ）。

(六) 不同個人月收入參與者的忠誠度分析

在不同個人月收入對忠誠度各構面的 MANOVA 分析結果顯示：不同個人月收入的參與者對於「繼續參與」構面的同意程度有顯著差異。表示參與者會因本身年齡層的不同，對此「繼續參與」構面的同意程度造成影響。以雪費法進行事後檢定後發現不同個人月收入之參與者在「繼續參與」構面的同意程度上未達顯著差異。個人月收入對忠誠度同意程度之 MANOVA 差異分析如表 4-3-25 所示。

表 4-3-25 不同個人月收入參與者的忠誠度 MANOVA 分析

效應項	F 檢定	假設 自由度	誤差 自由度	Wilks' Lambda	p 值
月收入	0.302	6.000	370.00	0.990	0.936

以單因子多變量變異數分析驗證研究假設H4-6，檢定結果發現，不同月收入之忠誠度未達顯著差異水準（Wilks' $\lambda=0.990$ ， $p=0.936$ ）。

四、小結

（一）不同人口統計變項對參與動機差異分析

本研究發現，不同性別在劍道運動參與者參與動機有顯著差異，男性參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於女性參與者，此結果與康龍豐（2009）「臺灣地區劍道運動參與者參與動機與學習滿意度之相關研究」的研究相符。此結果顯示男性對賽劍道運動參與者參與動機中較高難度的項目，需要較高的耐力與體力，參與者男性為多數。

不同婚姻狀況在劍道運動參與者參與動機有顯著差異，未婚參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於已婚參與者，此結果與康龍豐（2009）「臺灣地區劍道運動參與者參與動機與學習滿意度之相關研究」的研究相符，結果顯示未婚再劍道運動參與動機評價高與已婚在於未婚參與運動時間會比已婚較自由，參與機率也高。

不同學歷在劍道運動參與者參與動機有顯著差異，高中（職）參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於大學、研究所參與者，此結果與康龍豐（2009）「臺灣地區劍道運動參與者參與動機與學習滿意度之相關研究」的研究相符。此結果顯示高中（職）對賽劍道運動參與者參與動機因升學保送制度，促使高中職學生追求較高劍道技能或是在技能上強過學歷較高（大學專科、研究所）者可以贏得比賽，以獲得成就感。

根據以上統計結果，整理出不同人口統計變項對於參與動機的差異，結果顯示：不同人口統計變項中的性別、婚姻狀況、學歷對於參與動機同意程度達顯著差異水準。不同人口統計變項對參與動機同意程度

差異分析如表 4-3-26 所示。

表 4-3-26 不同人口統計變項對參與動機同意程度差異分析

	學習技能	紓解壓力	社交互動	成就需求
性別	.630*			
年齡				
婚姻狀況	.784*	1.037*	.048*	2.573*
學歷	5.073*	4.471*	5.970*	
職業				
月收入				

(二) 不同人口統計變項對持續涉入差異分析

本研究發現，不同性別在劍道運動參與者持續涉入有顯著差異，男性參與者對於劍道運動參與者持續涉入的評價高於女性參與者，此結果與林子揚（2009）「臺北市籃球俱樂部參與者參與動機、持續涉入與滿意度之相關研究」的研究相符。此結果顯示男性對賽劍道運動參與者持續涉入賽項目中較高女性常因身體、家庭因素而導致未能持續的參與，則參與者男性為多數。

不同婚姻狀況在劍道運動參與者持續涉入有顯著差異，未婚參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於已婚參與者，此結果與林子揚（2009）「臺北市籃球俱樂部參與者參與動機、持續涉入與滿意度之相關研究」的研究相符，結果顯示未婚再劍道運動持續涉入評價高與已婚在於未婚持續涉入阻礙少已婚，已婚常會因家人或家庭因素導致已婚持續涉入中斷。

根據以上統計結果，整理出不同人口統計變項對於持續涉入的差異，結果顯示：性別、婚姻狀況對於持續涉入同意程度達顯著差異水準。

不同人口統計變項對持續涉入同意程度差異分析如表 4-3-27 所示。

表 4-3-27 不同人口統計變項對持續涉入同意程度差異分析

	中心性	吸引力	自我表現
性別	1.184*		
年齡			
婚姻狀況		1.161*	.078*
學歷			
職業			
月收入			

(三) 不同人口統計變項對滿意度差異分析

本研究發現，不同性別在劍道運動參與者滿意度有顯著差異，男性參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於女性參與者，此結果與康龍豐(2009)「臺灣地區劍道運動參與者參與動機與學習滿意度之相關研究」的研究相符。此結果顯示男性對賽劍道運動參與者滿意度較高，參與者男性為多數又在。

不同婚姻狀況在劍道運動參與者參與動機有顯著差異，未婚參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於已婚參與者，此結果與康龍豐(2009)「臺灣地區劍道運動參與者參與動機與學習滿意度之相關研究」的研究相符，結果顯示未婚再劍道運動參與動機評價高與已婚在於未婚參與運動時間會比已婚較自由，參與機率也高。

不同學歷在劍道運動參與者滿意度有顯著差異，高中(職)參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於大學、研究所參與者，此結果與康龍豐(2009)「臺灣地區劍道運動參與者參與動機與學習滿意度之相關研究」的研究相符。此結果顯示高中(職)對賽劍道運動參與者滿意度因升學保送制度，促使高中職學生在學習後可以明顯達到滿足的結果反觀高(大學專科、研究所)者參與後滿意度同意程度也有顯著差異但不在於升學方面的追求。

結果顯示：不同人口統計變項中的性別、婚姻狀況、學歷、職業對於滿意度同意程度達顯著差異水準。不同人口統計變項對滿意度同意程度差異分析如表 4-3-28 所示。

表 4-3-28 不同人口統計變項對滿意度同意程度差異分析

	教練專業技能	教學場地器材	道館同儕關係	練習環境
性別	.489*		.684*	.226*
年齡				
婚姻狀況		1.299*	1.840*	
學歷			4.19**	3.92*
職業				
月收入				

(四) 不同人口統計變項對忠誠度差異分析

不同人口統計變項對忠誠度差異無顯著，可能在於劍道運動的忠誠度同意程度差異不大，會推薦他人或持續練習不會因為各變項原因而有所不同。結果顯示：性別、年齡、婚姻狀況、學歷、職業、每月收入對於忠誠度同意程度未達顯著差異水準。人口統計變項對忠誠度同意程度差異分析。

第四節 參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之多元迴歸分析

本節為檢驗研究假設五：「劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間相關無顯著差異」，故採用皮爾森積差相關分析分別探討參與動機、持續涉入與滿意度與忠誠度之間的相關性高低與方向，並採用迴歸分析法探討其間的差異。

一、徑路分析

本段為探討參與動機、持續涉入、滿意度對劍道運動參與者之忠誠度之關聯性，透過徑路分析方法以釐清影響忠誠度之主要因素。

本旨在透過多元迴歸分析探討對劍道運動參與者之忠誠度影響程度與預測力，以參與動機、持續涉入、滿意度作為「預測變項」，忠誠度作為「效標變項」，建立預測之多元迴歸模型。

(一) 參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之徑路分析

本段採用徑路分析法(Path Analysis)，目的是分析研究架構中各變項，以參與動機、持續涉入、滿意度作為「預測變項」，忠誠度作為「效標變項」，探討之間是否存在徑路。它同時讓所有預測變項進入迴歸模式中，並同時關注變數間的相關性及其因果關係，且在徑路圖中以雙箭號表示二個變數間的相關情形，而以單向箭號表示因果關係，其箭號起始變數為自變數(因)，箭號所指方向為依變數(果)。整個徑路分析中的徑路係數為標準化迴歸係數(Standardized Regression Coefficients)，若控制變項未透過中介變項即直接影響效標變項(忠誠度)的效果，稱為直接效果(Direct Effect)，若自變數是經由中介變項(滿意度)而對依變數產生影響，則稱為間接效果(Indirect Effect)，而總效果值(Total Effect)等於直接效果值加上間接效果值，自變項對效標變項可以解釋的變異量稱為決定係數(R^2)，而依變項變異量中無法被自變項解釋的部分稱為殘差解釋量($1 - R^2$) (吳明

隆、涂金堂，2008)。

經由迴歸分析結果發現，參與動機、持續涉入、滿意度對忠誠度之影響如表 4-4-1 所示，經由迴歸分析結果發現，參與動機、持續涉入、滿意度對忠誠度之影響如表 4-4-1 所示，其標準化迴歸係數分別為 0.368 ** (p=0.007)，結果顯示滿意度對忠誠度之影響達顯著水準。

表 4-4-1 滿意度與忠誠度之迴歸分析係數表

迴歸依別	自變項	β 係數	p 值	R2	變項
迴歸一	參與動機	.046	.891	.131	忠誠度
	持續涉入	-.110	.110		
	滿意度	.368**	.000		

* p < 0.05 ** p < 0.01

二、直接效果、間接效果與總效果分析

本研究架構之理論徑路模式共有三條路徑，一、參與動機影響忠誠度；二、持續涉入影響忠誠度；三、滿意度影響忠誠度。分析結果只有滿意度影響忠誠度有明顯顯著。如圖 4-1 所示。滿意度影響忠誠度之路徑有：滿意度 → 忠誠度

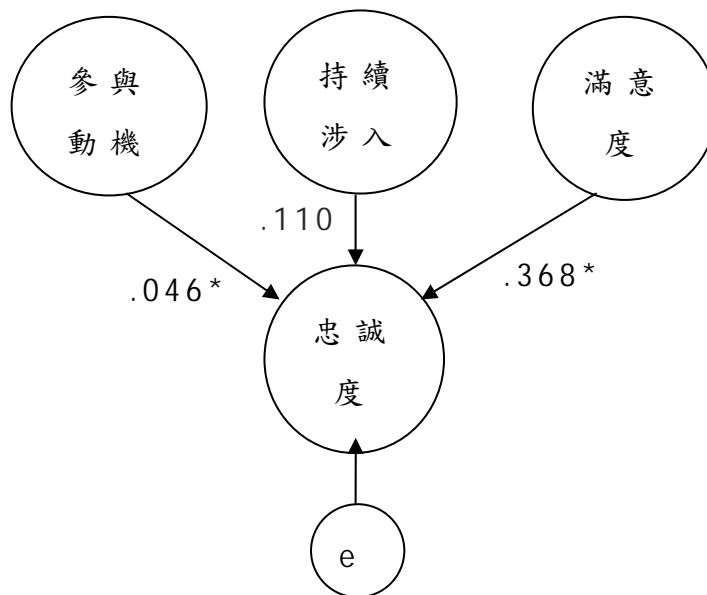


圖 4-1 滿意度影響忠誠度之路徑圖

(一) 滿意度與忠誠度之典型相關分析

針對滿意度與忠誠度之間進行典型相關分析，其結果以滿意度(教練專業技能、教學場地器材、道館同儕關係、練習環境)作為控制變項(X變項)，以忠誠度(推薦他人、繼續參與)作為效標變項(Y變項)，求出兩組變項間線性組合的相關情形。經典型相關分析後發現，共有組典型相關徑路達顯著水準，係數 $\rho = 0.442^{***}$ ($p < 0.001$)，此滿意度的四個控制變項，係透過典型因素影響忠誠度的二個效標變項。

1、控制變項(滿意度)的第一典型因素(χ_1)可以說明效標變項(忠誠度)的第一典型因素(η_1)總變異量的19.5%，且此效標變項的第一典型因素(η_1)，又可解釋效標變項變異量的74.993%，而控制變項與效標變項重疊的部份為14.634%，因此，控制變項透過第一典型因素(χ_1 與 η_1)可以有效解釋效

標變項的解釋變異量為 14.634%。

因此，滿意度主要是以教練專業技能，影響忠誠度的推薦他人學習成果。其滿意度與忠誠度的典型相關分析圖，請參閱表 4-4-2 所示。

表 4-4-2 滿意度與忠誠度之典型相關分析摘要表

控制變項 (X 變項)	典型因素 (Kai)	效標變項 (Y 變項)	典型因素 (Eta)
	χ^2		η^2
教練專業技能	.878	推薦他人	.936
教學場地器材	.559	繼續參與	.709
道館同儕關係	.704		
練習環境	.860		
抽出變異數	57.948	抽出變異數	74.993
百分比 (%)		百分比 (%)	
重疊量 (%)	11.308	重疊量 (%)	14.634
		ρ^2	.195
		ρ	.442***

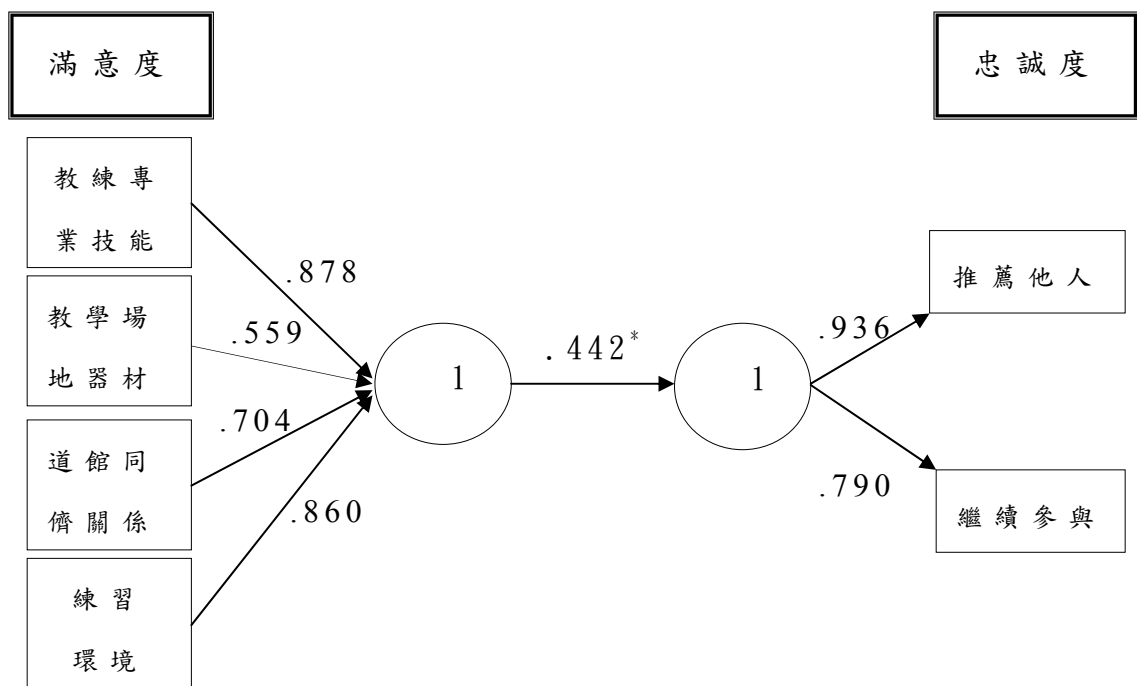


圖 4-2 滿意度與忠誠度之典型相關分析圖

三、小結

綜合上述驗證結果，就控制變項與效標變項間之徑路分析而言，有條徑路存在：(1) 滿意度→忠誠度，直接效果值為 0.442。因此，影響參與劍道運動的主要變項為滿意度，而滿意度同意程度直接影響忠誠度。顯示參與者滿意度同意程度愈高，就愈會正向影響忠誠度越強烈，所獲得的忠誠度亦愈佳。

進一步透過典型分析了解，滿意度的「教練專業技能」、「道館同儕關係」及「練習環境」，最重要影響到忠誠度的「推薦他人」及「繼續參與」，意即如果要提高「推薦他人」及「繼續參與」，可以從「教練專業技能」、「道館同儕關係」及「練習環境」著手，滿足參與者提高學習忠誠度。

第五節 研究假設檢定

一、不同背景變項對參與動機是否有顯著差異，根據獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析是否達到顯著水準 ($p < .05$)，所得之統計結果對立研究假設成立與否將研究結果彙整如表 4-5-1。

假設一：不同背景變項在參與動機之差異

H1 不同人口變項在劍道運動參與者參與動機無顯著差異。

表 4-5-1 不同背景變項在參與動機研究假設彙整表

研究假設	結果
H1 不同人口變項在劍道運動參與者參與動機無顯著差異	
H1-1 性別在參與動機需求上沒有顯著性	拒絕
H1-2 年齡在參與動機需求上沒有顯著性	成立
H1-3 婚姻狀況在參與動機需求上沒有顯著性	拒絕
H1-4 學歷在參與動機需求上沒有顯著性	拒絕
H1-5 職業在參與動機需求上沒有顯著性	成立
H1-6 每月收入在參與動機需求上沒有顯著性	成立

二、不同背景變項對持續涉入是否有顯著差異，根據獨立樣本 T 檢定、多重比較及單因子異數分析是否達到顯著水準 ($p < .05$)，所得之統計結果對立研究假設成立與否將研究結果彙整如表 4-5-2。

假設二：不同背景變項對單因子變異數之差異

H2 不同人口變項在劍道運動參與者持續涉入的無顯著差異

表 4-5-2 不同背景變項在單因子變異數研究假設彙整表

研究假設	結果
H2、不同人口變項在劍道運動參與者持續涉入無顯著差異	
H2-1 性別在持續涉入需求上沒有顯著性	拒絕
H2-2 年齡在持續涉入需求上沒有顯著性	成立
H2-3 婚姻狀況在持續涉入需求上沒有顯著性	拒絕
H2-4 學歷在持續涉入需求上沒有顯著性	成立
H2-5 職業在持續涉入需求上沒有顯著性	成立
H2-6 每月收入在持續涉入需求上沒有顯著性	成立

三、不同背景變項對滿意度是否有顯著差異，根據獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析是否達到顯著水準 ($p < .05$)，所得之統計結果對立研究假設成立與否將研究結果彙整如表 4-5-3

假設三：不同背景變項對滿意度之差異

H3 不同人口變項在劍道運動參與者滿意度的無顯著差異

表 4-5-3 不同背景變項在滿意度研究假設彙整表

研究假設	結果
H3 不同人口變項在劍道運動參與者滿意度無顯著差異	
H3-1 性別在滿意度需求上無顯著差異	拒絕
H3-2 年齡在滿意度需求上無顯著差異	成立
H3-3 婚姻狀況在滿意度需求上無顯著差異	拒絕
H3-4 學歷在滿意度需求上無顯著差異	拒絕
H3-5 職業在滿意度需求上無顯著差異	成立
H3-6 每月收入在滿意度需求上無顯著差異	成立

四、不同背景變項對忠誠度是否有顯著差異，根據獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析是否達到顯著水準 ($p < .05$)，所得之統計結果對立研究假設成立與否將研究結果彙整如表 4-5-4。

假設四：不同背景變項對單因子變異數之差異

H4 不同人口變項在劍道運動參與者忠誠度的無顯著差異

表 4-5-4 不同背景變項在忠誠度研究假設彙整表

研究假設	結果
H4 不同人口變項在劍道運動參與者忠誠度的無顯著差異	
H4-1 性別在忠誠度需求上無顯著差異	成立
H4-2 年齡在忠誠度需求上無顯著差異	成立
H4-3 婚姻狀況在忠誠度需求上無顯著差異	成立
H4-4 學歷在忠誠度需求上無顯著差異	成立
H4-5 職業在忠誠度需求上無顯著差異	成立
H4-6 每月收入在忠誠度需求上無顯著差異	成立

五、劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間差異
假設五：劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間
相關無顯著差異

H5 劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間相關
無顯著差異

表 4-5-5 參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間相關研究
假設彙整表

研究假設	結果
H5 劍道運動參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間相關無顯著差異	
H5 參與者參與動機、持續涉入、滿意度與忠誠度之間相關無顯著差異	拒絕

第五章 結論與建議

本章共分兩節，第一節為結論，第二節為建議。主要依據研究目的，透過問卷調查法進行劍道運動參與參與行為之研究，探討劍道運動參與者現況、劍道運動參與者之人口統計變項、參與者之參與動機、參與者之持續涉入、參與者之滿意度與參與者之忠誠度資料蒐集與分析驗證，根據研究結果提出結論，作為國內劍道運動推廣及未來相關研究的參考。

第一節 結論

綜合本研究各項研究問題，並根據研究結果的分析與討論獲得以下：

一、劍道運動參與者現況

劍道運動參與人口統計變項在性別部分，以「男性」的樣本數 129 份佔最多，百分比為 67.9% 可見劍道運動參與者以男性居多。

年齡部分以「21-30 歲」的樣本數 77 份佔最多，百分比為 40.5%，青年居多。

婚姻狀況部分，以「未婚」的樣本數 146 份佔最多，百分比為 76.8%，顯示劍道運動參與者以未婚居多。

學歷部分，以「大學專科」的樣本數 100 份佔最多，百分比為 52.6%，顯示劍道運動參與者學歷大多以「大學專科」居多。

月收入部分，以「20001-40000 元」的樣本數 72 份佔最多，百分比為 37.9%。

職業部分，以「學生」的樣本數 81 份佔最多，百分比為 42.6%。

一、參與動機特徵

劍道運動參與者參與動機量表平均得分為（4.04 分），以參與動機四構面來看，成就需求構面總平均為（4.11 分）、紓解壓力（4.11 分）兩構面最高，其次依序為社交互動（4.04 分），學習技能構面平均只得到 3.96 分最低。

不同性別在劍道運動參與者參與動機有顯著差異，男性參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於女性參與者。此結果顯示男性對賽劍道運動參與者參與動機中較高難度的項目，需要較高的耐力與體力，參與者男性為多數。

不同婚姻狀況在劍道運動參與者參與動機有顯著差異，未婚參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於已婚參與者，結果顯示未婚再劍道運動參與動機評價高與已婚在於未婚參與運動時間會比已婚較自由，參與機率也高。

不同學歷在劍道運動參與者參與動機有顯著差異，高中（職）參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於大學、研究所參與者。此結果顯示高中（職）對賽劍道運動參與者參與動機因升學保送制度，促使高中職學生追求較高劍道技能或是在技能上強過學歷較高（大學專科、研究所）者可以贏得比賽，以獲得成就感。

二、持續涉入特徵

劍道運動參與者方面劍道運動參與者持續涉入量表平均得分為 3.76 分，以持續涉入三構面來看，吸引力構面總平均為（4.13）分最高，其次依序為中心性（4.12 分）、自我表現構面平均只得到 3.97 分最低。

劍道運動參與者持續涉入認為持續涉入構面在普通水準以上的分別為「(3.97分)」與「(4.13分)」。

不同性別在劍道運動參與者持續涉入有顯著差異，男性參與者對於劍道運動參與者持續涉入的評價高於女性參與者。此結果顯示男性對賽劍道運動參與者持續涉入賽項目中較高女性常因身體、家庭因素而導致未能持續的參與，則參與者男性為多數。

不同婚姻狀況在劍道運動參與者持續涉入有顯著差異，未婚參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於已婚參與者。結果顯示未婚再劍道運動持續涉入評價高與已婚在於未婚持續涉入阻礙少已婚，已婚常會因家人或家庭因素導致已婚持續涉入中斷。

三、滿意度特徵

劍道運動參與者滿意度量表平均得分為(4.06分)，以滿意度四構面來看，教練專業技能構面總平均為(4.17分)最高，其次依序為教學場地器材(4.08分)、練習環境(4.08分)、道館同儕關係構面平均只得到(3.88分)最低。

不同性別在劍道運動參與者滿意度有顯著差異，男性參與者對於劍道運動參與者滿意度的評價高於女性參與者。此結果顯示男性對賽劍道運動參與者滿意度較高，參與者男性多為愛好刺激，劍道又類似技擊類運動，比較能讓男性滿足。

不同婚姻狀況在劍道運動參與者滿意度有顯著差異，未婚參與者對於劍道運動參與者參與動機的評價高於已婚參與者。結果顯示未婚再劍道運動參與動機評價高與已婚在於未婚參與運動時間會比已婚較自由，參與機率也高。

不同學歷在劍道運動參與者滿意度有顯著差異，研究所參與者對於劍道運動參與者滿意度的評價高於大學、高中(職)參與者。此結果

顯示研究所對劍道運動參與者滿意度因不在意成就的追求而對同儕關係與練習環境感受滿意程度高於(高中(職)、大學專科)，促使研究所學生在學習後可以明顯達到滿足的結果。

五、忠誠度特徵

劍道運動參與者忠誠度表平均得分為(3.76分)，以忠誠度二構面來看，不再參與構面總平均為(4.58分)最高，繼續參與構面平均(4.27分)最低。

人口統計變項對忠誠度差異無顯著，可能在於劍道運動的忠誠度同意程度差異不大，會推薦他人或持續練習不會因為各變項原因而有所不同。

六、研究變項關係分析

劍道參與者滿意度與忠誠度度呈現正相關，滿意度愈強烈，則忠誠度愈高，從研究得知滿意度與忠誠度相關最高，在滿意度的「教練專業技能」、「道館同儕關係」及「練習環境」，最重要影響到忠誠度的「推薦他人」及「繼續參與」相關係數最高。

第二節 建議

本節根據研究的發現並分析討論結果，擬就未來應用及後續研究者提出建議參考。

一、未來應用

(一) 提升參與者參與動機：

為提昇參與者參與動機從研究結果可以瞭解，在劍道運動參與者參與動機最強的乃是「成就需求」與「紓解壓力」兩因素，現代人不管學業、生活、工作都有自我壓力。因此，為使更多人口的參與運動，而能更有利於劍道運動發展與推廣，各道館或社團之教練務必針對「成就需求」與「紓解壓力」感受設計訓練課程，可紓解壓力亦可得到段位或競賽的成就，則有利吸引更多的劍道運動人口。

(二) 提升參與者持續涉入：

劍道運動參與者未婚與已婚的比例為 3:1，現今社會環境結構改變，很多興趣都在成家立業後，因夫妻間工作關係或小孩因素而中斷或放棄。致使學習無法持續。可推廣家庭親子活動一併參與，培養共同興趣使的參與劍道運動參與者持續參與運動而親子活動也增加更多人參與。

(三) 提升學生滿意度而言：

劍道運動除了的參與，劍道館教練領導行為、練習環境、設施、氛圍及參與者互動皆有密切關係。無法提供適

當場地或設施，而降低參與意願及滿足程度，或是活動場所環境不佳，環境複雜或髒亂道館管或練習場地擁擠、太小、髒亂不堪，種種因素都在在影響參與者參與之滿意程度，相對影響學習氛圍。因此，為了推廣發展劍道運動均應針對上述可能的現象，予以改善，如此才能使用的劍道運動者滿意。

(四) 提升參與者忠誠度：

推廣發展劍道運動為了增強參與者體能外，更教育健全其心靈，對面對未來的發展，有正面的益處，此為學習多元成長教育為目標方可使劍道運動者忠於此運動。現今部分現代人沉迷於網路世界，進而染上不良嗜好或習慣，毀了身體也毀前途。「健康就是財富」推薦健康有益的劍道運動，讓更多未接觸劍道運動參與者來學習劍道運動，培養良好的興趣。

二、後續建議：

- (一) 可針對劍道運動組織經營(道館或社團)與學習者學習效益或阻礙因素方面，再進行深入研究，以瞭解劍道運動投入與學習效益價值，以提供我國在劍道運動推廣或道館或社團經營管理與運用上的參考。
- (二) 可針對未接觸劍道運動者，探討如何能吸引參與的因素不限制在有經驗者之研究。
- (三) 研究為個案研究，僅以 2010 年全民運動會劍道運動比賽為例 為對象範圍，此分析研究結果是否能推論至其他相關賽會是本研究之限制，故建議後續研究者可以針對不同地區劍道運動錦標賽事作探討。
- (四) 本研究受試者侷限為國內的參與者，但是劍道運動比賽可邀請各國的劍道愛好者參加，未來的研究可推及至其他國家的參與者納入研究對象，提升樣本的完整性及研究的準確性。

參考文獻

中文文獻

- 中華民國劍道協會劍道規則 (2010)。99 年全民運動會劍道
競賽技術手冊。時間：2010/10/21。取自：2010 全民運動會網站
http://2010sport.sanhsin.edu.tw/homepage/racedata/racedata_index.htm。
- 方怡蓁 (2004)。民眾參與解說活動動機、滿意度與願付價格
之研究：以荒野保護協會為例。未出版碩士論文，台中市，
臺中師範學院環境教育研究所。方世榮，黃美卿 (2001)，「銀
行業關係價值～忠誠度模式之實
證研究」，私立輔仁大學管理評論，第八卷第二期，46-70
頁。
- 王文科 (2001)。教育研究法。台北市，五南。
- 王碧嬭 (1999)：消費者動機、服務品質與購後行為關係之研究
-以大學推廣教育為例。未出版之碩士論文，嘉義縣，國立
中正大學企業管理研究所。
- 王沛泳 (2001)。球迷參與行為及參與滿意度之影響因素-統一
獅實証研究。未出版碩士論文，台南市，國立成功大學企
業管理學系。
- 王正平、朱笠瑄 (2003)，攀岩活動持久性涉入程度與活動/環
境屬性之關係研究。2003 年務實觀光休閒產業經營學術研
討會。
- 江盈如 (1999)。大台北地區健康俱樂部顧客滿意度、忠誠度以

- 及滿意構面重視度之研究。未出版碩士論文，國立交通大學經營管理研究所，新竹市。
- 角正武（2003）。劍道年代別稽古法一道の薰り。日本，体育とスポーツ出版社。
- 吳正義（2004）。直排輪運動參與者之目標取向、參與動機、運動堅持活動後評價的影響。未出版碩士論文，大葉大學，彰化。
- 吳統雄（1984）。理論與方法。台北，聯經。
- 吳明隆（2007）。SPSS 操作與應用：問卷統計分析實務。臺北市：五南。
- 吳明隆、涂金堂（2007）。SPSS 與統計應用分析。臺北市：五南圖書。
- 吳政謀（2005）。運動健身俱樂部參與行為、服務品質、滿意度與忠誠度之研究-以奔放主題運動館為例。未出版碩士論文，台北市，台北市立體育學院運動科學研究所。
- 吳珩潔（2002）。大台北地區民眾休閒滿意度與幸福感之研究。未出版碩士論文，台北縣，國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所。
- 吳科驊（2006）。登山健行者休閒參與動機、持續涉入、休閒效益與幸福感之相關研究。國立台灣體育學院體育研究所未出版之碩士論文。
- 李莉絹（2006）。名牌精品涉入程度與消費行為之探討：以新竹地區消費者為例。未出版碩士論文，台中縣，亞洲大學國際企業系。
- 李嘉慶（2002）。屏東縣偏遠地區國小教師休閒運動參與現況與動機之調查研究。未出版碩士論文，國立臺灣體育

- 大學，桃園縣。
- 李菁芬、李雅婷、趙慕芬合譯，(2002)，**組織行為學**（第九版），臺北：華泰書局。
- 李旭旻（2005）。**台北縣立國小運動代表隊選手參與動機與滿意度之研究**。未出版碩士論文，台北市立師範學院體育研究所，台北市。
- 沈淑貞（1999）。**桃竹苗地區運動健身俱樂部服務品質與會員滿意度之研究**。未出版碩士論文，台北縣，國立臺灣師範大學體育研究所。
- 官素珍（2007）。**露營者遊憩動機、持續涉入與休閒效益關係之研究**。未出版碩士論文，南華大學，嘉義縣。
- 林怡君（2008）。**遊客涉入程度、服務品質與行為意圖之相關研究—以東豐自行車綠廊、后豐鐵馬道為例**。未出版碩士論文，雲林縣，國立雲林科技大學休閒運動研究所。
- 林威成（2005）。**旅運者觀點探討態度、涉入程度、群體影響力、行為意向與運具選擇行為的關連性—以台北地區為例**。未出版碩士論文，高雄市，國立中山大學公共事務管理研究所。
- 林敬銘（2006），**探析休閒運動參與對壓力調適之重要性**，彰化師大體育學報，6頁 214-226
- 林正常（1998），**運動生理學**，師大書苑：臺北。
- 林怡安（2002）。**以旅客滿意度探討博物館服務品質之研究—以國立自然科學博物館為例**。未出版碩士論文，私立南華大學旅遊事業管理研究，嘉義。
- 林衢良（2004）。**大學生撞球參與者撞球場館滿意度、涉入程度與忠誠度之關係研究**。未出版碩士論文，桃園縣，國立

臺灣體育大學。

- 林佑隆 (2006)。彰化地區國小學童休閒運動參與及滿意度之研究。未出版碩士論文，彰化縣，大葉大學休閒事業管理學系碩士在職專班。
- 林子揚 (2008)。臺北市籃球俱樂部參與者參與動機、持續涉入與滿意度之相關研究。未出版碩士論文，台北縣，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所。
- 范智明 (1999)。台北市健康休閒俱樂部會員消費者行為之研究。國立師範大學大學體育學系碩士班論文，未出版，台北。
- 姜慧嵐 (2000)。台灣健康體適能俱樂部產業之研究。中國文化大學運動教練研究所碩士班論文。
- 洪輝宗 (2004)。國小學童國術運動參與動機因素之差異性研究。未出版之碩士論文，臺南市，國立臺南師範學院教師在職進修體育碩士學位班。
- 高以緯 (2004)。台北縣市高中生參與志願服務動機與滿足感相關之研究。未出版碩士論文，台北市，中國文化大學青少年兒童福利研究所。
- 高嘉鞠 (2007)。瑜珈教室消費者參與動機與持續涉入模式之研究。未出版碩士論文，彰化縣，大葉大學休閒事業管理學系碩士在職專班。
- 徐新勝 (2007)。衝浪活動參與者之休閒動機、涉入程度與休閒效益關係之研究。未出版碩士論文，嘉義縣，國立中正大學運動與休閒教育所。
- 張淑惠 (1993)。SOR 模型在消費者涉入理論之應用的檢討。
明德學報,9,144-177。

- 張春興 (1987)。心理學。台北：東華書局。
- 張春興 (2005)。教育心理學—三化取向的理論與實踐。台北：東華。
- 張倫璋 (2006)。健康體適能俱樂部購買意願之影響因素。未出版碩士論文，台北縣輔仁大學。
- 張孝銘、林樹旺、余國振 (2004)：慢跑消費者活動參與動機、持續涉入與休閒行為之相關研究。大專體育學刊，6卷1期，83-93頁。
- 張志銘、呂崇明、翁旭昇、許績勝 (2006)。內在動機、學習態度對持續涉入桌球運動行為之影響。運動休閒參與研究，1(4)，43-54。
- 張佩娟 (2002)。休閒運動參與動機與滿意度之相關研究-以雲林醫院員工為例。未出版碩士論文，雲林縣，雲林科技大學休閒運動研究所碩士班。
- 張豐盛 (2004)。臺南市國小民俗體育團隊學童參與動機之研究。未出版碩士論文，國立台南師範學院，台南市。
- 楊治賢 (2007)。彰化縣跆拳道館學員參與動機與滿意度之研究。未出版碩士論文，彰化縣，大葉大學運動事業管理學系。
- 康志璋 (2001)。涉入理論於網路商品行銷之應用。未出版碩士論文，台北，長庚大學企業管理研究所。
- 康龍豐 (2009)。臺灣地區劍道運動參與者參與動機與學習滿意度之相關研究。台東，健康促進與休閒管理碩士在職專班。
- 康龍豐 (2009)。台灣劍道參與者參與動機因素之研究。2009年運動健康與管理學術研討會專刊，169-181。
- 許士軍 (2002)。管理學 (十版)。臺北市：東華。
- 許惠英 (2004)。高中羽球運動代表隊選手運動參與動機之研究

- 。臺北市立體育學院，臺北市。
- 教育部（2007）。**重編國語辭典修訂本**。網址：
<http://dict.revised.moe.edu.tw/>
- 黃俊英（2000）。**行銷管理-策略性的觀點**。台北：華泰文化事業公司。
- 黃俊英、賴文彬（1990）。涉入的理論發展與實務應用。**管理科學學報**，7（1），15-29。
- 黃素珍（2006）**健身運動者之身體意象、運動參與動機與運動行為之研究**。碩士論文。
- 黃政堯（2005）。**高雄市銀髮族太極拳運動參與者參與動機之研究**。未出版碩士論文，國立中山大學企業管理系，高雄市。
- 黃富順（1989），**成人心理與學習**，台北：師大書苑。
- 黃鴻斌（2003）。**健康體適能俱樂部會員參與動機、顧客滿意度及忠誠度相關性之研究—以金牌健康體適能俱樂部為例**。未出版碩士論文，南華大學旅遊事業管理研究所，嘉義縣。
- 聖嚴法師（2007）。**《拈花微笑》絕處逢生**。時間：2008/9/12。
取自：法鼓文化文摘報網站：
<http://www.ddc.com.tw/epaper/D/2007/20070705.htm>
- 黃貞惟（2008）。**遊憩動機與持續涉入關係之研究—以溪頭自然教育園區之遊客為例**。未出版碩士論文，台北市，臺灣大學森林環境暨資源學研究所。
- 黃富順（1989）**成人心理與學習**。台北市：師大書苑。
- 曾光華、饒怡雲（2008），**行銷學原理**，台北：前程文化。
- 廖明豐（2003）。**東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與**

- 遊客滿意度及忠誠度之研究。未出版碩士論文，嘉義縣，南華大學旅遊事業管理學研究所。
- 廖珮瑜（2003）。旅遊業領隊服務特性對顧客滿意度及忠誠度影響之研究。未出版碩士論文，台北縣，淡江大學企業管理學系。
- 趙麗雲（2000）。活潑的城鄉、強勁的競技、健康的國民—二十世紀體育新格局，向中國國民黨中央常務委員會專題報告，未出版 2000。
- 郭弘一（1999）。台灣劍道教室。台北：作者。
- 郭秀玲（2006）。運動觀光潛水假期參與者動機、期望與滿意度之研究。未出版碩士論文，桃園縣，國立台灣體育學院休閒運動管理研究所。
- 華武堂（2006）。日本傳統古武術。時間：2008/11/19。取自：
華武堂網站
http://www.huawutang.cn/?action_viewnews_itemid_5418.html
- 葉日武（1997）。行銷學：理論與實務。台北：前程企業管理有限公司。
- 葉凱莉、喬友慶（2000）。從管理機會方格看顧客滿意度—以百貨公司為例。企銀季刊，23(4)，67-86。
- 葉美玲（2006）體驗行銷、體驗價值、顧客滿意度與忠誠度關係探討—以臺北市立北投區運動中心為例。未出版碩士論文，國立臺南大學，臺南市。
- 陳啟倫（2007）。健康體適能俱樂部會員參與動機、滿意度與再購意願之研究—以活力工場健身會館忠孝分館為例。未出版碩士論文，台北縣，輔仁大學體育學系碩士班。

- 陳秀華 (1993)，**健康體適能俱樂部消費者行為之研究**。國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 陳勁甫、陳威亞 (2005)，**大學生遊學產品意象、知覺價值、滿意度及購後行為意圖關係之研究**，**戶外遊憩研究**，**18(1)**，p.23-p.46。
- 陳瑞林 (1997)。談談日本武士道。**東北亞論壇**，4，93-94。
- 陳仲杰 (2006)。**臺北市公立高工教師休閒運動參與現況及動機之研究**。未出版碩士論文，臺北市立體育學院，臺北市。
- 陳澤義 (2005)，**科技管理：理論與應用**，台北：華泰文化。圖書公司。
- 陳人麟 (1985)。**臺北市民休閒行為之研究**。未出版碩士論文，國立臺灣大學，臺北市。
- 陳文銓 (1993)。**大仁藥專體育課興趣選項分組教學選修籃球運動之動機因素調查分析**。臺北：藝軒。
- 陳薇先、邵于琳 (2006) **兒童運動課程之家長消費模式驗證**。未出版碩士論文，台北市，台北市立體育學院運動教育研究所。
- 鄭賀珍、楊惠芳 (2007)。**台灣南部地區羽球館消費者參與行為之研究**。**休閒暨觀光產業研究**，2，(1)，118-132。
- 賴美淑 (2000)，**吸煙與心快血管疾病的關係：可能之病理生理機轉**。國家衛生研究院：台北。
- 賴富國 (2008)。**台南縣慢速壘球運動參與者參與動機與滿意度之研究**。未出版碩士論文，台東縣，國立臺東大學體育教學碩士在職專班。
- 盧俊宏 (1998)。**從事體適能運動所帶來的 106 種利益**。台灣

省學校體育，47，17-23。

潘沛彤（2007）**臺北地區桌球俱樂部服務品質與顧客滿意度關係之研究**。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。

蔡明達和耿慶瑞，（2000），「服務涉入之衡量」，**文大商管學報**，第5卷，第1期，頁19-42。

歐正聰（2007），**羽球場館消費者消費滿意度之研究—以台北市地區為例**。**運動與游憩研究**，1卷4期，1-12頁。

謝金燕（2003）。**宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究—以高雄佛光山為例**。未出版碩士論文，嘉義縣，南華大學旅遊事業管理學研究所。

蕭瑞貞（1999）。**遊客重遊行為與其對遊樂區屬性忠誠度關係之研究—以劍湖山世界為例**。未出版碩士論文，台中市，逢甲大學土地管理學系。

戴宜臻（2002）。**健康休閒俱樂部會員參與動機、限制因子、實際體驗與滿意度之研究～以亞歷山大健康休閒俱樂部為例**。未出版之國立嘉義大學管理研究所碩士論文。

龔俊旭（2004）。**高雄市桌球俱樂部會員休閒動機及滿意度之研究**。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。

英文部分

- Anderson, E. W., Claes, F., & Donald, R. L. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-64.
- Adams, J. Stacey (1963), "Toward an understanding of inequity", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 67, pp.422-436.
- Arora, C. M. (1982). Flowering of some orchids in Dehra Dun, India. *American Orchid Society Bulletin* 54: 322-324.
- Bitner, M. J. (1990). The effect of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54(2), 69-82.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research*, 30, 7-27.
- Barki and Hartwick, (1989). H. Barki, J. Hartwick, Rethinking the concept of user involvement, *MIS Quarterly*, v.13 n.1, p.53-63, March 1989.
- Blackwell, & W. Miniard (1990). *Consumer Behavior*. 6th ed. P.469-487.
- Bloch, P. H. & Richins, M. L. (1983). A theoretical model for the study of product importance perceptions. *Journal of Marketing*, 47, 69-81.
- Bitner, Mary Jo., and Lois A. Mohr, (1994), "Critical Service

- Encounter: The Employee's Viewpoint," *Journal of Marketing*, 58(Oct), pp. 95-106.
- Bricker, K. S., & Kerstetter, D. L. (2000). Level of socialization and place attachment: An exploratory study of whitewater recreationists. *Leisure Sciences*, 22, 233-257
- Backman, S. J., & Crompton, J. L. (1991). The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty. *Leisure Sciences*, 13, 205-220.
- Beard, J., & Raghab, M. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 219-228.
- Churchill, G. A. and C. Suprenant (1982), "An Investigation into The Determinants of Customer Satisfaction," *Journal of Marketing Research*, Vol. 19, pp491-504.
- Celsi and Olson (1988) demonstrated the effects of SSPR and ISPR on consumers' attention and comprehension processes. *The Journal of consumer research*, 15 (12), 210 - 224.
- Dimanche, F., & Samdahl, D. (1991). *Leisure as symbolic consumption: A conceptualization and prospects for future research*. Paper presented at the NRPA Symposium on Leisure Research, Baltimore, MD.
- DeVellis, R. F. (1991). Scale Development: theory and applications (Applied Social Research Methods Series, Vol. 26). Newbury Park: Sage.
- Engel, F. J., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior*. New York: Dryden Press.
- Erick, H. (1996). Exercise is medicine. *The Physician and*

- Sports Medicine*, 24(2), 72-78
- Festinger, L. (1957) *A theory of cognitive dissonance*, Stanford, CA: Stanford University Press.
- Folkes, V. S. (1984). Consumer reactions to product failure: An attributional approach. *Journal of Consumer Research*, 10(3), 398-409.
- Green, R.G., Betty, w.e., & Arkinm, R.M. (1984). *Human Motivation: Physiological, Behavioral, and social Approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- Houston, M. J., & Rothschild, M. L. (1978). Conceptual and methodological perspectives on involvement. In S. Jain (ed.), *Research Frontiers in Marketing* (pp. 184-187). Chicago: America Marketing Association.
- Herzberg, F. B. (1959). *The motivation to work*. New York: John Wily & Son.
- Howard, J.A., & Sheth, J.N. (1969) *The theory of buyer behavior*. New York: Wiley.
- Kapferer, J. N., & Laurent, G. (1985). Consumers' involvement profile: New empirical results. *Advances in Consumer Research*, 12, 290-295.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004). Predictors of behavioral loyalty among hikers along the Appalachian trail. *Leisure Sciences*, 26(1), 99-118.
- Kapferer J.N. and Laurent G. (1985), "Consumer Profiles: A New Practical Approach to Consumer Involvement", *Journal of Advertising Research*, 25(6), 48-56.

- Kyle, G. T., Absher, J. D., Hammitt, W. E. & Cavin, J.(2006). An Examination of the Motivation—Involvement Relationship. *Leisure Sciences*, 28, 467–485.
- Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control (7th ed.)*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler (2000) , *Marketing Management*, 10th ed., Prentice – Hall , New Jersey, pp.36-37
- Kotler, P. (2005). The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114-116
- Kassarjian,H.H. and Sheffet, M.J.(1981), “Personality and Consumer Behavior,” *Perspective in Consumer*, Vol.34, P.281-303.
- McIntyre, N. & Pigram, J. J. (1992). Recreation specialization reexamined: The case of vehicle based campers. *Leisure Sciences*, 14, 3–16.
- McIntyre, N. (1999). Towards Best Practice in Visitor Use Monitoring Processes: A Case Study of Australian Protected Areas. *Australian Parks and Recreation*, 2: 24-29.
- McClelland (1953).Mittal,V.,& Kamakura,W. A., Satisfaction, repurchase intent, and Repurchase behavior: Investigating the moderating effect of customer characteristics.*Journal of Marketing Research*, 38,131–142,2001.
- Menon,S.,& Kahn,B.E. (1995).The impact of context on variety seeking in product choices.*Journal of Consumer*

- Research*, 22(4), 17-28.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row Publishers.
- McClelland, D. C. (1953). *The Achievement Motivation*. New York:Appleton-Century-Crofts.
- Mittal, V., & Kamakura, W. A., (2001) Satisfaction, Repurchase Intent, and Repurchase Behavior: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics. *Journal of Marketing Research*, Vol. 38(1), pp. 131-142.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory*. NY: McGraw-Hill.
- Oliver, R. (1981), "Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings," *Journal of Retailing*, 57(3), pp.25-48
- Oliver, R.L. & Desarbo, W.S. (1988). Response determinants Insatisfactions, judgments. *Journal of Consumer Research*, 3(14), 495-507.s
- Oliver, R. L. (1981). What is customer satisfaction. *Wharton Magazine*. 5(1), 36-41.
- Oliver, R. L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute base of the Satisfaction response, *Journal of Consumer Research*, 17, 460-469
- Peter, J.P. and J.C. Olson (1994) *Understanding Consumer Behavior*. Burr Ridge, IL: Irwin.
- Prus, A., and Brandt, D. R. (1995). "Understanding your customer", *Marketing Tools*, 2(5), 10-14.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994).

- Alternative Scales for Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria. *Journal of Retailing*, 70, p.201-p.230.
- Rothschild, M. L. (1978). Conceptual and Methodological Perspectives on involvement. *Educators' Proceedings, American Marketing Association*, Chicago, 184-187.
- Ragheb, M. G. (1993). Leisure and perceived wellness: A field investigation. *Leisure*
- Rothschild, M. L. (1984). Perspectives on involvement: Current problems and future directions. *Advances in Consumer Research*, 11, 216-217
- Schiffman & Kanuk (2000). *Consumer behavior (7th ed)*. NJ: Prentice Hall
- Rowland, T. W. (1990). *Exercise and children's health (2eds)*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Skinner, B. F. (1971). *Beyond freedom and dignity*. New York: Fred A. Knopf, Inc.
- Solomon, M. R. (1991). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, Boston: Allyn and Bacon .
- Schiffman & Kanuk (2000). *Consumer behavior (7th ed)*. NJ: Prentice Hall
- Smith, B. (1998). Buyer-seller relationship: Bonds, Relationship Management, and ex-type. *Revue 89 Canadienne des Sciences de l'Administration*, 15(1), 76-92.
- Schuett, M. A. (1993). *JOURNAL: Leisure Sciences*, 15 (3), 205 - 216.

- Thibaut, J. W. and Kelley, H. H. (1959) *The social Psychology of Groups*, New York: Wiley.
- Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension. *Journal of Marketing Research*, 25, 204-212.
- Vroom, V. (1964). *Work and motivation*. New York: John Wiley & Son.
- Vallerand, R. J., & Vallieres, E. (1995). Motivation and gambling involvement. *Journal of Social Psychology*, 135, 755-763.
- Woodruff, R.B, E.R. Cadotte, & R.L. Jenkins , (1983) "Modeling Consumer Satisfaction Process Using Experience-Based Norms," *Journal of Marketing Research*, :296-304.
- Warrington, P., & Shim, S. (2000). A empirical investigation of the relationship between product involvement and brand commitment. *Psychology and Marketing* ,17, 761-782.
- Zaichkowsky, J. L., (1985) "Measuring the Involvement Construct," *Journal of Consumer Research*, 12(Dec), 1985:341-352.

附錄一

預試問卷

劍道運動參與行為之研究-以 2010 年全民運動會為例

親愛的受訪者您好：

非常感謝您撥冗填寫這份問卷，這是一份針對台灣劍道運動參與者參與劍道運動的參與動機、持續涉入與學習滿意度的問卷，您的資料僅供學術研究之用，絕不對外公開個人資料請詳細並且完整的填寫以下各題項，期盼您跟據當下的實際經驗回答此份問卷。再次感謝您的熱心幫助！使本研究更能順利完成。

敬祝

健康快樂

國立臺灣體育學院運動管理研究所

指導教授：林文郎 博士

研究生：劉隴琦 敬上

第一部份：基本資料

以下是有關您參與劍道運動個人基本資料下列各陳述句打「✓」方式在下列空格()中勾選或填寫適當的答案。

1. 性別：1 <input type="checkbox"/> 男 2. <input type="checkbox"/> 女
2. 年齡：1. <input type="checkbox"/> 20 歲以下 2. <input type="checkbox"/> 21-30 歲以上 3. <input type="checkbox"/> 31-40 歲 4. <input type="checkbox"/> 41-50 歲以上 5. <input type="checkbox"/> 51 歲以上
3 婚姻狀況：1 <input type="checkbox"/> 已婚 2. <input type="checkbox"/> 未婚
4. 您從事劍道運動已有多久時間？

第二部分、參與動機

以下是有關您對參與劍道運動參與動機的可能性描述，請依據您的參與劍道運動的過程來評估對下列各陳述句的同意程度，以打「√」方式在下列空格(□)中勾選適當的答案。

	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1.為了瞭解劍道文化-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.為了讓自己更強壯、靈活-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.為了瞭解劍道規則-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.為了改正不良姿勢-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.為了增加攻防技巧-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.因為對劍道運動技巧有興趣-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.為了加強自信心-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.為了成就感-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.為了升學管道更暢通-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.為了趕流行-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.為了達到自我實現、尋求自我挑戰---	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.為了獲得歸屬感-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.為了使自己年輕有活力-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.為了提高名聲獲得尊重及讚賞-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.為了促進身體的健康-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. 為了幫助情緒穩定 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 為了放鬆情緒紓解生活壓力 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 為了獲得快感與刺激 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 為了適度控制體重 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 為了達到固定運動習慣 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 為了使自己心情愉快當作休閒娛樂 ---	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 為了增強心肺功能 增進體能 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 為了結交志同道合朋友增加社交 ---	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. 為了分享技巧與經驗 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. 為了相互切磋的樂趣 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. 為了傳播劍道資訊與知識 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分、持續涉入

以下是有關您劍道運動持續涉入的可能性描述，請依據您的參與劍道運動過程來評估對下列各陳述句的同意程度，以打「√」方式在下列空格()中勾選適當的答案。

	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1. 劍道對我是很重要的 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 紓解我生活壓力 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 劍道令我感到愉悅的事 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.我喜歡參與劍道運動-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.讓我有新鮮感-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.讓我獲得很多樂趣-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.生活的大部分環繞著劍道運動-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.我對劍道相關事務有興趣-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.對本身更加瞭解自己-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.獲得很大的滿足感-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.過程中可以表達真正的自我-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.跟朋友喜歡討論劍道運動-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.朋友大部分都是劍道運動的參與者---	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.我希望別人能視為真正的我在我從事 劍道運動-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.當我看到劍道相關訊息時，我可以告 訴他們很多-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部分、滿意度

以下是有關您對參與劍道運動滿意度的可能性描述，請依據您的參與劍道運動的過程來評估對下列各陳述句的同意程度，以打「√」方式
在下列空格()中勾選適當的答案。

	非常 同意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
	5	4	3	2	1
1.對教練劍道本身之專業能力感到滿意--	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.對教練教學態度滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.對教練的教學方式感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.對教練指導方式感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.對教練親切度感到滿感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.晉級測驗方式-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.晉級的測驗時間-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.對學習費用我覺得合理-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.對劍道館整體的場地環境設施感到滿 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.對劍道館的照明情形感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.對劍道館的通風情形感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.對劍道館的附屬設施(浴室、更衣間) 的整齊清潔感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13.對劍道館的訓練器材感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.對劍道館的消防器材感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.對劍道館的逃生路線感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.對劍道館認同及歸屬感-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.在對劍道館中可以表達自己的看法--	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第五部分：忠誠度

以下是有關您對參與劍道運動忠誠度的可能性描述，請依據您的參與劍道運動的過程來評估對下列各陳述句的同意程度，以打「√」方式在下列空格(□)中勾選適當的答案。

	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1.請問您會把劍道運動介紹給您的親朋好友嗎? -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我覺得我非常熱愛劍道 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我會上網查看劍道留言板或是論壇，參與討論 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.即使家人和朋友的批論，我仍會支持劍道 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.您會將劍道推薦給您的親朋好友或家人嗎? -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.您願意再回來劍道學習 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.您對劍道學習充滿興趣 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.個人休閒型態的轉變 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

本問卷到此結束，非常感謝您的合作，謝謝！！

附錄二

正式問卷

劍道運動參與行為之研究-以 2010 年全民運動會為例

親愛的受訪者您好：

非常感謝您撥冗填寫這份問卷，這是一份針對台灣劍道運動的參與行為的問卷，您的資料僅供學術研究之用，絕不對外公開個人資料，請詳細並且完整的填妥以下各題項，期盼您根據當下的實際經驗回答此份問卷。再次感謝您的熱心幫助！使本研究更能順利完成。

敬祝

健康快樂

國立臺灣體育學院運動管理研究所

指導教授：林文郎博士

研究生：劉隴琦敬上

第一部份：基本資料

以下是有關您參與劍道運動個人基本資料下列各陳述句打「✓」方式在下列空格()中勾選或填寫適當的答案。

1. 性別：1 <input type="checkbox"/> 男 2. <input type="checkbox"/> 女
2. 年齡：1. <input type="checkbox"/> 20 歲以下 2. <input type="checkbox"/> 21-30 歲以上 3. <input type="checkbox"/> 31-40 歲 4. <input type="checkbox"/> 41-50 歲以上 5. <input type="checkbox"/> 51 歲以上
3 婚姻狀況：1. <input type="checkbox"/> 已婚 2. <input type="checkbox"/> 未婚
4. 您從事劍道運動已有多久時間？

第二部分、參與動機

以下是有關您對參與劍道運動參與動機的可能性描述，請依據您的參與劍道運動的過程來評估對下列各陳述句的同意程度，以打「√」方式在下列空格(□)中勾選適當的答案。

	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1.為了達到固定運動習慣經驗-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.為了相互切磋的樂趣-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.為了使自己心情愉快當作休閒娛樂---	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.為了傳播劍道資訊與知識娛樂-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.為了增強心肺功能 增進體能-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.為了分享技巧與經驗-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.為了達到自我實現、尋求自我挑戰----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.為了獲得快感與刺激力-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.為了改正不良姿勢-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.為了升學管道更暢通-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.為了增加攻防技巧-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.為了放鬆情緒紓解生活壓力-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.為了加強自信心-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.為了成就感-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.為了瞭解劍道文化-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. 因為對劍道運動技巧有興趣 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 為了提高名聲獲得尊重及讚賞 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 為了使自己年輕有活力 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分、持續涉入

以下是有關您劍道運動持續涉入的可能性描述，請依據您的參與劍道運動過程來評估對下列各陳述句的同意程度，以打「√」方式在下列空格(□)中勾選適當的答案。

	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1. 讓我有新鮮感 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 過程中可以表達真正的自我 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 跟朋友喜歡討論劍道運動 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我希望別人能視為真正的我在我從事劍道運動 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 讓我獲得很多樂趣 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 朋友大部分都是劍道運動的參與者 ---	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 劍道對我是很重要的 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 紓解我生活壓力 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 劍道令我感到愉悅的事 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10.我對劍道相關事務有興趣-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

第四部分、滿意度

以下是有關您對參與劍道運動滿意度的可能性描述，請依據您的參與劍道運動的過程來評估對下列各陳述句的同意程度，以打「√」方式
在下列空格()中勾選適當的答案。

	非常 同意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
	5	4	3	2	1
1.對教練劍道本身之專業能力感到滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.對教練教學態度滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.對教練的教學方式感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.對教練指導方式感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.對教練親切度感到滿感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.對劍道館整體的場地環境設施感到滿 意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.對劍道館的照明情形感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.對劍道館的通風情形感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.對劍道館的附屬設施(浴室、更衣間)的 整齊清潔感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10.對劍道館的訓練器材感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.對劍道館的消防器材感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.對劍道館的逃生路線感到滿意-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.對劍道館認同及歸屬感-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.在對劍道館中可以表達自己的看法--	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.晉級測驗方式-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.晉級的測驗時間-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.對學習費用我覺得合理-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第五部分：忠誠度

以下是有關您對參與劍道運動忠誠度的可能性描述，請依據您的參與劍道運動的過程來評估對下列各陳述句的同意程度，以打「√」方式在下列空格()中勾選適當的答案。

	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1.請問您會把劍道運動介紹給您的親朋好友嗎？-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我覺得我非常熱愛劍道-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我會上網查看劍道留言板或是論壇，參與討論-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.即使家人和朋友的批論，我仍會支持劍					

道 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.您會將劍道推薦給您的親朋好友或家人嗎？ -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.您願意再回來劍道學習 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.您對劍道學習充滿興趣 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.個人休閒型態的轉變 -----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

本問卷到此結束，非常感謝您的合作，謝謝！！

附錄三

專家效度審查邀請函

教授／博士／專家：您好！

本人為國立台灣體育學院運動管理學系研究所之研究生，目前正著手進行碩士論文「劍道運動參與行為之研究-以2010年全民運動會為例」問卷，本函主要目的是敬邀您擔任本研究問卷專家效度審查小組的成員。

尊悉 台端在運動參與行為領域之學識淵博並有卓越成就，對該領域的發展貢獻至鉅，在此誠懇邀請您擔任本研究問卷專家效度審查小組的成員，期能藉由您在該領域的專業知識與宏觀見解，對本研究之問卷予以指證並提供寶貴意見，俾使本研究更臻完美。

本問卷審查過程將花肥您約 20 至 40 分鐘，如獲您同意，請於 99 年 09 月 10 日前將回函以隨信附上之回郵信或以 E-mail(flcl5791@yahoo.com.tw)方式寄回。本人在收到您的回函後，會將本研究問卷初稿連同感謝函以 E-mail 或掛號方式郵寄給您。

最後，忠心期盼您對本研究的指正與建議，感謝您的支持與協助。

敬祝 身體健康 萬事如意

國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班

指導教授：林文郎 博士

研究生：劉隴琦 敬上

中華民國九十九年八月二十日

附錄四

問卷家效度審查同意函

題目：劍道運動參與行為之研究-以 2010 年全民運動會為例

是，本人將擔任貴研究之（專家）內容效度審查小組成員。

否，本人無法擔任貴研究之（專家）內容效度審查小組成員。

姓 名：_____

服務單位：_____

職 稱：_____

通訊地址：_____

聯絡電話：(0) _____ : (H) _____

手機：_____ : 傳真：_____

E-mail: _____

煩請於 99 年 9 月 10 日以隨信附上之回郵信或 E-MAIL 方式
回覆此函，若有不便之處，祈請海涵，感謝您的支持與協助。

附錄五

專家效度審查感謝函

教授／博士／專家：您好！

感謝您同意擔任「劍道運動參與行為之研究-以 2010 年全民運動會為例」問卷專家效度審查小組的成員。本研究的主要目的是探討國內現今劍道運動參與行為之研究—以 2010 年全民運動會劍道運動比賽項目為例。作為參與行為之參考。

本問卷共分為五部份，第一部份為個人基本資料，第二部份為填表說明對於劍道運動的參與動機。第三部份為填表說明對於劍道運動的持續涉入程度。第四部份為填表說明對於劍道運動的滿意度程度。第五部為填表說明對於劍道運動的忠誠度程度。煩請您詳細閱讀本問卷之題目，對於本問卷之任何文字敘述、輟詞及語意不清或模糊之處，直接修改或註明。如果您認為本問卷在結構設計上有任何不妥或任何題目需要增減之處也一併指正。

當您完成審查工作後，煩請你將問卷專家效度評估表以隨信附上之回郵信或以 E-mail:(flcl5791@yahoo.com.tw)方式寄回或傳真至：(04)23207801。

最後再次感謝你的熱心與協助！誠摯的期待你的指正與建議。

恭請 鐸安

國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班

指導教授：林文郎 博士

研究生：劉隴琦 敬上

中華民國九十九年八月二十日

附錄六

問卷設計及修改題項方式說明

一、問卷設計

本問卷設計參考 2009(林子揚)「臺北市籃球俱樂部參與者參與動機、持續涉入與滿意度之相關研究」及 2009(康龍豐)「台灣地區劍道運動參與者參與動機與學習滿意度之相關研究」加以編制修定而成。分為五大部份共 80 題。第一部份為個人基本資料共十六題，第二部份為參與動機共二十九題，第三部份持續涉入共十五題第四部份滿意度共十七題，第五部份忠誠度共三題。

二、修改題項方式

- (一) 本問卷是探討劍道運動參與行為之研究，以 2010 年全民運動會劍道比賽作為研究；以提供日後比賽單位之參考。
- (二) 本問卷經由專家學者評鑑後，將依專家學者惠賜之結果彙整出「劍道運動參與行為之研究-以 2010 年全民運動會為例」之問卷。
- (三) 茲將問卷依各層面與題目是否合適列為該構面之題目，如果您認為不合適，請在該題的『修正意見』格內填寫修改方式或直接刪除，如合適，請在該題的『修正意見』的格內劃「✓」。
- (四) 如果您認為在某一構面中需要再增加其它題目，請惠了提示，並填寫問卷內容。
- (五) 如有任何題目文句不順或詞不達意或另需修改，敬請費神了以斧正。

問卷專家效度審查評估表

請將您對本研究問卷專家效度審查的結果、建議與無法直接在問卷上做修改的部份填寫於本表之中。謝謝！

一、需要修改、刪除的題目？請標示題號（如已填寫於各分項問卷中，請不要再重複填寫）
二、需要增加的題目？（如已填寫於各分項問卷中，請不要再重複填寫）
三、填寫指示是否清晰明瞭、易於瞭解？
四、題目之用字遣詞是否適當？語意是否通順、易於瞭解？
五、填答此問卷需花費的時間是否適當？
六、您對於本研究問卷的整體評估與其它建議？
審查者簽名：_____

※煩請您將此評估表及直接在問卷上做修改的部份，以通隨信附上之回郵信或以 E-mail(flcl5791@yahoo.com.tw)方式寄回。

謝謝您的合作！

國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班

指導教授：林文郎博士

研究生：劉隴琦敬上

中華民國九十九年八月二十日