

國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班  
碩士學位論文

2010 洲際盃棒球賽觀眾之觀賞動機、運動實體環  
境品質感知、滿意度及遊憩效益之研究

A Study of Audiences' Motivation, Perception of Sportscape  
Quality, Satisfaction and Recreation Benefits in Baseball  
Intercontinental Cup 2010



研究生：吳婉綾 撰

指導教授：黃錦煌 博士

中華民國 100 年 6 月

台中市

論文名稱: 2010 洲際盃棒球賽觀眾之觀賞動機、運動實體  
環境品質感知、滿意度及遊憩效益研究

總頁數: 130 頁

院校所組別: 國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班

畢業時間及提要別: 九十九學年度第二學期碩士學位論文提要

研究生: 吳婉綾

指導教授: 黃錦煌 博士

## 中文摘要

棒球臺灣民眾最喜歡而且是國內發展最早的職業運動，所以觀賞棒球比賽成為民眾休閒活動之一。觀眾觀賞棒球活動的動機、球場的環境都會影響觀眾的滿意度遊憩效益。本研究目的在探討 2010 洲際盃棒球賽觀眾觀賞動機、運動實體環境品質感知、滿意度及遊憩效益，共發出 450 份問卷，有效問卷為 424 份，有效率為 94 %，並且以因素分析、集群分析、單因子變異數分析及卡方檢定等統計方法與旅遊成本法進行實證研究。觀賞動機題項經過因素分析萃取出因素構面為社交、成就與逃避、家庭、運動欣賞、緊張刺激、國家榮耀及娛樂等 7 項。運動實體環境品質感知方面則為球場整潔與座位舒適度、空間指標設計、交通便利性、建築美觀、計分板等 5 項因素構面。經由旅遊成本法實證發現，家庭、國家榮耀動機，球場整潔與座位舒適度、建築美觀等環境因素，以及滿意度均會影響遊客觀賞的遊憩效益之估計，而觀眾的總效益為 772,200,964 元，因此重視觀眾的動機因素，改善運動實體環境品質，是主辦單位欲提高收益不容忽視的要素。

**關鍵字：**洲際盃棒球賽、觀賞動機、運動實體環境、滿意度、遊憩效益、  
旅遊成本法

**Title of Thesis:** A Study of Audiences' Motivation, Perception of Sportscape Quality, Satisfaction and Recreation Benefits in Baseball Intercontinental Cup 2010

**Name of Institute:** Graduate Institute of Sport Management

**Graduate date:** June 2011

**Degree Conferred:** M.P.E.

**Name of student:** Wan-Ling Wu

**Advisor:** Dr. Chin-Huang Huang

## **Abstract**

Baseball is the sport that people like most in Taiwan and it is the very first one having developed to professional level. Therefore, appreciating baseball games has become a choice for people to participate in recreational activities. Both the motive of audience going to the games and the quality of fields affect the satisfaction and recreational benefit of audience. The purpose of this study aimed at researching the motivation, perception of physical environment quality, satisfaction of audience and recreation benefits in 2010 IBAF Intercontinental Cup. 450 audiences who attended the IBAF Intercontinental Cup were asked to complete a questionnaire and 424 complete replies were obtained, yielding a response rate of 94%. The statistic way of factor analysis, cluster analysis, one-way ANOVA and Chi-squared test were used to do empirical research. Through the factor analysis, it extracts audiences' motivation, including social, achievement and escape, family, sport appreciation, nervous and stimulation, national pride, and entertainment, from the motive-of-audience items of the questionnaire. The quality of physical environment includes environmental tidiness and seat comfortable, space sign design, architectural aesthetic, traffic convenience, layout accessibility and the functions of scoreboards. Travel cost method is adopted to estimate the recreational benefits of spectators. The results shown that the motivation factors: family and national pride, the environmental factors: environmental tidiness and seat comfortable and architectural aesthetic, and satisfactions would be effective the recreational benefits. The total recreation benefits are NT 772,200,964. Thus, focusing on audience motivation and perception of physical environment quality is what the game organizers should pay attention to, which is significant to increase the benefit.

**Keywords:** Baseball Intercontinental Cup, Audience Motivation, Sportscape Quality, Satisfaction, Recreation Benefits, Travel Cost Method

## 謝誌

終於在兩年內完成了碩士論文！在這期間要感謝我的指導教授錦煌老師，願意花時間教導我許多事情，無論在課業、生活上，還是在做人處事方面，都使我獲益良多。亦要感謝我的口委雲科大周文祥老師和運傳系主任世杰老師，對我的提點與細心指教，讓我的論文更加完整與豐富。

同時也要感謝導師張振崗老師，總是叮嚀我們在學習上要多努力，每學期亦會與我們聚餐聊生活、話棒球，以及關心我們的論文進度。在臺體六年了，承蒙親愛的彥翔主任與教授們的教導與照顧，幫助我勇敢的往下一段旅程邁進。

感謝大學同學們常常給予我鼓勵和信心；感謝學姊 Green、粗眉和咕哩總是很熱心的教會我許多事情；感謝蓓蓓學姊在棒球場給我的及時協助；感謝郁然學長常告訴我許多事情，讓我瞭解行政業務上的眉角；感謝怡淳和筱筑助教的照顧與幫忙；也感謝幫我發放問卷的同學和學弟。

在研究所生涯的兩年來，感謝室友資穎一同奮鬥的陪伴、亦是大學同窗的偉勳和必然、最常一起待研究室的俊賢和威甫、熱愛足球的孟學，還有在為教育學程努力的柏遠和廣順，和你們有過甘甜蜜苦的日子將要結束，很開心在學生生涯裡認識你們，也祝福你們都有很好的未來！

最後，感謝我最親愛的家人及祝福所有幫助過我的人。

吳婉綾 謹誌

2011.07

## 目錄

中文摘要 .....	i
英文摘要 .....	ii
謝誌 .....	iii
目錄 .....	iv
表目錄 .....	vi
圖目錄 .....	viii
<b>第壹章 緒論 .....</b>	<b>1</b>
第一節 研究動機與背景 .....	1
第二節 研究目的 .....	4
第三節 研究問題 .....	5
第四節 研究範圍與流程 .....	6
第五節 名詞解釋 .....	9
<b>第貳章 文獻探討 .....</b>	<b>11</b>
第一節 觀賞動機 .....	11
第二節 實體環境感知 .....	17
第三節 滿意度 .....	24
第四節 遊憩效益評估 .....	26
第五節 觀賞動機、運動實體環境品質與滿意度之相關研究	29
<b>第參章 研究設計與方法 .....</b>	<b>31</b>
第一節 研究架構 .....	31
第二節 研究假設 .....	32
第三節 問卷設計與抽樣 .....	33
第四節 研究工具 .....	34
第五節 研究方法 .....	47

<b>第肆章 結果與討論 .....</b>	<b>59</b>
第一節 觀眾人口特性分析 .....	59
第二節 觀眾之觀賞動機分析 .....	64
第三節 觀眾之運動實體環境感知分析 .....	77
第四節 滿意度分析 .....	87
第五節 遊憩效益結果分析 .....	91
<b>第伍章 結論與建議 .....</b>	<b>97</b>
第一節 結論 .....	97
第二節 建議 .....	102
<b>參考文獻 .....</b>	<b>104</b>
一、中文部分 .....	104
二、英文部分 .....	106
<b>附錄 .....</b>	<b>114</b>
附錄一 預試問卷 .....	114
附錄二 正式問卷 .....	118

## 表目錄

表 2-1	動機量表之因素比較.....	13
表 3-1	觀賞動機量表項目分析摘要表.....	38
表 3-2	觀賞動機轉軸後之因素負荷.....	41
表 3-3	運動實體環境品質量表項目分析摘要表.....	43
表 3-4	運動實體環境品質轉軸後之因素負荷.....	45
表 4-1	觀眾個人資料分析表.....	61
表 4-2	觀賞動機之描述性統計表.....	64
表 4-3	觀賞動機之萃取因素與信度摘要表.....	69
表 4-4	觀賞動機因素華德法集群凝聚順序表.....	71
表 4-5	觀賞動機集群分析及單因子變異數分析.....	73
表 4-6	不同動機集群之人口特性比較.....	75
表 4-7	觀賞動機假說研究檢定.....	76
表 4-8	運動實體環境之描述性統計表.....	78
表 4-9	運動實體環境轉軸後之因素分析與信度摘要表.....	81
表 4-10	運動實體環境因素華德法集群凝聚順序表.....	82
表 4-11	運動實體環境品質集群分析及單因子變異數分析.....	83
表 4-12	不同運動實體環境品質集群之人口特性比較.....	85
表 4-13	觀賞動機假說研究檢定.....	86
表 4-14	滿意度之平均數與標準差.....	87
表 4-15	觀賞動機與滿意度之單因子變異數分析.....	88
表 4-16	運動實體環境品質與滿意度之單因子變異數分析.....	89
表 4-17	滿意度假說研究檢定結果.....	90
表 4-18	變數項目與平均數.....	91
表 4-19	on-site 波松模型之參數估計.....	95

表 4-20	各模型總遊憩效益與平均每人消費者剩餘.....	96
表 4-21	遊憩效益研究假說檢定結果.....	96

## 圖目錄

圖 1-1	研究流程圖 .....	8
圖 3-1	研究架構.....	31
圖 3-2	量表建構流程圖.....	37
圖 3-3	社會價值來源與測量方法.....	50

# 第壹章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

自 2001 年起實施周休二日後，臺灣民眾對於身心健康的概念提升，利用工作之餘參與休閒活動之風氣興盛，藉以舒緩疲勞壓力，另一方面也增進朋友間或與家庭的相處時間。依據行政院體育委員會 2008 年我國民眾運動參與調查結果，最近三個月內到現場觀賞運動比賽佔有 5.1%，2009 年國人旅遊狀況調查結果，平均每人國內旅遊次數為 4.85 次，較 2008 年增加 0.04 次，其中旅遊目的為「健身運動度假」者佔有 5.4%，且根據中華職棒大聯盟官方數據表示，2009 年現場觀賞職棒平均人數為 3,743 人，較 2008 年平均觀賞人次增加 1,821 人，由以上資料顯示觀賞體育賽事成為近年來民眾參與休閒活動的選擇。

棒球在臺灣被視為「國球」，職業棒球是國內發展最早最悠久的職業運動，也是國人最喜歡的運動之一。本研究所要探討的賽事為洲際盃棒球錦標賽(baseball Intercontinental Cup)，由國際棒球總會(International Baseball Federation, IBAF)主辦，1973 年首屆洲際盃於義大利舉辦，中華民國雖是創始國之一，但其間也多次因故未參賽，1977 年至 1981 年間，我國因為奧會會籍問題，中斷參加世界各項成棒賽，直到 1982 年中華成棒隊以「中華台北」的名稱重返國際棒壇，這個問題才獲得改善。最近一次缺席是在 1997 年的西班牙洲際盃，國內棒球界當時曾分析，可能與中華隊連續兩屆未獲得奧運參賽權有關，中華隊的實力受到質疑，因此不被

主辦單位重視。1999年澳洲主辦時，臺灣終於重返洲際盃舞台，2002年在古巴舉行的洲際盃，中華隊首度有職棒球員助陣，獲得第四名。2006年洲際盃棒球錦標賽由臺灣承辦，原先已有的台中棒球場過於老舊，於是興建一座符合國際標準的新球場，且命名為「臺中市洲際棒球場」。2008年因為舉行奧運而停辦一次的洲際盃，2010年再度由臺灣承辦，這也是洲際盃賽史上首度由同一國家連續主辦二屆賽事。本次比賽場地除了專屬的「洲際棒球場」外，也將具備國際標準之斗六棒球場列為比賽場地。

2010年第十七屆洲際盃棒球賽(2010 XVII IBAF Intercontinental Cup)，於10月23日至31日在臺灣臺中市和雲林縣舉行，除地主國中華隊外，參加的隊伍有古巴、香港、日本、韓國、荷蘭、泰國、尼加拉瓜、義大利、捷克等隊，共有十支球隊參賽。國際棒球比賽在國內舉行總是能帶動全國棒球熱，尤其是中華隊出戰的賽事，總能吸引爆滿全場的觀眾前往觀賞。同時，本研究也探討洲際盃現場觀眾的觀賞動機，由於動機是特殊的心理特質(情緒和慾望)，會影響觀眾的消費狀態；不同的動機影響觀眾的消費行為，包含參與運動賽會(Mahony, Nakazawa, Funk, James, & Gladden, 2002)。所以，了解影響消費者動機的重要性，有利於發展有效的行銷策略(Shank, 2002)。

棒球運動觀賞者的消費行為，受到球場交通、位置便利性、內部動線、室內外設計、座位舒適度、空間設計的容納度等因素，還有球賽對戰組合、內容的精彩度、賽事的時間、喜愛的球員是否上場比賽等等，這些將影響觀眾對於賽事的

滿意度，以及往後相關賽事的消費行為。Melnick 從社會心理學的角度提出運動觀賞理論，認為球場設計、飲食服務品質和球迷之間的關係會影響觀眾到球場的整體消費經驗（林樹旺、林士彥和張良漢，2006）。

過去國外許多研究針對運動實體環境品質檢驗觀眾觀賞比賽的體驗是否受到環境品質的影響。(Lambrecht, Kaefer, & Ramenofsk, 2009 ; Wakefield, Blodgett, & Sloan, 1996 ; Wakefield & Sloan, 1995)。棒球場是提供棒球員展現球技的場所，職業球賽或是國際賽事想要呈現一場完美賽事讓球迷感到滿意，除了球員本身技巧、標準場地外，良好的實體設施品質也是影響觀眾滿意度的重要因素。棒球場地所提供的設施及服務品質的優劣就將可能影響到觀眾球迷的消費經驗，甚至是下次到球場觀賞的意願，這也直接的影響到票房的收入，所以如何提高服務品質一直是職棒經營者所關切的（高俊雄、溫景財，1998）。Wakefield et al. (1996) 曾提及職業運動球隊擁有人越來越知道需要合適的設備，能夠使觀眾對球賽的滿意度最大化。

所以了解觀眾觀賞棒球比賽的動機因素，有助於預測未來的消費行為，並針對不同的動機制定出有效的行銷策略，而了解賽事的環境品質，可以改善環境缺失將能提升滿意度，以利增加消費次數，進而增加觀眾的效益，不僅滿足觀眾需求，也達成組織獲利目標的雙贏局面。以往在賽會效益的探討上，大多採納有形商品的價值估計，而忽略觀眾遊憩無形的效益，故本研究藉由非市場財的研究方法估計比較不同觀眾集群的遊憩效益與滿意度，評估運動賽會之整體效益。

## 第二節 研究目的

一般對於運動賽會的研究都著重於服務品質滿意度、贊助商效益或識別度或參與者動機等，極少探討運動賽會現場實體環境品質，以及參與賽會的遊憩效益估計。尤其2009年國內職棒歷經簽賭風波與負面消息頻傳後，首次於國內舉辦國際的棒球賽事，是否能如同2008年奧運資格賽吸引上萬滿場的觀眾則有待考驗。於是本研究以進場觀眾為對象，探討其觀賞洲際盃賽事的動機因素、棒球場之實體環境設施是否滿足觀眾需求與滿意度，以及估計觀眾實質的遊憩效益。以上研究結果將能提供相關單位或組織未來改善與決策之參考。

本研究目的為以下幾點：

- 一、調查洲際盃棒球賽現場觀眾之觀賞動機、運動實體環境品質之感知與滿意度。
- 二、對不同觀眾動機與環境知覺進行市場區隔，同時比較其滿意度的差異。
- 三、估計洲際盃棒球賽現場觀眾之遊憩效益。

### 第三節 研究問題

本研究依據研究目的列出以下幾項研究問題：

- 一、不同人口統計變項在觀賞動機集群上是否有顯著差異？
- 二、不同人口統計變項在運動實體環境品質感知之集群是否有顯著差異？
- 三、不同觀賞動機集群在滿意度上是否有顯著差異？
- 四、不同運動實體環境品質感知之集群在滿意度上是否有顯著差異？
- 五、不同觀賞動機對遊憩效益是否有顯著影響？
- 六、不同運動實體環境品質感知對遊憩效益是否有顯著影響？
- 七、滿意度與遊憩效益是否有顯著影響？

#### 第四節 研究範圍與流程

本研究以 2010 年洲際盃棒球錦標賽現場觀眾為研究對象，採用便利抽樣且選擇洲際棒球場之場次作為問卷調查之範圍。研究內容以棒球場實體環境品質為探討主體，周遭條件(氣氛、空氣品質、噪音、氣味)不列入探討範圍，因為這些因素並非球場管理者能夠掌控，特別像是棒球場這樣的開放空間；服務品質的部分(例如飲食服務、場館人員)亦不在研究範圍內，原因在於這些部分不屬於人造環境 (Wakefield et al., 1996)。

研究流程分為以下幾項：

- 一、擬定研究主題與方向：確立本研究題目、研究背景、動機、目的與問題，作為研究目標。
- 二、選擇研究對象和範圍：選定研究對象與確立研究範圍。
- 三、文獻探討與整理：根據研究主題與範圍，參閱國內外棒球相關研究、運動觀賞動機、運動實體環境、滿意度與遊憩效益評估方法，了解國內外學者之研究，以做為文獻探討之依據。
- 四、研究方法之探討與確立：參考文獻確立最適合之研究方法。
- 五、建立研究假設：依據研究問題發展出研究假設與架構。
- 六、問卷設計：本研究施測對象為 2010 洲際盃棒球賽之入場觀眾。研究問卷依據研究架構、文獻探討與專家意見修正後整理完成。
- 七、發放問卷預試與修改：預試對象為洲際盃棒球賽之現場觀眾。預試問卷做完統計與分析後，去除不必要之題項並修改有問題之題項，完成正式問卷。

- 八、發放正式問卷：於 2010 洲際盃棒球賽之洲際棒球場現場發放。
- 九、資料統計分析：進行問卷回收與篩選工作，區分出有效或無效問卷，再將整理後之問卷進行編碼並且輸入電腦，以統計軟體進行量化資料的分析。
- 十、研究結果、討論與建議：針對資料統計整合分析結果作出解釋，並與本研究之假設進行比對，以確認本次研究結果與假設是否相符合。除了本研究之結果與討論外，並提出本研究之研究限制及未來相關研究之建議。

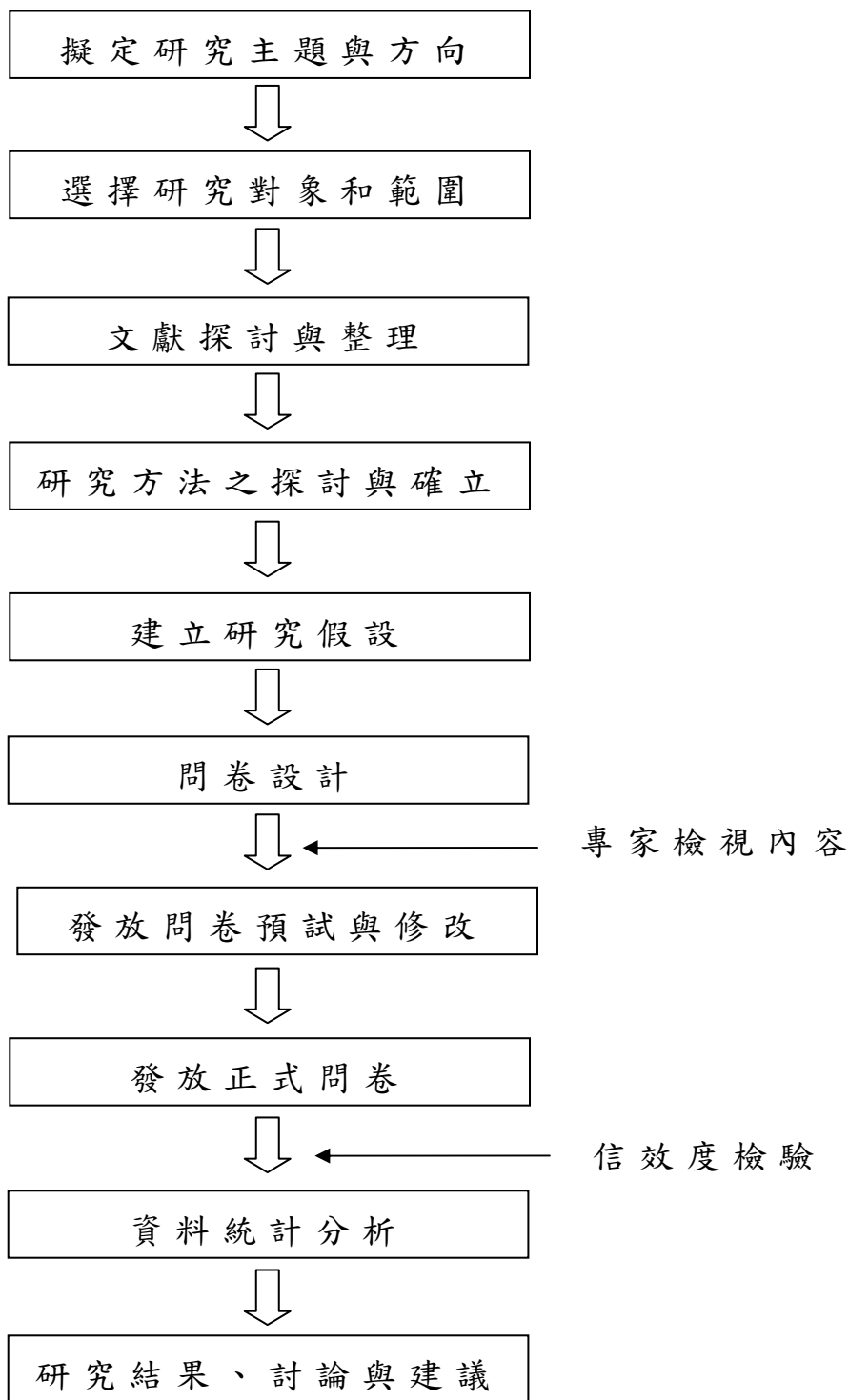


圖 1-1 研究流程圖

## 第五節 名詞解釋

### 一、洲際盃棒球錦標賽 (Baseball Intercontinental Cup)

洲際盃棒球錦標賽是由國際棒球總會 (IBAF) 所主辦，目前二至四年一屆，並與世界盃輪流舉辦。1973 年第一屆洲際盃在義大利首度舉辦，臺灣當時就是創始會員國之一。其間也多次因故未參賽，直到 1982 年中華成棒隊以「中華台北」的名稱重返國際棒壇，這個問題才獲得改善。1999 年澳洲主辦時，臺灣終於重返洲際盃舞台，2002 年在古巴舉行的洲際盃，中華隊首度有職棒球員助陣，獲得第四名。2006 年的第十六屆，則由臺灣主辦，這也是台灣繼 2001 年的世界盃之後，再度主辦國際正式成棒大賽。2008 年因舉辦奧運而停辦一次，2010 年再次由臺灣主辦，賽事日期為 10 月 23 日至 10 月 31 日，而本次賽事為最後一次舉辦。

### 二、觀賞動機 (motivation)

動機之於目的皆是想要需求獲得滿足，所以動機具有特殊的心理特徵 (情緒和渴望) 會影響觀眾的消費 (Mahony et al., 2002)，而且不同的動機會影響消費者行為，包含參與運動賽會 (Hansen & Gauthier, 1989; James & Ross, 2002; Mahony et al., 2002; Wann, 1995)。本研究以觀賞洲際盃棒球賽為題，探討進場觀眾之觀賞動機因素。

### 三、運動實體環境品質感知 (perception of sportscape quality)

環境係指圍繞於人們身邊的一切事務，於本研究中係指

2010年洲際盃棒球賽現場之實體環境品質，包括洗手間的清潔度、座椅間隔是否舒適、走道動線是否通暢、球場的設計和功能性、出入口的設計和佈置、停車場位置與大眾運輸交通之便利性。

#### 四、滿意度(satisfaction)

消費者滿意度是運動產業中的關鍵，所以運動組織需要著重於了解消費者的需求和欲望，同時達成組織的目標(Lambrecht et al., 2009)。棒球比賽的觀眾即是消費者，透過觀眾對於賽會各方面的滿意程度，可用來檢視賽會舉辦的品質。本研究主要探討觀眾參與洲際盃棒球賽之滿意程度。

#### 五、遊憩效益(recreation benefits)

效益為消費者從事活動時，使用資源的過程中，獲得需求上的滿足。遊憩效益即指遊客對於本身從事某一遊憩活動中，其所期望該遊憩活動中追求之效益(Driver, Brown, & Peterson, 1991)。本研究以消費者剩餘做為衡量觀眾參與洲際盃棒球賽效益的指標。

## 第貳章 文獻探討

本章共分為五小節，第一節探討觀眾的觀賞動機；第二節敘述實體環境感知，實體環境以服務實體環境與運動實體環境分述；第三節為滿意度；第四節為解釋遊憩效益的意義與估計方法；第五節以觀賞動機、運動實體環境與觀眾滿意度之間的關聯作為探討。

### 第一節 觀賞動機

本節分為三部分：第一部分描述動機的概念，第二部分為觀賞動機之相關研究，第三部分為小結。

#### 一、動機的概念

動機一詞源自拉丁文 *movere*，是人類行為的原動力，具有促動個人進行某項活動之涵義。動機是一種促使人們採取行動的動力，以滿足某種需求的行為表現（林靈宏，1994；黃俊英，2001；蔡瑞宇，1996）。因此動機是一種狀態，人們會在此狀態下針對期望目標做出適當的因應（Hanna & Wozniak, 2001）。

Maslow(1970)著名的需求理論中提到動機是有層次，依序為生理需求、安全需求、社會需求、自尊需求與自我實現的需求。動機之於目的皆是想要需求獲得滿足，Trail, Anderson, and Fink(2000)指出多數假設的動機皆是基於社交與心理的需求。所以動機具有特殊的心理特徵（情緒和渴望）會影響觀眾的消費（Mahony et al., 2002），而且不同的動機會影響消費者行為，包含參與運動賽會（Hansen & Gauthier, 1989; James & Ross, 2002; Mahony et al., 2002; Wann,

1995)。

然而觀眾透過觀賞或是參與運動賽事當作休閒活動的原因不盡相同，為滿足觀眾的需求，所以許多學者發展出關於運動消費者的動機量表，來檢測觀眾或是消費者參與運動賽事的動機因素(Funk, Mahony, & Ridinger, 2002; Kahle, Kambara, & Rose, 1996; Milne & McDonald, 1999; Sloan, 1989; Trail & James, 2001; Wann, 1995)。

## 二、觀賞動機之相關研究

最常被廣泛使用的運動動機的量表之一為Wann(1995)提出的運動迷動機量表(Sport Fan Motivation Scale, SFMS)，包含8項構面：良性壓力(eustress)、自尊(self-esteem)、逃避(escape)、娛樂(entertainment)、經濟(economic)、美感(aesthetic)、加入群眾(group affiliation)和家庭(family)。Trail and James(2001)以SFMS和Milne & McDonald(1999)提出的運動消費者(Motivations of the Sport Consumer, MSC)兩個量表為基礎，進一步發展出運動消費者動機量表(Motivation Scale for Sport Consumption, MSSC)，不同於Wann的動機構面為：成就(achievement)、知識(knowledge)、戲劇性(drama)、身體的吸引力(physical attraction)、身體的技巧(physical skills)、社交(social)。Funk, Mahony, Nakazawa, and Hiragawa(2001)運動興趣調查量表(Sport Interest Inventory)，異於SFMS與MSSC之動機構面為對運動的興趣(Sport Interest)、替代成就(vicarious achievement)、對球隊的興趣(team interest)、支持女性運動機會(supporting women's opportunity in sport)、社會化

(socialization) 、國家榮耀 (national pride) 、對球員的興趣 (player interest) 。

以上這三種量表有些相似之處，因為這些量表的發展基礎都來自運動社會學和其他量表 (Kim, Greenwell, Andrew, Lee, & Mahony, 2008) ，美感、家庭、社交、替代成就與戲劇性這五項動機項目皆被這三量表列為動機因素，僅是名稱上有些標識不同。社會化因素在 SFMS 量表被定義為「加入群體」，MSSC 中則命名為「社會互動」，SII 稱為「社交機會」；SFMS 當中的「良性壓力」和「自尊」在其他兩種量表則命名為「戲劇性」與「替代成就」(Funk et al., 2001) 。三種量表之比較詳見表 2-1 所示。

表 2-1 動機量表之因素比較

動機量表	Wan(1995)	Trail and	Funk et al.
動機因素	SFMS	James (2001)	(2001)
		MSSC	SII
相同動機因素	美感、家庭、社會互動(加入群體/社會化)、替代成就(成就/自尊)與戲劇性(良性壓力)		
其他動機因素	逃避、娛樂、經濟	知識、逃避、身體的吸引力、身體的技巧、	對運動的興趣、對球隊的興趣、支持女性運動機會、國家榮耀、對球員的興趣

本研究整理

綜合 Wann (1995), Trail and James (2001)及 Funk et al. (2001)以上研究運動觀賞之動機，本研究針對洲際盃棒球錦標賽特性所歸納之動機因素為：（一）替代成就（二）逃避（三）娛樂（四）戲劇性（五）審美觀（六）社會互動（七）家庭（八）國家榮耀。

#### （一）替代成就(vicarious achievement)

替代成就於棒球場上代表著球員表現的好壞，如同個人的成敗一般。有些觀眾渴望藉由觀賞運動賽事來增加自尊心(Branscombe & Wann, 1991, 1994；Gantz, 1981；Sloan, 1989)，視喜愛的球隊或是球員的獲勝如同自己達成目標一樣。Rosenberg(1979)認為自尊為一種長期穩定的個人特質，因此在心理學中，常以「自尊」作為探討個別差異的因素。替代成就的動機與增加自尊心類似，本研究則歸類於「替代成就」。

#### （二）逃避(escape)

當觀眾遭遇生活上或是事業上的挫折，想要遠離或者暫時遺忘所遇到的困難，而產生了逃避動機(Lever & Wheeler, 1984；Sloan, 1989；Smith, 1988)。觀賞運動賽事能在短暫的時間內轉移注意力，拋開擾人的思緒而獲得壓力的舒緩。

#### （三）娛樂(entertainment)

觀賞運動賽事已如同看電影、看電視和聽音樂這般的休閒活動，一般可以從棒球比賽中獲得娛樂價值(Gantz, 1981；Gantz & Wenner, 1995；Sloan, 1989；Zillmann, Bryant, & Sapolsky, 1989)，而成為觀賞運動的因素之一。

#### （四）戲劇性(drama)

棒球比賽的不確定性除了是吸引觀眾想要觀看的動機之

外，戲劇性且難以掌握的比賽過程更會引起觀眾有所謂的良性壓力 (eustress) (Branscombe & Wann, 1994; Gantz & Wenner, 1995; Sloan, 1989; Wenner & Gantz, 1989)，這是一種正面的壓力，具有獨特的刺激和激勵 (Wann, Schrader, & Wilson, 1999)。良性壓力經常發生在運動觀賞的過程中，比賽所帶來的興奮感與焦慮感，對於支持球隊或是球員的一種心理情緒反應。本研究將良性壓力和刺激因素歸於棒球比賽具有「戲劇性」。

#### (五) 美感 (aesthetic)

觀眾從觀賞棒球賽事中獲得對於棒球的審美觀 (Duncan, 1983; Guttman, 1986; Sloan, 1989; Smith, 1988)，透過球技的展現進一步欣賞棒球的美感和優雅。

#### (六) 社會互動 (social interaction)

社會互動的需求反映觀眾想要和其他人一起觀賞賽事，希望在過程中與支持同一球隊的球迷或朋友有互動，一起為支持的球員、球隊加油吶喊，並且從群體當中得到歸屬感 (Wann, 1995)。

#### (七) 家庭 (family)

觀眾想要花時間陪同家人一起分享觀賞棒球的樂趣，以及藉此增加家人間的互動與支持同一球隊的加油過程 (Gantz, 1981; Gantz & Wenner, 1995; Guttman, 1986; Wenner & Gantz, 1989; Wann, Schrader & Wilson, 1999)。

#### (八) 國家榮耀 (national pride)

當觀眾成為某球隊的支持者，希望能夠和其他支持同一球隊的球迷分享經驗，甚至擴大到一間大學、社會或整個國家 (Wann, Schrader & Wilson, 1999)。基於民族主義所產生對

國家的意識，球員表現攸關國家的形象與榮耀(Funk et al., 2001)。

### 三、小結

由以上研究發現動機可用來了解觀眾想要參與賽事之目的，以及想要獲得滿足的因素。藉由球員或是球隊獲得的成績來滿足個人所不能達成之替代成就；透過觀賞賽事轉移注意力，暫時逃離生活中遭遇的麻煩，享受球賽所帶來的娛樂價值，並且從球賽緊張刺激的過程，看到球員展現球技的美感，與家人朋友一同支持國家代表隊。本研究也透過不同人口統計變項，包含年齡、性別、學歷、職業、收入等，可以區分各變項間的動機差異且分出集群。

## 第二節 實體環境感知

本節包含四個部分：第一部分為環境與行為，論述環境的意義與影響人們活動的行為；第二部分為服務實體環境，闡述Bitner提出的服務實體環境主張；第三部分為運動實體環境，以運動設施之實體環境相關研究探討；第四部份為小結。

### 一、環境與行為

環境是針對某一特定主題或中心，離開了此主體或中心也就無所謂環境，因此環境只具有相對的意義。在環境科學中，一般以人類為主體，環境是指圍繞人群的空間以及其可以直接或間接影響人類生活和發展的各種因素的總體。環境又可區分為自然環境與人造環境，如Bitner探討服務實體環境對顧客與員工之影響時，將實體環境視為人造環境的一種。

Mehrabian and Russel (1974) 將個人對於環境的行為反應，區分為趨近(approach)和規避(avoidance)兩大類。趨近行為係針對某一特定環境的所有正向行為，例如想要在該環境中停留(stay)、探索(explore)、工作或者是加入成為其中的一份子。而規避行為則恰好相反，是針對某一特定環境的所有負向行為，例如不想在該環境中停留、探索、工作、或者是不願意成為其中的一份子。

商業方面的研究已確立實體環境深遠影響消費者行為，且能夠建立形象於旅館、餐廳和銀行產業中(Baker, Berry, & Parasuraman, 1988; Booms & Bitner, 1982)。實體環境係指消費者活動與行為周遭的實體空間環境，而本研究所探討的實

體空間乃棒球場環境，包含地理位置、空間設計與佈置、商品陳列擺設等。探討環境品質時，實體環境之優劣影響觀眾停留時間及其可能消費的次數。

本文將實體環境對消費者之影響，分為服務實體環境與運動實體環境。並以Bitner的服務實體環境為基礎，延伸至運動場館之實體環境做探討。

## 二、服務實體環境

Bitner (1992)服務實體環境如同一建造的環境(built environment)，包含三項主要的構面：周遭條件、空間佈置與功能、標誌與記號和手工藝品，而服務提供者所提供的這三項因素會影響消費者的感知、認知、情感和欲求的反應。從設施規劃管理的觀點來看，空間佈置與功能、標誌與記號和手工藝品兩大因素可以結合視為室內設計。Bitner表示空間的設計和功能與座位、席座間的通道擁擠程度、玄關、走道、餐飲服務路線、休息室以及出入口的設計和安排等休閒服務設置有關。設計和功能性因素在許多休閒服務裡是重要的，因為它們影響消費者的舒適度。Brauer (1992)指出室內佈置與設計涵蓋佈置規劃、家具與設備陳設、裝飾準則(顏色、材質和油漆)與室內設計。除了室內設計的部分外，停車場的設計與位置和建築物的美觀也是必須注意的部分。

Bitner也提到設施本身或是服務實體環境，可能有效的影響消費者服務經驗上的滿意度，因此設施或服務實體品質扮演重要的角色，決定消費者將來是否願意再購買服務。Baker (1986)指出透過有形 cues(如實體環境)大大的影響服務消費者。由她建立的實體環境框架將環境因素分類成周遭

環境、環境設計和社會因素。Bitner 發展出和 Baker 類似的框架類型，服務實體環境包含周遭條件、空間布置和功能性、設計、象徵與人工製品。

### 三、運動實體環境

當觀眾參與運動賽事，場館環境扮演顯著的決定性角色，決定觀眾享受體驗的程度。Wakefield et al. (1996) 提出職業運動球隊擁有人越來越知道合適的設備需求，能夠使觀眾對球賽的滿意度最大化。棒球場如同一個服務實體環境，同樣具備周遭環境、室內外設計、空間佈置與其功能性和標誌裝置等，基於 Bitner 提出的服務實體環境組成因素，運用在運動場館設施上稱為 sportscape(運動實體環境) (Wakefield & Sloan, 1995)。

Wakefield and Sloan (1995) 研究影響觀眾的球隊忠誠度與選擇場館的參與因素，以停車場、清潔度、擁擠、球迷控制、食品服務作為場館因素進行探討與研究，結果闡明場館周遭扮演重要的角色決定觀眾參與意向。Wakefield et al. (1996) 提出 7 項運動實體環境因素：場館的親近性、設施美觀、計分板品質、座位舒適度、設計佈置的親近性、區域配置和指示牌，研究結果發現運動實體環境因素中，影響觀眾愉悅感最顯著的為觀眾是否有擁擠或是狹窄的感受，乃由於通道和空間受到限制而導致。

其他運動項目的運動實體環境相關研究，Lambrecht et al. (2009) 以職業高爾夫球錦標賽探討運動實體環境影響觀眾參與和滿意度，提出 8 項實體環境因素：停車場、路線的易達性、販賣區、座位、商品、擁擠控制、洗手間、工作人員 /

志工的協助。

依據 Wakefield 於 1995 及 1996 年的研究為基礎，並參考 Lambrecht et al. (2009) 之研究，本文針對棒球場的實體環境進行環境品質的檢測，包含球場內外部的空間設計與規劃，觀眾對於棒球場實體環境品質的感知作以下探討：

#### (一) 停車場 (parking)

多數的觀眾不想花費過多的時間尋找停車位，或是從停車的地點經過很遠的距離到達球場，還有一項重要的是比賽結束後能否順利的回到停車地點。一個設計良好的停車場必須提供多個便利的出入口以分散車流，如果場地不寬敞或是使觀眾感到辛苦的，這些因素將影響觀眾的情緒，甚至使得觀眾提早離開球場或是未來避免進到球場 (Wakefield et al., 1996)。所以如果球場周遭提供便利且足夠的停車場，將會讓自行開車的觀眾擁有良好的愉悅感，也能提升觀眾對場館與賽會的滿意度。

#### (二) 審美觀 (aesthetic)

球場的室內外設計和裝飾能夠表現出藝術的設計功能，使得球場更具吸引力。未上漆的灰色混凝土外牆和單調顏色的座位與台階，比顏色明亮的相對地減低了吸引力 (Tom, Barnett, Lew, & Selmants, 1987)。若球場能擺放多元的招牌和背板，展示球隊奪冠成績、退休球員看板之類的，或許能夠增加球場的吸引力。

#### (三) 座位舒適度 (seating comfort)

Wakefield et al. (1996) 從管理的文獻中發現，提供適當且舒適的座位之所以重要是因為能增加員工的效率和滿意度。可以預期的是座位的舒適度對於球迷來說也有類似的影

響，球場裡的座位舒適可能會延長球迷待在球場的時間，同時也可能提升消費的次數。

#### (四)空間易達性(售票處、出入口、走道、座位、洗手間、販賣區)(layout accessibility)

球場有效的空間設計能夠幫助球迷輕易的抵達任何他想要的目的地，例如座位、販賣區、出入口、洗手間等地方。球場無效率的空間設計會導致觀眾感到座位的伸展空間和任何想到的地點受到侷限和擁擠 (Wakefield et al., 1996)。進到球場之前，現場買票的觀眾首先會到售票處購票，假若動線設計不適當，或是未能有效管理，除了容易有插隊糾紛外，也會影響其他觀眾的行進路線。出入口的便利性會影響觀眾待在球場的觀感，如果出入口離座位距離很遠，或是數量不及應付大量觀眾，可能迫使觀眾在球賽還未結束之前提前離開球場，減少願意待在球場的時間 (Wakefield & Sloan, 1995; Wakefield et al., 1996; Lambrecht et al., 2009)。走道的寬敞度會影響觀眾到達自己座位的便利性，一排座位數如果太多，不僅讓觀眾可能需要走較遠的距離，亦可能讓座位在中間的觀眾需要穿越許多人的座位才能抵達自己的位置，也會影響觀眾想要前往的目的地的慾望(如洗手間和販賣區等)。

#### (五)擁擠知覺(perceived crowding)

當觀眾對於球場有擁擠感，便表示他們沒有足夠的個人空間。擁擠的感受來自球場中各個空間設計的缺點，從上述探討的停車場、座位、售票處、出入口、走道、洗手間、販賣區等地點，假若空間不足或是不能夠滿足觀眾術的需求，便會引起觀眾的擁擠感。例如座位的各面向都應該有適當的

空間，讓觀眾能稍做伸展和活動，如果與鄰座觀眾太接近，或是稍有動作就會碰到其他人，都會引起觀眾擁擠的不舒適感。另外，停車場、售票處、洗手間和販賣區的空間如果不足，除了讓觀眾覺得缺乏便利性，也會影響觀眾的情緒與擁擠知覺 (Wakefield & Sloan, 1995; Lambrecht et al. 2009)。

#### (六)大螢幕與計分板品質(scoreboard quality)

大螢幕與計分板的科技日新月異，現今台灣的球場多半以電腦控制為主，大螢幕能夠展示的非常多的效果，除了提供比賽訊息、球員資訊等宣傳，也能提供娛樂性的影音效果，包含精采重播、動畫廣告和體育消息等(Wakefield et al., 1996)。計分板雖然僅是數據的統計，讓觀眾能夠掌握比賽實況，大螢幕的特效對於球賽是加分的作用。比如球員擊出全壘打，大螢幕不僅能提供音效，更能有動畫予以輔助，使得球賽更生動有趣，增加民眾體驗球賽的感知。

#### (七)指標(signage)

棒球場的範圍向來廣大，需要明確的指標幫助觀眾指引正確的目的地，讓觀眾能夠容易的到達所想要抵達之處，提高對於球場設計的感知(Wakefield et al., 1996)。指標也能提供美化空間的作用，一方面指引方向，另一方面運用巧思也能讓球場更添風采。

#### (八)清潔度(clean)

清潔度是場館服務層級的首要職務，但也可能受到場館本身的設計與年齡影響。如果地板使用磁磚的材質，是比較難做清潔的；老舊的場館可能因為管線或是累積的污垢難以去除，以致於難以保持清潔。另外，當洗手間充滿垃圾、擁擠感及地板相當潮濕時，觀眾使用設施可會有危險，也會影

響觀眾的滿意度(Wakefield & Sloan, 1995)。場館也需要備有足夠的垃圾桶，並且視情況隨時做整理，將能提高觀眾對場館清潔的滿意度(Lambrecht et al., 2009)。

#### 四、小結

綜合以上文獻，棒球場之實體環境品質，包含球場本身設施，球場建築、座位、通道和出入口之設計，以及周遭環境，如停車場、地理位置等，皆可列為探究其環境品質之項目，藉由以上敘述之構面作為了解觀眾對於運動實體環境的意見與看法，有別於多數研究將場館實體設施列入服務品質的部分作為探討。

### 第三節 滿意度

本節分為三個部分：第一部分為滿意度的定義；第二部分為滿意度的衡量方式；第三部分為本節之小結。

#### 一、滿意度的定義

Baker and Crompton (2000) 認為顧客滿意度是遊客個人經歷活動後的真實經驗，於個人與目的地體驗後所產生的心裡感覺與情感狀況。在商業術語中，客戶滿意度用來衡量一家公司提供的產品和服務滿足或超越客戶的期待。以服務為導向的企業組織想要維持競爭力，必須重視消費者的滿意度；對消費者而言，滿意程度是對於產品的獲得或是消費體驗中的驚喜做出的評價 (Oliver, 1981)，消費者在購買之後，評估購買前的期望值與購買後實際的認知產生的差距之反應 (Churchill & Suprenant, 1982；Dovidow & Uttal, 1989)，同時比較購買前後獲得滿足的一致性 (Engel、Blackwell & Miniard, 1995)，視為個人對所購買產品的整體態度 (Solomon, 1991)。

本研究認為滿意度乃是觀眾參與洲際盃棒球賽後，對於賽事和球場設施體驗結果之期望比較，當獲得滿足感的一致性越高，則滿意度也越高。

#### 二、滿意度的衡量方式

對於滿意度的衡量上，經過許多專家學者的探討，有些學者認為滿意度是一種整體的、概括性的現象，而採取單一項目的評量方式，如「整體滿意度」衡量 (Day, 1988)，亦有

些學者根據產品不同屬性進行滿意度的彙整，如「分項滿意度」(Oliver, 1980)。

而在尺度衡量上，分為單一項目尺度和多元項目尺度(multiple-item scale)，一般研究中最常採用李克特尺度(Likert Scale)。李克特尺度要求受訪者在和個人態度或標的有關的各種描述句中，表示同意或不同意的程度，也被稱為總和尺度(summated scale)，因為這些個別項目的分數會被加總起來產生了受訪者總分數。李克特尺度通常包括兩個部分，其一是選項部分，其二是評估部分。選項部分主要是有關某一產品、事件或是態度的描述；評估部分則是一份回應選項的表單，其範圍由「非常同意」到「非常不同意」。這種衡量方法的重要假設是，每一個選項（敘述）是在衡量單一共同因素的一些觀點，否則各個選項就不能正當地進行加總；換句話說，結果的尺度是單向的（林隆儀、黃榮吉、王俊人譯，2005）。李克特尺度能比較態度的等級，不能衡量態度間的差異，是一種順序尺度（黃俊英，2000）。

### 三、小結

消費者滿意度是運動產業中的關鍵，所以運動組織需要著重於了解消費者的需求和欲望，同時達成組織的目標(Lambrecht et al., 2009)。棒球比賽的觀眾即是消費者，透過觀眾對於賽會各方面的滿意程度，可用來檢視賽會舉辦的品質。本研究以李克特 5 點量表衡量觀眾參與洲際盃棒球賽之滿意程度，分為賽程規劃、球場設施、賽事舉辦之成果、參與賽事之花費感到值得、對於賽事整體上的滿意度等項目進行滿意度評估。

## 第四節 遊憩效益評估

### 一、遊憩效益

遊憩(recreation)源於拉丁文 *recreatio*，意謂恢復或復元，亦意謂在工作之餘，藉遊憩活動來擺脫工作的疲乏、壓力，而使人恢復活動與活力，以獲得生理、心理上滿意之體驗。林晏州(1984)分析遊憩的內涵與概念包括：遊憩乃是一種目標導向的行為，其目的在滿足遊憩者個人實質、社會、及心理的需要，參與發生於無義務時間，或所謂休閒時間，必須為遊憩者個人自由選擇的一種活動或體驗。

Driver et al. (1991) 對效益之定義是：使用者個人或是社會群體在使用資源的過程中，獲得需求上的滿足，或是使用者因為該項遊憩行為而獲得改善現況的結果，均可視為效益的獲得。所謂遊憩效益即指遊客對於本身從事某一遊憩活動中，其所期望該遊憩活動中追求之效益(benefits)稱之。本研究將參與 2010 洲際盃棒球賽視同一遊憩活動，並進行觀眾參與賽事的遊憩效益之估計。

### 二、遊憩效益之相關研究

遊憩效益通常應用在戶外遊憩的研究上，鄭蕙燕、張偉祐、林政德(2002)研究台南四草野生保護動物區的遊憩效益，結果顯示一般旅遊成本模型每位遊客的消費者剩餘為 320.9 元，加入時間成本的工資率模型時，消費者剩餘則為 331.6 元，固定工時的就業狀態模型消費者剩餘為 218.1 元，而彈性工時的就業狀態模型消費者剩餘為 1,212.2 元。陳麗琴、汪大雄、黃進睦、林國銓(2002)以旅遊成本法，建立福

山植物園旅客遊憩之需求函數，並依消費者剩餘理論，估算福山植物園遊憩之經濟效益。評估結果顯示平均之遊憩經濟效益為每人每年 409 元，若以 1999 年入園人數總計為 55,820 人，則福山植物園該年總遊憩之經濟效益為 22,830,000 元。黃錦煌、蕭柏勳、葉純菊(2006)於台灣咖啡節遊憩效益評估之研究中，結果顯示在 on-site POIS 模型旅遊成本平均每位遊客到台灣咖啡節的旅遊成本為 1,172 元，替代地點旅遊成本為 1,196 元。由以上研究休閒遊憩活動透過非市場財的方法估計，顯示能夠創造豐厚的遊憩效益。

根據行政院主計處 2008 年的統計資料，我國觀光收入總金額為 2,650 億 2,315 萬元，占國內生產毛額(GDP)2.1%，而國際大型運動賽事皆能吸引眾多觀眾，增加主辦國的觀光收入。楊奕璋(2008)研究 2007-2008 球季超級籃球聯賽於新莊體育館舉辦之經濟效益評估，以條件評估法迴歸模型推估出之每人每次的遊憩效益為 869.63 元，經濟效益為 67,409,420 元，以旅遊成本法推估出之每人每次的遊憩效益為 1,582.30 元，經濟效益為 122,652,003 元，以投入產出法評估 SBL 於新莊體育館舉辦例行賽之產出效果為 59,073,483 元，所得效果為 19,173,468 元。在國外的研究方面，Loomis(2005)估計科羅拉多州的健走活動之消費者剩餘為 39 美元。另外有研究使用旅遊成本法估計科羅拉多州高爾夫球場的消費者剩餘為 18.44 美元，且每年高爾夫球員創造了 143.8 百萬美元的淨經濟值；在高山滑雪活動上需要購買覽車票，它類似高爾夫球場需要支付果嶺費的道理，從少數的高山滑雪研究可獲得其消費者剩餘為 33.5 美元(Loomis et al., 2009)

國內以運動賽會估計遊憩效益的研究相當稀少，在休閒

旅遊相當普及的現今，以本研究透過廣受國人歡迎的棒球賽事，推估觀眾參與運動賽事的遊憩效益為何，將運動觀賞與休閒遊憩做緊密的結合，提供相關單位有所因應方針，重視民眾的需求將能帶來豐沛的經濟效益。

## 第五節 觀賞動機、運動實體環境與滿意度之相關研究

### 一、觀賞動機與滿意度之研究

在運動賽會與滿意度的研究中，2009台北聽障奧運會桌球現場觀眾最重要的觀賞動機為球賽吸引力，其次依序為成就感與互動、運動欣賞與學習，在滿意度方面，以賽會核心層面感到最滿意，其次為賽會周邊層面(溫智璇，2010)。

高雄世運會遊客之觀賞動機與滿意度的研究上，發現在家庭因素上與滿意度有顯著正相關(侯欣圻，2010)。探討高雄世運會撞球賽現場觀眾觀賞動機與滿意度的研究中，觀賞動機前三項依序是為了要在現場幫主場的球員加油、覺得現場觀看世界頂尖選手比賽很刺激以及到現場看比賽是一件有趣的事；而最滿意的前三項是比賽場地附近大眾運輸的方便程度、比賽場地燈光設備的明亮性以及比賽場地座位安排的視野角度，現場觀眾觀賞動機與對滿意度呈現顯著正相關(梁業隆，2010)。

在其他運動的研究發現，偶像崇拜的心理、觀眾的運動知識、宣傳造勢活動、同儕影響、媒體的報導程度、成就感、運動美感、逃離等構面皆與滿意度呈現顯著的正向關係(彭小惠，2007)。綜合以上文獻發現，觀賞動機與滿意度具有正相關(彭小惠，2007；梁業隆，2010)。

### 二、運動實體環境與滿意度

服務實體環境和滿意度做重要的結合，自消費者花費更長的時間獲得參與運動的體驗、對運動設施之感知顯著的影

響興奮的情緒和滿意度 (Wakefield & Blodgett, 1994)、觀眾渴望停留在該環境裡 (Wakefield and Sloan, 1995 ; Wakefield et al., 1996) ，以及再次消費比賽的可能性 (Wakefield et al., 1996) 。

Wakefield and Blodgett (1994) 應用服務實體環境的概念至休閒設施上，且以兩個美國大聯盟球場為例，研究發現服務實體環境品質越高的球場，亦會獲得較高的滿意度。近年來對運動觀眾滿意度的研究方面，包含在極限運動、校際田徑、職業球隊和運動組織等有固定的場地，運動實體環境因素會直接影響觀眾的滿意度 (Lambrecht et al., 2009)。

由以上文獻可發現，運動場館的實體環境品質的確會影響觀眾參與賽事之體驗，以及直接影響對於運動實體環境的滿意度 (Brady & Cronin 2001)，進一步影響其往後的消費行為。故本文針對棒球場實體環境品質做探討，給予相關組織單位了解民眾使用場館之需求與滿意度，作為改善或加強實體環境之參考。

## 第參章 研究設計與方法

本章節主要說明本研究之方法，共分為六個部分：第一節為研究架構，以圖 3-1 示之；第二節為研究假設，依據研究目的與架構提出假設；第三節為問卷設計與抽樣；第四節為研究工具；第五節為研究方法。

### 第一節 研究架構

根據研究目的與問題建立研究架構，探討洲際盃棒球賽觀眾人口統計變項之於觀賞動機與運動實體環境品質，觀賞動機和運動實體環境品質對滿意度與遊憩效益的影響，以及滿意度對遊憩效益與的影響，架構圖如圖 3-1 表示之。

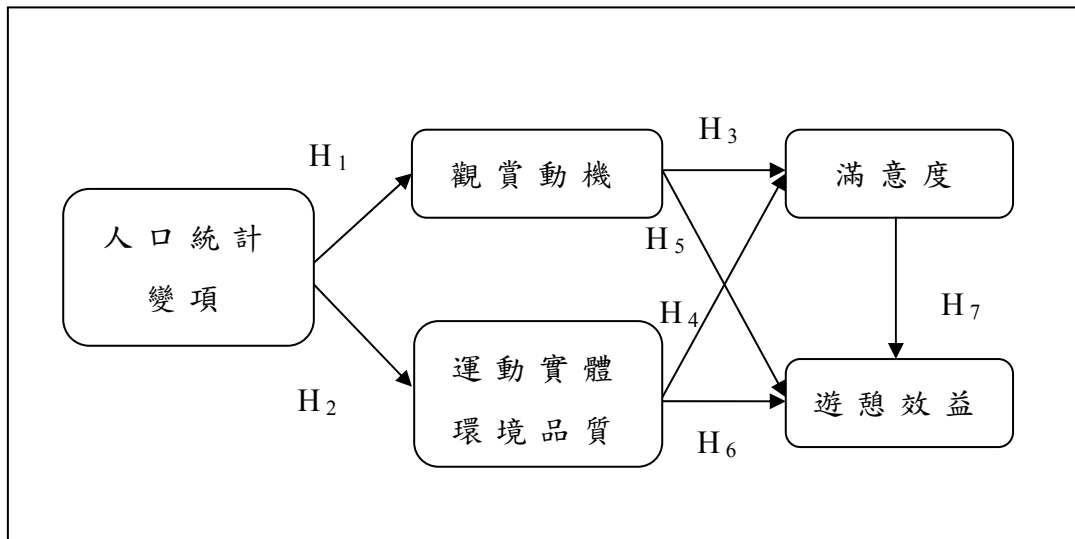


圖 3-1 研究架構

## 第二節 研究假設

依據研究問題與相關文獻進行研究假設：

- H<sub>1</sub>：不同人口統計變項在觀眾觀賞動機有顯著差異。
- H<sub>2</sub>：不同人口統計變項在運動實體環境品質之觀眾感知有顯著差異。
- H<sub>3</sub>：不同觀眾滿意度之集群在觀眾滿意度有顯著差異。
- H<sub>4</sub>：不同運動實體環境品質感知之集群與觀眾滿意度有顯著差異。
- H<sub>5</sub>：不同觀賞動機對遊憩效益有顯著影響。
- H<sub>6</sub>：不同運動實體環境品質感知對遊憩效益有顯著影響。
- H<sub>7</sub>：滿意度對遊憩效益有顯著影響。

### 第三節 問卷設計與抽樣

本研究採用問卷調查法，問卷內容總共分為四個部分：第一部分為運動觀賞動機量表；第二部分為運動實體環境品質；第三部分為整體滿意度量表；第四部分為個人基本資料。以 2010 洲際盃棒球錦標賽觀眾為樣本，於賽會期間採用便利抽樣方式，詢問觀眾觀賞球賽之體驗，並且分為兩個階段進行調查：

第一階段為問卷預試，以洲際盃棒球賽預賽場次之現場觀眾為調查對象，樣本數依據問卷分量表中最多題項之其題項三至五倍為原則（吳明隆與涂金堂，2009），而本研究問卷中最多題項之分量表為 28 題，最少樣本數為 84 份，為使得剔除無效問卷後之樣本能達到 84 份以上，故總共發出 123 份問卷，有效問卷為 111 份，有效比例為 90%。回收之問卷依觀眾答題情形進行項目分析與因素分析考驗問卷效度，並進行各量表的信度檢驗。

第二階段為發放正式問卷，以洲際盃棒球賽決賽場次之現場觀眾為施測對象，進行便利抽樣之調查。依據機率法則來估算樣本數，將信賴區間設定為 95%，再將可容忍之誤差範圍定於 10%，並且將事件出現比率估計為 0.5，根據林惠玲與陳正倉（2001）提出之公式計算可得到估計樣本數為：

$$n > \frac{(1.96)^2(0.25)}{(0.05)^2} = 384.16$$

本研究正式問卷為達到 385 份之有效樣本數，總共發放 450 份問卷。

## 第四節 研究工具

### 一、量表編製

本研究以李克特 (Likert) 5 點量表為計分方式，依觀眾填答問題之同意程度，從「非常同意」、「同意」、「沒意見」、「不同意」、「非常不同意」五個級別，分別給予 5、4、3、2 及 1 的分數。

為了解洲際盃棒球賽觀眾之觀賞動機、對球場環境品質感知與滿意度，參考國外學者提出的量表，再配合棒球賽性質與球場實體環境加以修改，預試問卷主要共分四個部份：運動觀賞動機量表、運動實體環境品質量表、整體滿意度量表及個人資料。

#### (一) 觀賞動機量表

參考 Wann (1995) 運動迷動機量表 (Sport Fan Motivation Scale, SFMS)、Trail and James (2001) 運動消費者動機量表 (Motivation Scale for Sport Consumption, MSSC) 和 Funk et al. (2001) 運動興趣調查量表 (Sport Interest Inventory)。共編制 28 題。

#### (二) 運動實體環境品質

參考 Wakefield and Sloan (1995)、Wakefield, Blodgett and Sloan (1996) 和 Lambrecht et al. (2009) 提出的實體環境構面，再依據棒球場實體環境做修正。共編制 23 題。

#### (三) 整體滿意度

綜合文獻探討且依本賽會之特性自編成 6 題項，以賽程規劃、球場設施、賽事舉辦之成果、參與賽事之花費感到值得、對於賽事整體上的滿意度及往後相關賽事之參與意願。

#### (四) 個人資料

個人資料部分共有 10 大項，包含「性別」、「居住地」(縣市/鄉鎮/區)、「年齡」、「教育程度」、「職業」、「個人每月所得」、「本次花費」(門票、周邊商品及其他)、「交通工具」、「同伴關係」和「替代地點」。

## 二、量表建構流程

本研究量表根據理論基礎與研究目的而建構，初步編製擬定量表，經過專家效度後建立預試問卷，並將預試內容透過項目分析、因素分析及信度分析，建構量表之信效度，以完成正式問卷。本研究量表建構圖乃參考自吳明隆與涂金堂發展出的量表建構流程，如圖 3-2 所示。

量表建構之分析方法共分為五部份，如下列之敘述：

### (一) 專家效度

請專家學者針對問卷初稿進行審核及提供意見，以建立本研究之內容效度。本研究問卷之專家為國立臺灣體育學院運動管理學系系主任黃彥翔博士，以及指導教授黃錦煌博士。

### (二) 預試

預試對象為洲際盃棒球賽之現場觀眾，實際發出 123 份問卷，有效問卷 111 份，回收率為 90.24%。

### (三) 項目分析

將問卷編碼輸入統計軟體後，進行項目分析，以獨立樣本 T 檢定考驗高低分組(前 27% 與後 27% 樣本的臨界分數)量表題項上的差異，根據顯著性或決斷值 (critical ratio, CR 值) 之高低篩選題項(吳明隆與涂金堂，2009)。

#### (四) 因素分析

判別量表是否適合進行因素分析，可從「取樣適切性量數」(Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy；簡稱 KMO)判定。KMO 值介於 0 與 1 之間，數值越接近 1 時，表示變項間的相關越高，適合進行因素分析。所以首先查看 KMO 值是否至少為 0.6 以上，0.7~0.8 為適中，0.8~0.9 為良好，0.9 以上為優良(吳明隆與涂金堂，2009)。再以主成分分析法並配合最大變異法，取特徵值大於 1 的因素，剔除轉軸後因素負荷量低於 0.4 之題項(邱皓政，2000)。

#### (五) 信度分析

為考驗量表的穩定性，本研究採用 Cronbach's  $\alpha$  值來檢驗量表題項的一致性。 $\alpha$  係數通常藉於 0 至 1 之間，當  $\alpha$  係數值越接近 1，表示信度越高，0.65 至 0.7 間是最小可接受值 (DeVellis, 1991)，本研究取  $\alpha$  係數為 0.7 以上為信度準則。

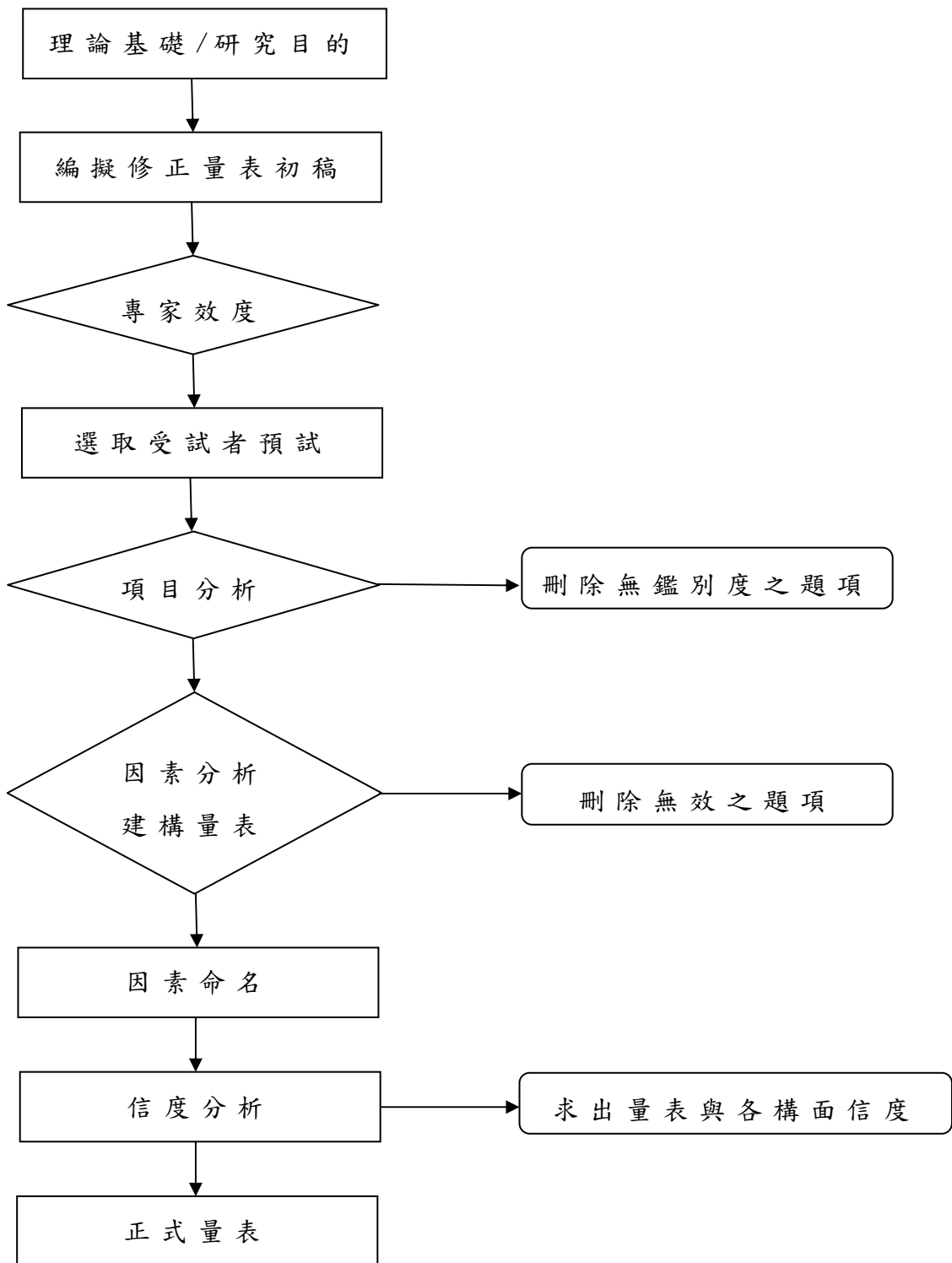


圖 3-2 量表建構流程圖

### 三、預試

#### (一) 觀賞動機量表

本研究預試問卷於 2010 年 10 月 23 日洲際棒球場，以洲際盃棒球賽之現場觀眾為對象進行問卷調查。為了檢驗觀賞動機量表之信效度，以項目分析 t 檢定檢驗後，各題項之 t 值皆達 0.05 顯著水準，顯示所有題目皆具有鑑別度，詳細結果見表 3-1。

表 3-1 觀賞動機量表項目分析摘要表

題項	CR 值	p 值
01. 當我支持的球隊贏球，我覺得增加了球迷的地位	4.74	0.00
02. 當我支持的球隊贏球，我會感到很有成就感	4.35	0.00
03. 我享受觀賞球賽因為它增加我的自尊心	3.93	0.00
04. 我認為觀賞球賽讓我有機會暫時遠離生活中的問題	3.74	0.00
05. 我認為觀賞球賽讓我忘記所遭遇的難題	4.53	0.00
06. 我認為觀賞球賽是很好的機會去改變我固有的步調	4.22	0.00
07. 我認為觀賞球賽對我而言是逃避日常生活的活動	3.75	0.00
08. 我享受球賽是因為棒球的優美感	5.93	0.00
09. 我享受觀賞球賽因為對我而言棒球是個藝術形式	6.80	0.00
10. 我認為成功的球技表現與戰術執行是讓人享受球賽的重要因素	6.78	0.00
11. 我喜歡勢均力敵的球隊比賽	6.71	0.00
12. 我喜歡觀賞結果無法預測的球賽	7.18	0.00
13. 我享受球隊競爭時產生的生理壓力	4.82	0.00
14. 即使我支持的球隊比賽時，我仍較喜歡觀賞比分接近的球賽	5.45	0.00
15. 我喜歡觀賞球賽因為有跟家人相處的機會	6.59	0.00
16. 我喜歡與家人一同觀賞球賽	6.57	0.00
17. 觀賞球賽給予我與家人聯繫的機會	6.41	0.00

(續下頁)

表 3-1 觀賞動機量表項目分析摘要表(續)

題項	CR 值	p 值
18. 我認為球賽中與其他球迷的互動是非常重要的部分	7.45	0.00
19. 我認為球賽是很好的機會與其他人社交	7.29	0.00
20. 我喜歡球賽中與鄰近座位的觀眾交談	6.06	0.00
21. 我喜歡和其他人為伍是我觀賞球賽的原因之一	6.13	0.00
22. 周遭的朋友都是棒球迷是我觀賞球賽的原因之一	5.59	0.00
23. 我享受觀賞球賽是因為它具有娛樂價值	7.92	0.00
24. 我享受觀賞球賽的單純是因為這是美好的時光	7.75	0.00
25. 我認為觀賞球賽純粹是遊憩的形式	3.66	0.00
26. 我觀賞球賽為了支持我的國家隊	3.76	0.00
27. 當我的國家隊贏球，我覺得引以為傲	5.89	0.00
28. 愛國主義是我觀賞球賽最大的原因	2.66	0.01

本運動觀賞動機量表經過統計分析得知 KMO 值為 0.711 ( $>0.05$ )，Barlett's 球形考驗的卡方值為 1788，p 值小於 0.001，由以上資料達顯著水準可知適合進行因素分析，如表 3-2 所示。量表 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.878，表示本量表有良好信度。

表 3-2 運動觀賞動機轉軸後之因素負荷

題項	萃取因素							
	1	2	3	4	5	6	7	8
17. 觀賞球賽給予我與家人聯繫的機會	<b>0.93</b>							
15. 我喜歡與家人一同觀賞球賽	<b>0.88</b>							
16. 我喜歡觀賞球賽因為有跟家人相處的機會	<b>0.85</b>							
12. 我喜歡觀賞結果無法預測的球賽		<b>0.84</b>						
11. 我喜歡勢均力敵的球隊比賽		<b>0.80</b>						
13. 我享受球隊競爭時產生的生理壓力		<b>0.72</b>						
14. 即使我支持的球隊比賽時，我仍較喜歡觀賞比分接近的球賽		<b>0.69</b>						
10. 我認為成功的球技表現與戰術執行是讓人享受球賽的重要因素		<b>0.53</b>						
22. 周遭的朋友都是棒球迷是我觀賞球賽的原因之一			<b>0.77</b>					
20. 我喜歡球賽中與鄰近座位的觀眾交談			<b>0.76</b>					

(續下頁)

表 3-2 運動觀賞動機轉軸後之因素負荷(續)

題項	萃取因素							
	1	2	3	4	5	6	7	8
21. 我喜歡和其他人為伍是我觀賞球賽的原因之一			0.75					
19. 我認為球賽是很好的機會與其他人社交			0.59					
05. 我認為觀賞球賽讓我忘記所遭遇的難題					0.90			
04. 我認為觀賞球賽讓我有機會暫時遠離生活中的問題					0.86			
06. 我認為觀賞球賽是很好的機會去改變我固有的步調					0.82			
01. 當我支持的球隊贏球，我覺得增加了球迷的地位						0.83		
03. 我享受觀賞球賽因為它增加我的自尊心						0.79		
02. 當我支持的球隊贏球，我會感到很有成就感						0.65		
08. 我享受球賽是因為棒球的優美感							0.87	
09. 我享受觀賞球賽因為對我而言棒球是個藝術形式							0.82	

(續下頁)

表 3-2 運動觀賞動機轉軸後之因素負荷(續)

題項	萃取因素							
	1	2	3	4	5	6	7	8
27. 當我的國家隊贏球，我覺得引以為傲							<b>0.87</b>	
26. 我觀賞球賽為了支持我的國家隊							<b>0.87</b>	
28. 愛國主義是我觀賞球賽最大的原因							<b>0.48</b>	
25. 我認為觀賞球賽純粹是遊憩的形式								<b>0.82</b>
23. 我享受觀賞球賽是因為它具有娛樂價值								<b>0.68</b>
24. 我享受觀賞球賽的單純是因為這是美好的時光								<b>0.67</b>
總解釋變異量 (%)							75.20	
整體信度							0.71	

經轉軸後因素分析發現題項 18 未能顯示因素負荷量，以及題項 7 未能歸屬任何構面，且 CR 值皆偏低，故將題項 7 與 18 予以刪除，再進行刪題後之因素分析與信度考驗。第二次因素分析後，共萃取出 8 項因素構面，且符合原先所設立之構面，總解釋變異量為 75.20%。另外，Cronbach's  $\alpha$  值為 0.71，表示該量表仍具有信度。

## (二) 運動實體環境品質量表

為檢定運動實體環境品質量表之信效度，經過項目分析 t 檢定檢驗後，各題項之 t 值皆達 0.05 顯著水準，顯示所有題目皆具有鑑別度，詳細結果見表 3-3。

表 3-3 運動實體環境品質量表項目分析摘要表

題項	CR 值	p 值
01. 當地的交通能讓我容易的抵達該球場	4.79	0.00
02. 該球場擁有足夠的停車場	6.44	0.00
03. 該球場位於便利的位置	6.53	0.00
04. 球賽結束後能夠容易的走到停車場	3.80	0.00
05. 該球場建築具有吸引人的特質	7.99	0.00
06. 該球場是個有吸引力的現代化裝飾	6.70	0.00
07. 該球場漆上吸引人的顏色	8.00	0.00
08. 座位的安排提供足夠的空間	6.33	0.00
09. 座位能讓身體有足夠的活動空間	6.65	0.00
10. 球場提供舒適的座位	7.83	0.00
11. 球場的空間設計能讓我容易拿到所要購買的商品	8.73	0.00
12. 球場的空間設計能讓我容易到達自己的座位	5.20	0.00
13. 球場的空間設計能讓我容易到達洗手間	5.15	0.00
14. 球場的空間設計能讓我容易到達球場範圍任何 想要去的地方	7.11	0.00

(續下頁)

表 3-3 運動實體環境品質量表項目分析摘要表(續)

題項	CR 值	p 值
15. 商品區有足夠的空間應付人潮	10.56	0.00
16. 洗手間有足夠的空間應付人潮	9.95	0.00
17. 通道有足夠的空間應付人潮	8.41	0.00
18. 球場有足夠的空間應付人潮	7.91	0.00
19. 球場的指示牌能夠幫助我往正確的方向	6.47	0.00
20. 球場的指示牌能夠清楚的標示方向和位置	7.32	0.00
21. 該球場有高品質的記分板	7.10	0.00
22. 該球場的計分板提供娛樂看板	7.56	0.00
23. 該球場的計分板增加比賽刺激性	6.93	0.00

本運動實體環境品質量表經過統計分析得知 KMO 值為 0.867 ( $>0.05$ )，Barlett's 球形考驗的卡方值為 2112.372，p 值小於 0.001，由以上資料達顯著水準可知適合進行因素分析。量表 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.93，表示本量表有良好信度。表 3-4 為轉軸後因素負荷量。

經因素分析後萃取出 5 項因素構面，由於部分題項未能顯著區分出因素，故將題項做調整。刪除題項為第 08、13、15、16、17、18、20 等 8 題，並加入清潔度之構面題項，分別是「我覺得洗手間很乾淨」、「我覺得座位很乾淨」、「我覺得整體場地很乾淨」及「我覺得球場內外皆有足夠的垃圾桶」。另外，將原先題項 12 修改為「球場的指標能讓我容易到達自己的座位」。

表 3-4 運動實體環境品質轉軸後之因素負荷

題項	萃取因素				
	1	2	3	4	5
20. 球場的指標能夠清楚的標示方向和位置	<b>0.88</b>	.			
19. 球場的指標能夠幫助我往正確的方向	<b>0.85</b>				
18. 球場有足夠的空間應付人潮	<b>0.77</b>				
17. 通道有足夠的空間應付人潮	<b>0.77</b>				
13. 球場的空間設計能讓我容易到達洗手間	<b>0.74</b>				
14. 球場的空間設計能讓我容易到達球場範圍任何想要去的地方	<b>0.64</b>				
08. 座位的安排提供足夠的空間	<b>0.58</b>				
12. 球場的空間設計能讓我容易到達自己的座位	<b>0.40</b>				
15. 商品區有足夠的空間應付人潮		<b>0.79</b>			
11. 球場的空間設計能讓我容易拿到所要購買的商品		<b>0.68</b>			
07. 該球場漆上吸引的顏色		<b>0.65</b>			
16. 洗手間有足夠的空間應付人潮		<b>0.64</b>			
10. 球場提供舒適的座位		<b>0.60</b>			
09. 座位能讓身體有足夠的活動空間		<b>0.56</b>			
03. 該球場位於便利的位置			<b>0.87</b>		

(續下頁)

表 3-4 運動實體環境品質轉軸後之因素負荷(續)

題項	萃取因素				
	1	2	3	4	5
01. 當地的交通能讓我容易的抵達該球場			<b>0.86</b>		
04. 球賽結束後能夠容易的走到停車場			<b>0.84</b>		
02. 該球場擁有足夠的停車場			<b>0.81</b>		
22. 該球場的計分板提供娛樂看板				<b>0.87</b>	
21. 該球場有高品質的記分板				<b>0.86</b>	
23. 該球場的計分板增加比賽刺激性				<b>0.79</b>	
06. 該球場是個有吸引力的現代化裝飾					<b>0.85</b>
05. 該球場建築具有吸引人的特質					<b>0.81</b>

## 第五節 研究方法

將預試樣本進行信效度檢驗，且正式問卷進行因素分析、集群分析、單因子變異數分析、卡方檢定及旅遊成本法等方法進行分析探討，以驗證研究假設成立與否。下列就其統計分析方法進行說明：

### 一、描述性統計

採用敘述性統計之方式說明樣本屬性分配情形，包括次數分配與百分比、變異數及平均數。

### 二、項目分析

項目分析主要目的是針對預試題目進行鑑別度，採用測驗總分最高的27%及最低的27%作為高低分組的界限，再以獨立樣本t檢定兩分組間題項之差異，若達顯著水準（顯著性 < 0.05）則將該題予以保留；反之，則刪除，除非該題項有保留的需要。

### 三、信度分析

測量問卷內部一致性，以Cronbach's  $\alpha$ 值係數來檢定衡量各構面題項的內部一致性。 $\alpha$ 值越大，表示該構面內各題項間的相關性越大，即內部一致性越高。Cronbach's  $\alpha$ 值之取捨標準，應以高於0.7者為佳，且具有高信度。

### 四、因素分析

為求得量表建構效度，本研究採用探索性因素分析，並透過最大變異轉軸法，讓因素負荷量更易於解釋各變項之間的關係與重要因素構面。

### 五、單因子變異數分析

檢定不同人口統計變項、觀眾觀賞動機、運動實體環境品質感知及滿意度之間關係是否存在顯著差異。

## 六、集群分析

為瞭解相同特性之集群，針對不同動機之觀眾，比較對於球場環境品質、滿意度及遊憩花費之不同，歸類出觀眾型態集群。

## 七、卡方檢定

為瞭解觀賞動機及運動實體環境品質感知集群觀眾特性是否有顯著性差異，所以進行卡方檢定來檢視兩集群是否有差異性。

## 八、旅遊成本法

經濟總體價值區分為使用價值與非使用價值，如圖 3-3 示之。使用價值可分為直接使用價值、間接使用價值和選擇價值。觀眾觀賞球賽為使用價值，透過需求函數與實際花費間接估計出遊憩效益，條件估價法是依據觀眾的主觀價值而估計出效益，旅遊成本法則以實際觀察值估計遊憩效益 (Owen, 2006)。

遊憩資源屬於「非市場財貨」的範疇，沒有價格可採計，難以直接估計其價值，它不像市場性的財貨存在著交易行為，可以經由市場交易的價格來衡量價值。因此國外學者便針對此問題發展出「非市場財貨評估法」，即透過非市場財貨評估法，將無形價格的遊憩資源轉變成價格化，而此評估值也較為公正客觀。非市場財貨評估法包含許多種方式，常被使用的有條件估價法 (Contingent Valuation Method, CVM)、旅遊成本法 (Travel Cost Method, TCM) 以及特徵價值法 (Hedonic Price Method, HPM)。

旅遊成本法自 Clawson 於 1959 年所建立，發展至今超過 50 年，這方法的基本前提是隨著距離的增加，遊憩地點的旅遊

次數則隨之減少。計算遊憩地點或資源的需求曲線下的面積，旅遊成本法能夠間接的計算出消費者剩餘效益(Loomis & Walsh, 1997)。旅遊成本法最早應用於遊憩研究的是遊憩效益的評估，以旅遊的花費作為願付價值(willingness to pay)之替代，來衡量人們對旅遊景點或遊憩資源的評價。也常被用來估算自然資源地點與環境設施管理政策的遊憩使用價值(Alberini, Zanatta, & Rosato, 2007)。

本研究採用旅遊成本法，針對單一地點做探討，根據遊客在遊憩資源的花費成本，當成使用價格，設算遊憩資源的需求與價格，是屬於顯示性偏好模型，由觀察消費者在市場上實際的消費行為來估計需求曲線，也就是使用可觀察的支出間接衡量非市場財的價值(黃錦煌、蕭柏勳與葉純菊，2006)，效益值比起其他方式更為客觀。最常使用的兩種TCM方法為個別觀察法(Individual Observation Method)與區域法(Zonal Method)；兩者之差異在於依變項與旅遊次數(quantity of trips)。本研究使用個別觀察法，因為依據觀眾觀賞球賽之消費行為，可得到最接近的最大效用值，間接估計其遊憩效益(Loomis, Tadjion, Watson, Wilson, Davies, & Thilmany., 2009)。

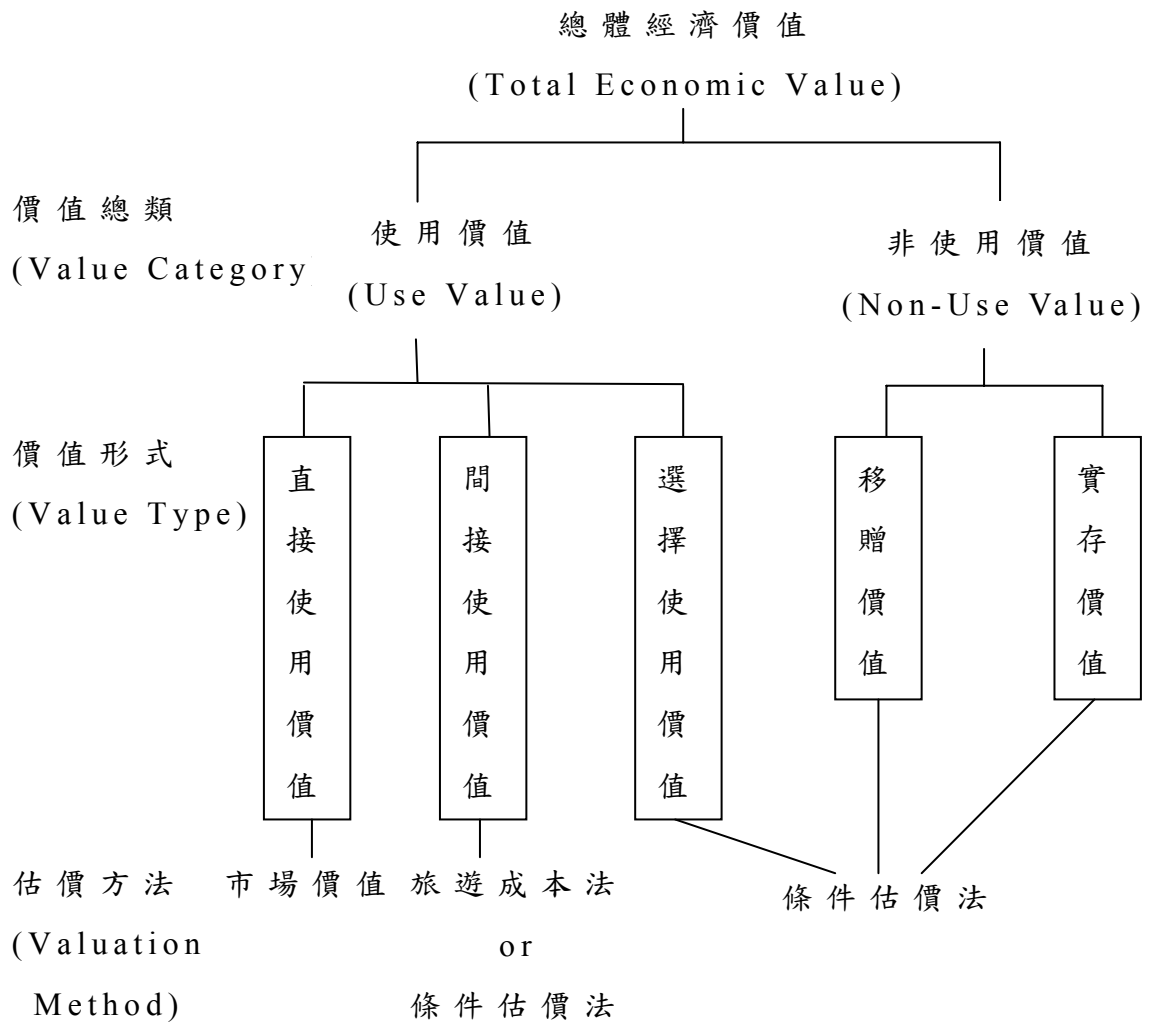


圖 3-3 社會價值來源與測量方法

參考自 Owen, J. G. (2006). The Intangible Benefits Of Sports Teams 一文。

### (一) 理論模型

旅遊成本法中的區域模型(Zonal Model)之相關資料平均值用來推估需求函數，會降低估計值的有效性。於是 Gum and Martin (1975) 便建議使用個人資料來推定個人需求函數，直接採用觀眾個人的觀賞次數與旅遊成本，當作估計需求函數之依據。

根據以上之敘述，需求函數之模型為：

$$\begin{aligned} \text{Max } U &= U(X, R) \\ \text{S.T } TC \times X + P_R \times R &= I \end{aligned} \quad (3.1)$$

X：為個別觀眾到棒球場觀賞球賽次數。

R：為其他消費金額。

$P_R$ ：代表 R 之金額。

I：為觀眾的所得。

TC：包含門票在內的旅遊成本。

利用 Lagrange 方程式，可得觀賞次數之需求函數為：

$$X = X(TC, I) \quad (3.2)$$

衡量消費者剩餘之遊憩效益為：

$$C.S. = \int_{TC}^{TC''} X(TC, I) dTC \quad (3.3)$$

TC'：代表個人的旅遊成本

TC''：代表滿足  $X(TC'', I) = 0$

旅遊成本法實證的應用上，需要考量的因素如下：

#### 1. 旅遊次數

於本研究指觀眾至棒球場觀賞球賽次數。旅遊的次數會

隨地點的距離增加而減少(Loomis & Walsh, 1997)，增加旅遊天數，McConnell (1975) 認為旅遊成本與次數的相關性低於旅遊成本與天數的關係，故採用旅遊次數做為因變數，以估計洲際盃棒球賽觀眾的遊憩效益。

## 2. 旅遊成本

根據觀眾之居住地來估算時間的機會成本與運輸成本，並且以當日前往球場與賽事周邊之花費，估計其旅遊成本。

## 3. 計算距離成本

交通成本以每公里所需成本為單位，計算方式可分成兩種：一是根據使用的汽油成本，二則是使用汽車的完全成本(包括折舊、保險等)。本研究使用汽油成本來估計觀眾的距離成本，因為汽油成本是邊際成本的概念，較符合遊憩效益想突顯個人最大效用之目的。

## 4. 旅遊時間

旅遊時間和單一地點遊憩時間的值，都是決定遊憩需求的重要因素(Loomis & Walsh, 1997)。Clawson and Knetsch 觀察到如果旅遊的距離較遠，除了有較高的直接成本或價格之外，也會有較多的旅遊時間(Loomis & Walsh, 1997)。所以假若沒有估計旅遊時間的話，則會低估了遊憩效益。從事休閒遊憩時，會犧牲掉工作時數，因此可將工資率視為遊憩時間的機會成本。一般研究以工資率的 1/3 為遊憩時的機會成本(Cesario, 1976)，也有其他研究發現工資率的 0.07 倍為時間的機會成本較適合(黃錦煌、蕭柏勳、葉純菊，2006；鄭蕙燕、張偉祐、林政德，2000)。

## 5. 替代地點

不同的遊憩地點皆可能是個別觀眾考慮的範圍，當觀眾

除了選擇觀賞洲際盃棒球賽之外，其他可能從事的活動目的地即是替代地點。依民眾習慣歸納出幾項：在家休息、工作、念書、或到其他地方玩，供觀眾選擇替代方案。

#### 6. 球場環境品質改善之願付價格 (Willingness To Pay, WTP)

球場環境因素可能影響觀眾參與球賽的體驗，進一步影響觀眾人次、停留時間及消費行為。本研究將球場環境品質因素納入需求函數的估計。

旅遊地點的個別需求函數在於說明需求量與其他因素影響需求的關係。一般的需求函數為：

$$Q_X = f(P_X, Y, G, A, E \dots) \quad (3.4)$$

$Q_X$ ：遊憩地點的需求量

$P_X$ ：遊憩地點的直接成本或價格

$Y$ ：消費者收入

$G$ ：消費者年齡

$A$ ：有吸引力的地點

$E$ ：環境因素

根據反函數指出願付價格為依變項解釋戶外遊憩的直接成本或價格，自變數包含需求量在內的變項，如下所示：

$$WTP_X = f(Q_X, Y, G, A, K, D, E) \quad (3.5)$$

#### (二) 實證模型

為了簡化分析模型，本文將參與洲際盃棒球賽者視為單一地點、單一目地與單日旅遊的觀眾。本研究以波松 (POIS) 分配模型進行實證的估計。依據 Shaw (1988) 提出 POIS 實證模型如下：

波松的機率密度函數為

$$\Pr(\chi_{i=n}) = \frac{e^{-\lambda_i} \lambda_i^n}{n!}, n=1, 2, \dots \quad (3.6)$$

參數  $\lambda_i$  為平均數與變異數，且  $\lambda_i > 0$ ， $\lambda_i$  亦為解釋變異數  $z$  的指數函數，

$$\lambda_i = \exp(z, \beta) \quad (3.7)$$

POIS 模型概似函數為

$$L(\beta | z, x) = \prod_{i=1}^T \frac{\exp(-\exp(z, \beta)) \exp((z, \beta)x_i)}{x_i!} \quad (3.8)$$

取對數後的概似函數為受訪者

$$\ln L = \sum_{i=1}^T [z_i \beta x_i - e^{z_i \beta} - \ln(x_i!)] \quad (3.9)$$

而同時產生截斷與自動分層的 on-site POIS 模型為

令  $w_i = x_i - 1$

$$h(x_i \text{ 與受訪者} | x_i > 0) = \frac{e^{-\lambda_i} \lambda_i^{w_i}}{w_i!} \quad (3.10)$$

(3.10) 式為參數  $w_i$  的波松分配。其概似函數為

$$\ln L = \sum_{i=1}^T [z_i \beta (x_i - 1) - e^{z_i \beta} - \ln[(x_i - 1)!]] \quad (3.11)$$

我們可從波松分配的預期需求函數計算願付價值，其預期需

求函數為

$$E(x_i) = \lambda_i$$

指數的需求函數  $x = e^{\beta_0 + \beta_1 C}$ ，當其中  $C$  為旅遊成本， $\beta_0$  為常數項，在有限的旅遊成本  $C$  之下， $x = e^{\beta_0 + \beta_1 C} > 0$ ， $C^0$  為當期的旅遊成本，則消費者剩餘為下列公式，其中  $\beta_1 < 0$

$$WTP = \int_{C^0}^{\infty} e^{\beta_0 + \beta_1 C} dC = \left[ \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 C}}{\beta_1} \right]_{C=C^0}^{C \rightarrow 0} = -\frac{x}{\beta_1} \quad (3.12)$$

### (三) 各項目資料來源

旅遊成本為影響旅遊次數中重要的變項之一，有關旅遊成本部分包括時間的機會成本、直接的運輸成本，以及現場的花費。各數值的推算將分述於下：

1. 時間機會成本：旅遊時間以受訪者居住地到洲際棒球場來回的距離，並假定以每小時 80 公里之速率計算時間；工資率的推算則假設觀眾一天的觀眾時數為 8 小時，一個月總工時為 240 小時，將旅遊時間除以總工時再乘以每月平均所得，最後乘以工資率。由於 Cesario (1976) 的研究指出，時間的價值接近於頻均工資率的 1/3，建議以工資率的 1/3 為遊憩時間的機會成本，故本研究採用工資率的 1/3 計算時間的機會成本 (Cesario, 1976)。
2. 直接運輸成本：直接運輸成本即從受訪者居住地至洲際棒球場的油資或車資。對於乘坐高鐵、臺鐵、客運、公車、計程車之受訪者以車資計算。駕駛自用汽車者則是以受訪者居住地至遊憩地點之距離，根據交通部 2008 年「臺灣地

區自用小客車使用狀況調查」調查報告計算燃油效率，小客車耗油量以平均每一公升汽油可行駛 10.4 公里來計算，再根據經濟部能源局公佈之油價，問卷調查時之 95 無鉛汽油價格為每公升 30 元，且使用自小客車的觀眾，亦要加上通過高速公路收費站之過路費。若觀眾使用的交通工具為機車，則依據交通部 2008 年「臺灣地區機車使用狀況調查」之報告顯示，機車耗油量以每公升汽油可行駛 22 公里來計算。由以上資料即可推估觀眾從居住地至洲際棒球場的直接運輸成本。

3. 觀眾個人花費：依據問卷中觀眾填答之各項花費之總金額。
4. 替代地點旅遊成本：本研究選定的替代遊憩地點為台北花卉博覽會，地點位於臺北市中山區，並假設在花卉博覽會之現場花費與參與洲際盃棒球賽相同，於是可由觀眾之居住地重新計算至花卉博覽會所需之來回路程，而推算出觀眾至替代地點之旅遊成本。

#### (四) 變數定義

根據前述模型(3.4)為基礎，建立旅遊成本法的實證模型，進行洲際盃棒球賽的遊憩效益估計，其遊憩需求函數為下列模型：(研究變數包括年齡、教育程度、所得、旅遊時間、替代地點、吸引力或品質、擁擠、口味及偏好)

$$B=f(TC, SUBTC, INCOME, MOT, ENV)$$

B 代表受訪者參與棒球賽事的次數。TC 表示受訪者至洲際棒球場觀賞球賽的總花費成本，當旅遊成本增加時，觀眾至替

代地點的旅遊次數將會增加；SUBTC 為替代地點的旅遊成本。INCOME 代表受訪者每月薪資的收入，若遊憩為一正常財，則當收入增加時，參與遊憩的次數亦會增加；若為劣等財，則會產生當收入增加時，參與遊憩的次數會減少。MOT 代表受訪者參與洲際盃棒球賽的動機因素，動機越強烈則會增加觀賞的次數。ENV 代表球場實體環境品質，如果球場提供良好的實體環境，觀眾參與觀賞棒球比賽的次數將會增加。

## 第肆章 結果與討論

本章共分為五節，依據所收集之資料進行統計分析，第一節為觀眾之人口特性分析；第二節為觀眾之觀賞動機分析；第三節為觀眾之運動實體環境品質；第四節為滿意度分析；第五節為遊憩效益結果分析。

### 第一節 觀眾之人口特性分析

為了解觀眾觀賞洲際盃棒球賽之行為，本研究以現場觀眾為抽樣調查對象，以有效問卷 424 份進行觀眾個人之社經背景資料分析。

人口統計變項共有「性別」、「居住地」、「年齡」、「教育程度」、「職業」、「月收入」、「交通工具」、「同伴關係」等八項社經背景變項。

#### (一) 性別

觀眾在性別的分佈情形，女性有 142 人，男性則有 282 人，兩者比例為 1：2，顯示現場觀眾以男性的比例較高。

#### (二) 居住地

觀眾在居住地的分佈上從北到南皆有，其中以居住在臺中地區的觀眾比例最高，共有 228 人，佔有 53.7%，其次依序為臺北縣市有 48 人（11.3%），彰化縣市有 43 人（10.1%），苗栗縣市有 21 人（5%），新竹縣市有 19 人（4.5%），南投縣市有 17 人（4%），桃園縣市有 14 人（3.3%），高雄縣市有 12 人（2.8%），臺南縣市有 11 人（2.6%），嘉義縣市有 4 人（0.9%），雲林縣有 3 人（0.7%），屏東縣市有 3 人（0.7%）。

%)，花蓮市有1人(0.2%)，另有1位來自日本兵庫縣。根據人口分佈的情形，發現中部地區(南投、臺中、彰化、苗栗)為主要觀賞群眾。

### (三) 年齡

觀眾在年齡的分佈上，18歲以下有27人(6.4%)，19~24歲有113人(26.7%)，25~29歲有123人(29%)，30~34歲有92人(21.7%)，35~39歲有25人(5.9%)，40~44歲有26人(6.1%)，45~49歲及50歲以上各為9人，比例各為2.1%。觀眾年齡以19-34歲年輕族群為主，佔有77.4%。

### (四) 教育程度

觀眾在教育程度的分佈上，國中有14人(3.3%)，高中有74人(17.5%)，大學有267人(63%)，研究所則有69人(16.3%)，近八成的觀眾具有大學以上學歷(79.3%)，突顯觀眾具有高學歷的現象。

### (五) 職業

觀眾在職業的分佈上，學生有121人(28.5%)，工商業有119人(28.1%)，服務業有67人(15.8%)，軍公教有43人(10.1%)，自由業有14人(3.3%)，家管有4人(0.9%)，農林漁牧有2人(0.5%)，其他有54人(12.7%)。

### (六) 月收入

觀眾在月收入的分佈上，20,000元以下有137人(32.3%)，20,001~40,000元有176人(41.5%)，40,001~60,000元有81人(19.1%)，60,001~80,000元19人(4.5%)，80,001元以上有11人(2.6%)。月收入20,000元以下佔有的比例應跟觀眾的職業為學生有關。

### (七) 交通工具

觀眾抵達洲際棒球的交通工具以汽車為最多人使用，共有 225 人（49.4%），其次為機車有 156 人（34.2%），依序為客運有 22 人（4.8%），公車有 16 人（3.5%），計程車有 13 人（2.9%），高鐵有 12 人（2.6%），搭乘台鐵及步行各是 6 人（2.6%）。

#### （八）同伴關係

觀眾與同行者之關係，與家人一同欣賞球賽有 148 人（29%），與朋友一起的有 259 人（50.7%），與同學則有 84 人（16.4%），有 20 人無其他同伴（3.9%）。超過半數的觀眾選擇同朋友一起欣賞球賽，且從各項比例來看，絕大多數的觀眾會選擇攜伴一同觀賞洲際盃棒球賽。

表 4-1 觀眾個人資料分析表

	變項	人數	比例(%)
性別	女性	142	33.5
	男性	282	66.5
居住地	臺北縣市	48	11.3
	桃園縣市	14	3.3
	新竹縣市	19	4.5
	苗栗縣市	21	5.0
	臺中縣市	228	53.7
	南投縣市	17	4.0
	彰化縣市	43	10.1
	雲林縣市	3	0.7
	嘉義縣市	4	0.9
	臺南縣市	11	2.6
	高雄縣市	12	2.8
	屏東縣市	3	0.7
	花蓮縣市	1	0.2
	年齡	18歲以下	27
19~24歲		113	26.7
25~29歲		123	29.0
30~34歲		92	21.7
35~39歲		25	5.9
40~44歲		26	6.1
45~49歲		9	2.1
50歲以上		9	2.1

(續下頁)

表 4-1 觀眾個人資料分析表(續)

變項	人數	比例(%)	
教育程度	國小	0	0
	國中	14	3.3
	高中	74	17.5
	大學	267	63.0
	研究所	69	16.3
	學生	121	28.5
職業	工商業	119	28.1
	服務業	67	15.8
	軍公教	43	10.1
	自由業	14	3.3
	家管	4	0.9
	農林漁牧	2	0.5
	其他	54	12.7
	20,000元以下	137	32.3
月收入	20,001~40,000元	176	41.5
	40,001~60,000元	81	19.1
	60,001~80,000元	19	4.5
	80,001元以上	11	2.6

(續下頁)

表 4-1 觀眾個人資料分析表(續)

變項		人數	比例(%)
交通工具 (複選)	高鐵	12	2.6
	臺鐵	6	1.3
	客運	22	4.8
	汽車	225	49.4
	機車	156	34.2
	公車	16	3.5
	計程車	13	2.9
	步行	6	1.3
同伴關係 (複選)	家人	148	29.0
	朋友	259	50.7
	同學	84	16.4
	無其他同伴	20	3.9

## 第二節 觀眾之觀賞動機分析

### 一、描述性統計分析

洲際盃棒球賽之觀賞動機共編列 26 題，經由次數統計結果顯示，平均分數最高者為「26 當我的國家隊贏球，我覺得引以為傲」4.65，表示觀眾參與洲際盃棒球賽時，中華隊的表现能夠引起觀眾的愛國情操，全場觀眾團結一致的為中華隊加油。其次為「10 我喜歡勢均力敵的球隊比賽」平均分數 4.53，顯示實力相當的對戰組合也能夠吸引觀眾前往球場觀賽。

平均分數最低者為「03 我享受觀賞球賽因為它增加我的自尊心」3.63，表示觀賞球賽較無法提升自尊心；次低者為「16 觀賞球賽給予我與家人聯繫的機會」，家人因素對參與球賽動機較低。其他詳如表 4-2 所示。

表 4-2 觀賞動機之描述性統計表

題項	平均數	標準差
01 當我支持的球隊贏球，我覺得提高了球迷的地位	4.24	0.73
02 當我支持的球隊贏球，我會感到很有成就感	4.48	0.59
03 我享受觀賞球賽因為它增加我的自尊心	3.63	0.93
04 我認為觀賞球賽讓我有機會暫時遠離生活中的困擾	4.27	0.76
05 我認為觀賞球賽讓我忘記所遭遇的難題	3.95	0.88
06 我認為觀賞球賽是改變日常生活步調的好機會	3.97	0.80

(續下頁)

表 4-2 觀賞動機之描述性統計表(續)

題項	平均數	標準差
07 我享受球賽是因為棒球的優美感	4.06	0.77
08 我享受觀賞球賽因為棒球對我而言是種藝術形式	3.89	0.87
09 我認為成功的球技表現與戰術執行是讓人享受球賽的重要因素	4.37	0.64
10 我喜歡勢均力敵的球隊比賽	4.53	0.64
11 我喜歡觀賞無法預測結果的球賽	4.43	0.71
12 我享受球隊競爭時產生的生理壓力	4.12	0.79
13 即使我支持的球隊比賽時，我仍較喜歡觀賞比分接近的球賽	4.10	0.88
14 我喜歡觀賞球賽因為有跟家人相處的機會	3.69	0.94
15 我喜歡和家人一同觀賞球賽	3.81	0.95
16 觀賞球賽給予我與家人聯繫的機會	3.65	0.91
17 我認為球賽中與其他球迷的互動是非常重要的部分	4.18	0.70
18 我認為球賽是與其他人社交很好的機會	4.04	0.75
19 我喜歡球賽中與鄰近座位觀眾交談的感覺	3.66	0.86
20 喜歡和其他人為伍是我觀賞球賽的原因之一	3.81	0.88
21 受到周遭朋友都是棒球迷的影響而觀賞球賽	3.82	0.90
22 我享受觀賞球賽是因為它具有娛樂價值	4.27	0.66
23 我享受觀賞球賽純粹是因為這是美好的時光	4.17	0.77
24 我認為觀賞球賽純粹是遊憩的形式	3.95	0.89
25 我觀賞球賽為了支持我的國家隊	4.48	0.68
26 當我的國家隊贏球，我覺得引以為傲	4.65	0.57

## 二、因素分析

使用因素分析的目的在於濃縮觀賞動機項目，萃取構面代替原始的變數資料。進行因素分析之前，先以 Bartlett 球型檢定 (Bartlett's Test of Sphericity) 確認各觀察值間是否存在共同變異數，資料來源是否為常態母群體，因為當資料矩陣無顯著相關性時，表示不適用因素分析。同時根據 KMO 檢定來確認樣本資料的適當性，當 KMO 值越接近 1 時，表示變項間的共同因素越多，適合進行因素分析；反之，若 KMO 值小於 0.5 時，則不宜進行因素分析 (Kaiser, 1974)。經過統計分析結果得到 KMO 值為 0.883，表示調查的資料具有適當性。另外經由 Bartlett 球型檢定的結果，p 值為 0.000，也具顯著水準，表示變數間具有相關性，適合進行因素分析。

本研究以主成分分析法進行因素分析，以最大變異法 (varimax) 的轉軸方式萃取主成分 (principal component)，強調主軸旋轉後觀測值間的關係 (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1995)，同時保留特徵值大於 1 之因素。其中題項「21 受到周遭朋友都是棒球迷的影響而觀賞球賽」，因素負荷量低於 0.5，故予以刪除。

表 4-3 為觀賞動機經轉軸後的因素分析結果，其解釋變異量達 65.65%，同時 Cronbach's  $\alpha$  值分別為 0.83、0.80、0.89、0.73、0.75、0.69 及 0.70，整體信度為 0.90，顯示本量表具有良好信度。以下進行因素命名：

經過因素分析萃取出 7 項因素構面，分別進行因素命名：

### (一) 因素一：社交

因素構面萃取之題項有「17 我認為球賽中與其他球迷的互動是非常重要的部分」、「18 我認為球賽是與其他人社交

很好的機會」、「19 我喜歡球賽中與鄰近座位觀眾交談的感覺」和「20 我喜歡和其他人為伍是我觀賞球賽的原因之一」等 4 題，皆與其他觀眾交談、互動有關，因此命名為社交。

#### (二) 因素二：成就與逃避

因素構面萃取之題項有「01 當我支持的球隊贏球，我覺得提高了球迷的地位」、「02 當我支持的球隊贏球，我會感到很有成就感」、「03 我享受觀賞球賽因為它增加我的自尊心」、「04 我認為觀賞球賽讓我有機會暫時遠離生活中的困擾」、「05 我認為觀賞球賽讓我忘記所遭遇的難題」和「06 我認為觀賞球賽是改變我日常生活步調的好機會」等 6 題，題項包含觀賞球賽能提高自尊及成就感，並藉由此活動暫時遺忘生活中的煩惱有關，故命名為成就與逃避。

#### (三) 因素三：家庭

因素構面萃取之題項有「14 我喜歡觀賞球賽因為有跟家人相處的機會」、「15 我喜歡和家人一同觀賞球賽」和「16 觀賞球賽給予我與家人聯繫的機會」等 3 題，皆透過觀賞球賽與家人有相處機會，因此命名為家庭。

#### (四) 因素四：運動欣賞

因素構面萃取之題項有「07 我享受球賽是因為棒球的優美感」、「08 我享受觀賞球賽因為棒球對我而言是種藝術形式」和「09 我認為成功的球技表現與戰術執行是讓人享受球賽的重要因素」等 3 題，皆是透過球賽欣賞球員展現棒球的美感與技術，於是命名為運動欣賞。

#### (五) 因素五：國家榮耀

因素構面萃取之題項有「26 當我的國家隊贏球，我覺得引以為傲」和「25 我觀賞球賽為了支持我的國家隊」2 題，

皆與國家隊的榮譽與愛國心有關，因此命名為國家榮耀。

(六) 因素六：緊張刺激

因素構面萃取之題項有「10 我喜歡勢均力敵的球隊比賽」、「11 我喜歡觀賞無法預測結果的球賽」、「12 我享受球隊競爭時產生的生理壓力」和「13 即使我支持的球隊比賽時，我仍較喜歡觀賞比分接近的球賽」等4題，內容與棒球比賽的不確定性及其引發的緊張、興奮感有關，於是將此動機因素命名為緊張刺激。

(七) 因素七：娛樂

因素構面萃取之題項有「22 我享受觀賞球賽是因為它具有娛樂價值」、「23 我享受觀賞球賽純粹是因為這是美好的時光」和「24 我認為觀賞球賽純粹是遊憩的形式」，題項包含觀賞球賽是休閒遊憩的活動，與朋友一同享受球賽的娛樂性，故將此因素構面命名為娛樂。

表 4-3 觀賞動機之萃取因素與信度摘要表

題項	萃取因素						
	社交	成就與逃避	家庭	運動欣賞	國家榮耀	緊張刺激	娛樂
19 我喜歡球賽中與鄰近座位	0.77						
20 我喜歡和賽球的人為伍是我	0.77						
18 我認為球賽是與其他人社交	0.75						
17 我的互動是球賽中與其他球迷	0.67						
03 我享受的觀賽自尊		0.73					
05 我認為觀賽球賽讓我忘記		0.66					
01 當我支持了球隊贏球，我		0.61					
04 我認為暫時遠離生活中的困擾		0.59					
02 當我支持球隊贏球，我		0.58					
06 我認為觀賽球賽是改變日		0.51					
16 觀賞球賽給予我與家人聯			0.85				
15 我喜歡和家人一同觀賞球			0.85				
14 我喜歡觀賽球賽因為有跟			0.84				
08 我享受觀賞球賽因為棒球				0.71			

(續下頁)

表 4-3 觀賞動機之萃取因素與信度摘要表(續)

題項	萃取因素						
	社交	成就與逃避	家庭	運動欣賞	國家榮耀	緊張刺激	娛樂
07 我享受球賽是因為棒球的優美感				0.70			
09 我認為成功的球技表現與戰術執行是讓人享受球賽的重要因素				0.62			
26 當我的國家隊贏球，我覺得引以為傲					0.78		
25 我觀賞球賽為了支持我的國家隊					0.73		
11 我喜歡觀賞無法預測結果的球賽						0.79	
13 即使我支持的球隊比賽時，我仍較喜歡觀賞比分接近的球賽						0.72	
10 我喜歡勢均力敵的球隊比賽						0.64	
12 我享受球隊競爭時產生的生理壓力						0.59	
24 我認為觀賞球賽純粹是遊憩的形式							0.80
23 我享受觀賞球賽純粹是因為這是美好的時光							0.68
22 我享受觀賞球賽是因為它具有娛樂價值							0.51
累積變異量(%)	11.54	21.92	32.12	41.38	50.04	58.53	65.65
Cronbach's $\alpha$ 值	0.83	0.80	0.89	0.73	0.75	0.69	0.70
	整體信度 0.90						

### 三、集群分析

集群分析是一種多變量分析程序，其目的在於將資料分成幾個相異性最高的群組，而群組內的相似程度最高(吳明隆，1999)。根據因素分析萃取的運動觀賞動機因素構面，以集群分析加以分群區別，進行2階段性的分析。首先以分層集群法(hierarchical methods)中的華德法(Ward's methods)決定集群數目，計算係數差變化百分比顯示，當2個集群時凝聚順序係數增加的幅度最大，惟與3個集群百分比差異僅為0.48%，為獲得更多分析資訊，因此採用3個集群數區分觀眾群體，如表4-4所示。

其次以K平均數法(K-means methods)，計算每一觀測點至任一集群最近的距離，結果顯示在424個樣本數中，屬於集群I有117個觀測值，集群II有102個觀測值，集群III有205個觀測值。主要依據K-means方法分群結果，並將觀賞動機因素分析後的七個因素構面進行單變量變異數(ANOVA)分析，觀察集群在各因素構面的平均數及顯著差異，以利於集群命名。

表 4-4 觀賞動機因素華德法集群凝聚順序表

集群數	係數	係數差變化百分比(%)
1	2961	
2	2728.167	7.86
3	2526.821	7.38
4	2371.322	6.15
5	2221.603	6.31

表 4-5 以 Likert5 點量表計算 3 個集群在 7 項觀賞動機因素構面的平均分數，經由變異數分析顯示，3 個集群在觀賞動機構面中，除了成就與逃避不顯著外，其他皆呈現顯著的差異。集群 I 觀眾，在成就與逃避構面獲得較高的分數，觀眾觀賞賽事為滿足成就與逃避之需求，於是將此集群命名為「成就與逃避群」；集群 II 觀眾，國家榮耀構面於 3 個集群中獲得最高分，亦是全部構面中的最高分，觀眾透過支持中華隊來展現愛國情操，故將此集群命名為「國家榮耀群」；集群 III 觀眾人數最多，除了國家榮耀因素分數較低外，其餘各項的平均分數均為最高，故命名為「多目標集群」。

其次，由 Scheffe's 事後檢定得知社交和國家榮耀 2 構面在 3 個集群中都呈現顯著差異。家庭在集群 II 和 III 有顯著差異；運動欣賞僅在集群 II 有顯著差異；緊張刺激在集群 I 和 II 有顯著差異；娛樂則在集群 I 和 III 有顯著差異。

表 4-5 觀賞動機集群分析及單因子變異數分析

因素構面	集群	集群	集群	F 值	Scheffe's 事後檢定		
	I n=117	II n=102	III n=205		I-II	I-III	II-III
社交	3.41	3.94	4.21	75.77 <sup>***</sup>	***	***	***
成就與逃避	4.07	4.02	4.13	1.49	-	-	-
家庭	3.42	3.62	3.93	15.20 <sup>***</sup>	-	***	***
運動欣賞	3.97	4.11	4.19	4.74 <sup>***</sup>	-	***	-
國家榮耀	4.59	4.82	4.42	18.71 <sup>***</sup>	***	**	***
緊張刺激	3.85	4.43	4.48	70.33 <sup>***</sup>	***	***	-
娛樂	4.25	3.72	4.27	35.12 <sup>***</sup>	***	-	***
集群命名	成就 與逃 避群	國家 榮耀 群	多目 標群				

註 1：\*p < 0.1；\*\*p < 0.05；\*\*\*p < 0.01。註 2：以 Likert 5 點量表計算出的平均分數。

#### 四、卡方檢定

依不同集群觀眾之社經背景變項，以卡方檢定檢視是否有差異性。從表 4-6 可得知不同觀賞動機集群中，多目標群（集群 III）觀眾數最多，且年齡平均較其他集群高，在教育程度及個人月收入上亦高於其他兩集群，職業以工商業與服務業為主。經過卡方檢定發現，3 個觀賞動機集群間的人口統計變項無顯著的差異。

表 4-6 不同動機集群之人口特性比較

人口特性		集群類別			卡方值	自由度	p值
		集群 I	集群 II	集群 III			
性別	女性	48	33	61	4.325	2	0.115
	男性	69	69	144			
年齡	18歲以下	12	7	8	16.091	14	0.308
	19~24歲	38	26	49			
	25~29歲	27	26	70			
	30~34歲	21	26	45			
	35~39歲	7	5	13			
	40~44歲	6	6	14			
	45~49歲	2	4	3			
	50歲以上	4	2	3			
教育程度	國中	7	3	4	5.869	6	0.438
	高中	21	20	33			
	大學	67	64	136			
	研究所	22	15	32			
個人月收入	20,000元以下	47	34	56	7.723	8	0.461
	20,001~40,000元	47	43	86			
	40,001~60,000元	17	18	46			
	60,001~80,000元	4	4	11			
	80,001元以上	2	3	6			
職業	學生	44	30	47	15.752	14	0.329
	工商業	25	31	63			
	服務業	15	17	35			
	軍公教	13	8	22			
	自由業	6	1	7			
	家管	1	0	3			
	農林漁牧	0	1	1			
	其他	13	14	27			

## 五、假設研究檢定

表 4-7 觀賞動機假說研究檢定

假說	結果
H <sub>1</sub> ：不同人口統計變項與觀眾觀賞動機有顯著差異。	不成立

### 第三節 觀眾之運動實體環境品質感知分析

#### 一、描述性統計分析

洲際盃棒球賽之運動實體環境感知量表共編列 20 題，為問卷的第二部分。經由描述性統計結果顯示，平均分數最高分為「04 球賽結束後能夠很容易的走到停車場」3.95，「06 該球場是個有吸引力的現代化建築」3.92 居次，顯示洲際棒球場出入口設計佳，周遭腹地足以疏散人潮；而且球場的建築設計能夠吸引觀眾的目光，提升對球場實體環境品質的知覺。

平均分數最低為「17 我覺得球場內外皆有足夠的垃圾桶」3.42，次低為「10 商品區的設計讓我容易拿到自己所要購買的商品」3.45，當觀眾覺得垃圾桶不足夠時，表示球場的環境整潔仍有待加強；商品區的擺設亦有加強改善的空間，讓民眾能夠容易的去做挑選和購買，其他詳如表 4-8 所示。

表 4-8 運動實體環境之描述性統計表

題項	平均數	標準差
01 當地的交通能讓我容易的抵達該球場	3.88	1.01
02 該球場擁有足夠的停車場	3.85	0.99
03 該球場位於相當便利的位置	3.80	1.02
04 球賽結束後能夠很容易的走到停車場	3.95	0.91
05 該球場建築具有吸引人的特質	3.88	0.94
06 該球場是個有吸引力的現代化建築	3.92	0.87
07 該球場的顏色很吸引人	3.79	0.88
08 座位能讓身體有足夠的活動空間	3.52	1.10
09 球場提供舒適的座位	3.51	1.09
10 商品區的設計讓我容易拿到自己所要購買的商品	3.45	0.95
11 球場的空間設計能讓我容易到達球場範圍任何想要去的地方	3.72	0.88
12 球場的指標能讓我容易到達自己的座位	3.85	0.88
13 球場的指標能夠幫助我前往正確的方向	3.89	0.86
14 我覺得洗手間很乾淨	3.52	1.02
15 我覺得座位很乾淨	3.58	0.98
16 我覺得整體場地很乾淨	3.75	0.91
17 我覺得球場內外皆有足夠的垃圾桶	3.42	1.02
18 該球場有高品質的計分板	3.59	1.03
19 該球場的計分板提供娛樂性質	3.64	1.01
20 該球場的計分板增加比賽刺激性	3.65	0.99

## 二、因素分析

使用因素分析的目的在於濃縮觀賞動機項目，萃取構面代替原始的變數資料。進行因素分析之前，先以 Bartlett 球型檢定 (Bartlett's Test of Sphericity) 確認各觀察值間是否存在共同變異數，資料來源是否為常態母群體，因為當資料矩陣無顯著相關性時，表示不適用因素分析。同時根據 KMO 檢定來確認樣本資料的適當性，當 KMO 值越接近 1 時，表示變項間的共同因素越多，適合進行因素分析；反之，若 KMO 值小於 0.5 時，則不宜進行因素分析 (Kaiser, 1974)。經過統計分析結果得到 KMO 值為 0.895，表示調查的資料具有適當性。另外經由 Bartlett 球型檢定的結果，p 值為 0.000，也具顯著水準，表示變數間具有相關性，適合進行因素分析。

本研究以主成分分析法進行因素分析，以最大變異法 (varimax) 的轉軸方式萃取主成分 (principal component)，強調主軸旋轉後觀測值間的關係 (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1995)，同時保留特徵值大於 1 之因素，題項「08 座位能讓身體有足夠的活動空間」，因素負荷量低於 0.5，故予以刪除。

表 4-9 為運動實體環境經轉軸後的因素分析結果，其總解釋變異量達 72.43%，同時 Cronbach's  $\alpha$  值分別為 0.86、0.85、0.84、0.88 及 0.91，整體信度為 0.93，顯示本量表具有良好信度。以下進行因素命名：

### (一) 因素一：球場整潔與座位舒適度

因素萃取之題項為「09 球場提供舒適的座位」、「14 我覺得洗手間很乾淨」、「15 我覺得座位很乾淨」和「16 我覺得整體場地很乾淨」及「17 我覺得球場內外皆有足夠的垃圾

桶」等 5 題，包含坐位舒適與球場清潔之內容，故命名為球場整潔與座位舒適度。

#### (二) 因素二：空間指標設計

因素萃取之題項有「10 商品區的設計讓我容易拿到自己所要購買的商品」、「11 球場的空間設計能讓我容易到達球場範圍任何想要去的地方」、「12 球場的指標能讓我容易到達自己的座位」及「13 球場的指標能夠幫助我前往正確的方向」等 4 題，包含球場空間的設計與指標的功能性，因此命名為空間指標設計。

#### (三) 因素三：交通便利性

因素萃取之題項為「01 當地的交通能讓我容易的抵達該球場」、「02 該球場擁有足夠的停車場」、「03 該球場位於相當便利的位置」及「04 球賽結束後能夠很容易的走到停車場」等 4 題，與棒球場的交通與停車場之設計有關，於是命名為交通便利性。

#### (四) 因素四：建築美觀

因素萃取之題項有「05 該球場建築具有吸引人的特質」、「06 該球場是個有吸引力的現代化建築」和「07 該球場的顏色很吸引人」等 3 題，皆與棒球場建築的設計有關，因此命名為建築美觀。

#### (五) 因素五：計分板

因素萃取之題項為「18 該球場有高品質的計分板」、「19 該球場的計分板提供娛樂性質」及「20 該球場的計分板增加比賽刺激性」等 3 題，皆是考驗棒球場的計分板品質及其功能性，故命名為計分板。

表 4-9 運動實體環境轉軸後之因素分析與信度摘要表

題項	萃取因素構面				計分板
	球場 整潔 與座 位舒 適度	空間 指標 設計	交通 便利 性	建築 美觀	
15 我覺得座位很乾淨	0.83				
16 我覺得整體場地很乾淨	0.77				
14 我覺得洗手間很乾淨	0.76				
17 我覺得球場內外皆有足夠的垃圾桶	0.61				
09 球場提供舒適的座位	0.50				
12 球場的指標能讓我容易到達自己的座位		0.83			
13 球場的指標能夠幫助我前往正確的方向		0.82			
11 球場的空間設計能讓我容易到達球場範圍任何想要去的地方		0.72			
10 商品區的設計讓我容易拿到自己所要購買的商品		0.50			
03 該球場位於相當便利的位置			0.83		
01 當地的交通能讓我容易的抵達該球場			0.80		
02 該球場擁有足夠的停車場			0.75		
04 球賽結束後能夠很容易的走到停車場			0.72		
07 該球場的顏色很吸引人				0.86	
06 該球場是個有吸引力的現代化建築				0.84	
05 該球場建築具有吸引人的特質				0.81	
19 該球場的計分板提供娛樂性質					0.87
20 該球場的計分板增加比賽刺激性					0.86
18 該球場有高品質的計分板					0.78
累積變異量 (%)	16.03	30.85	45.42	59.51	72.43
Cronbach's $\alpha$ 值	0.86	0.85	0.84	0.88	0.91
整體信度 0.93					

### 三、集群分析

集群分析是一種多變量分析程序，其目的在於將資料分成幾個相異性最高的群組，而群組內的相似程度最高(吳明隆，1999)。根據因素分析萃取的運動觀賞動機因素構面，以集群分析加以分群區別，進行2階段性的分析。首先以分層集群法(hierarchical methods)中的華德法(Ward's methods)決定集群數目，計算係數差變化百分比顯示，當2個集群時凝聚順序係數增加的幅度最大，與3個集群百分比差異為0.94%，為獲得更多分析資訊，因此採用3個集群數區分觀眾群體，如表4-10所示。

其次以K平均數法(K-means methods)，計算每一觀測點至任一集群最近的距離，結果顯示在424個樣本數中，屬於集群I有73個觀測值，集群II有203個觀測值，集群III有148個觀測值。主要依據K-means方法分群結果，並將觀賞動機因素分析後的五個因素構面進行單變量變異數(ANOVA)分析，觀察集群在各因素構面的平均數及顯著差異，以利於集群命名。

表 4-10 運動實體環境因素華德法集群凝聚順序表

集群數	係數	係數差變化百分比(%)
1	2115	
2	1885.171	10.87
3	1697.901	9.93
4	1545.434	8.98
5	1424.627	7.82

表 4-11 以 Likert5 點量表計算 3 個集群在 5 項觀賞動機因素構面的平均分數，經由變異數分析顯示，3 個集群在運動實體環境構面中，除了建築美觀無顯著差異之外，其他因素構面皆有顯著差異。其次，經過 Scheffe's 事後檢定發現，空間指標設計、交通便利性和計分板等構面在 3 個集群中皆達到顯著的差異性；球場整潔與座位舒適度則在集群 I 與集群 II，以及集群 II 與集群 III 之間有差異。

表 4-11 運動實體環境品質集群分析及單因子變異數分析

因素構面	集群	集群	集群	F 值	Scheffe's 事後檢定		
	I n=73	II n=203	III n=148		I-II	I-III	II-III
球場整潔與座位舒適度	3.05	4.06	3.11	119.99***	***	-	***
空間指標設計	2.84	4.10	3.64	130.92***	***	***	***
交通便利性	4.00	4.30	3.21	125.05***	***	***	***
建築美觀	3.83	3.92	3.80	0.946	-	-	-
計分板	3.03	4.05	3.35	52.838***	***	**	***
集群命名	交通便利及建築美觀	全面環境品質群	球場設計與整潔群				

註 1：\*p < 0.1；\*\*p < 0.05；\*\*\*p < 0.01。註 2：以 Likert 5 點量表計算出的平均分數。

#### 四、卡方檢定

依不同集群觀眾之社經背景變項，以卡方檢定檢視是否有差異性。從表 4-12 可得知不同運動實體環境感知中，3 個運動實體環境感知集群間的年齡及個人月收入有顯著差異，全面環境品質群(集群 II)觀眾年齡高於其他集群，卡方值達 38.11；集群 II 亦是個人月收入最高之集群，60,000 元以上收入者高於其他集群。

表 4-12 不同運動實體環境品質集群之人口特性比較

人口特性	集群類別			卡方值	自由度	p值	
	集群 I	集群 II	集群 III				
性別	女性	27	66	49	0.50	2	0.78
	男性	46	137	99			
年齡	18歲以下	1	12	14	38.11	14	0.00***
	19~24歲	16	39	58			
	25~29歲	24	61	38			
	30~34歲	18	50	24			
	35~39歲	9	11	5			
	40~44歲	3	18	5			
	45~49歲	1	7	1			
	50歲以上	1	5	3			
教育程度	國中	1	5	8	9.02	6	0.17
	高中	10	44	20			
	大學	47	126	94			
	研究所	15	28	26			
個人月收入	20,000以下	18	55	64	16.88	8	0.03**
	20,001~40,000元	32	94	50			
	40,001~60,000元	19	40	22			
	60,001~80,000元	2	8	9			
	80,001以上	2	6	3			
職業	學生	16	42	63	29.20	14	0.10
	工商業	25	66	28			
	服務業	11	35	21			
	軍公教	5	24	14			
	自由業	3	8	3			
	家管	1	3	0			
	農林漁牧	0	1	1			
	其他	12	24	18			

\* p < 0.1 ; \*\* p < 0.05 ; \*\*\* p < 0.01 。

## 五、假說研究檢定

表 4-13 觀賞動機假說研究檢定

假說	結果
H <sub>2</sub> : 不同人口統計變項在運動實體環境品質之觀眾感知有顯著差異。	部分成立

## 第四節 滿意度分析

### 一、描述性統計

滿意度量表之各題項平均值如表 4-14 所示，平均數最高值為「04 我認為本次觀賞球賽的所有花費很值得」4.09，對整體上的賽會也達到滿意 4.04，最低值仍達 3.73 為「01 我認為賽程的安排與規劃妥當」，次低為「02 我認為球場的設施能夠滿足我的需求」，顯示賽程的安排與球場的設施仍有改善的空間。各題項之 Cronbach's  $\alpha$  值皆具有 0.81 以上，顯示本量表具備良好的內部一致性。

表 4-14 滿意度之平均數與標準差

題項	平均數	標準差
01 我認為賽程的安排與規劃妥當	3.73	0.81
02 我認為球場的設施能夠滿足我的需求	3.74	0.86
03 我認為賽事的舉辦很成功	3.89	0.78
04 我認為本次觀賞球賽的所有花費很值得	4.09	0.70
05 整體上我對本次賽會感到滿意	4.04	0.68

### 二、動機集群與滿意度分析

比較 3 個觀賞動機集群之間滿意度的差異，其中題項 4「我認為本次觀賞球賽的所有花費很值得」在 3 個集群中皆獲得最高分，由此推斷洲際盃賽會的門票、飲食及紀念品之價格合理，所以獲得最高的滿意度。以單因子變異數分析結果，僅在題項 3「我認為賽事的舉辦很成功」達到 1% 顯著水準，經過 Scheffe's 事後檢定發現，成就與逃避群(集群 I)與

國家榮耀群(集群 II)之間有顯著差異，如表 4-15 所示。

表 4-15 觀賞動機與滿意度之單因子變異數分析

集群類別	成就 與逃 避群 (I)	國家 榮耀 群 (II)	多目 標群 (III)	F 值
01 我認為賽程的安排與規劃妥當	3.68	3.72	3.76	0.43
02 我認為球場的設施能夠滿足我的需求	3.72	3.72	3.76	0.14
03 我認為賽事的舉辦很成功	3.98	3.75	3.91	2.43*
04 我認為本次觀賞球賽的所有花費很值得	4.12	4.11	4.06	0.34
05 整體上我對本次賽會感到滿意	4.09	4.04	4.01	0.58

\* p < 0.1 ; \*\* p < 0.05 ; \*\*\* p < 0.01 。

### 三、運動實體環境品質集群與滿意度分析

比較 3 個運動實體環境品質集群之間滿意度的差異，和觀賞動機集群相同，認為參與洲際盃棒球賽的花費很值得獲得最高滿意度，其中全面環境品質群於各題項是滿意度最高之集群。以單因子變異數分析結果，所有題項皆達顯著差異，經過 Scheffe's 事後檢定發現，「02 我認為球場的設施能夠滿足我的需求」、「03 我認為賽事的舉辦很成功」和「05 整體上我對本次賽會感到滿意」等題於 3 個運動實體環境品質集群中皆有顯著差異，交通便利及建築美觀群(集群 I)與球場

設計與整潔群(集群 III)在題項 01 與 04 無顯著差異，如表 4-16 所示。

表 4-16 運動實體環境品質與滿意度之單因子變異數分析

集群類別	交通便利 及建築 美觀 (I)	全面 環境 品質 群 (II)	球場 設計 與整 潔群 (III)	F 值	Scheffe's 事後比較		
					I	I	II
					II	III	III
01 我認為賽程的安排與 規劃妥當	3.40	3.92	3.62	14.01***	***	-	***
02 我認為球場的設施能 夠滿足我的需求	3.32	4.00	3.59	22.83***	***	*	***
03 我認為賽事的舉辦很 成功	3.55	4.09	3.79	15.87***	***	*	***
04 我認為本次觀賞球賽 的所有花費很值得	3.85	4.31	3.91	20.59***	***	-	***
05 整體上我對本次賽會 感到滿意	3.68	4.23	3.96	20.48***	***	**	***

\* p < 0.1 ; \*\* p < 0.05 ; \*\*\* p < 0.01 。

#### 四、研究假說檢定

表 4-17 滿意度假說研究檢定結果

假說	結果
H <sub>3</sub> : 不同觀眾滿意度之集群在觀眾滿意度有顯著差異。	部分成立
H <sub>4</sub> : 不同運動實體環境品質感知之集群與觀眾滿意度有顯著差異。	成立

## 第五節 遊憩效益結果分析

### 一、變數項目

根據調查統計結果，觀眾願意進場觀賞棒球賽平均為 3.27 次；以時間的機會成本加上運輸的直接成本和現場花費總和之旅遊成本平均為 933 元；替代地點以台北市花卉博覽會估計受訪者居住地至花卉博覽會的距離計算成本，其旅遊成本為 1,847 元；受訪者每月的薪資平均為 30,708 元；觀賞動機與運動實體環境品質感知則以因素分數計算之，詳如表 4-18 所示。

表 4-18 變數項目與平均數

變數項目	內容	平均數
旅遊次數	觀賞棒球賽次數	3.27(次)
參加洲際盃棒球賽的旅遊成本(工資率 1/3)	包括時間的機會成本、運輸的直接成本和現場花費	933 (元)
替代地點旅遊成本平均(工資率 1/3)	選擇台北市花卉博覽會為替代地點，以受訪者居住地至花卉博覽會的距離計算成本	1,847 (元)
個人月收入	受訪者每月的薪資平均	30,708(元)
觀賞動機	因素分數	
運動實體環境品質感知	因素分數	

## 二、遊憩效益估計

本研究使用 Limdep8.0 計量軟體，將觀賞洲際盃棒球賽之觀眾的旅遊成本與替代地點的旅遊成本，採用 on-site POIS 模型進行估計以降低現場訪問所產生自動分層之誤差。

首先，分別建立 3 組 on-site POIS 模型，模型 I 放入的變數有旅遊成本、替代地點旅遊成本和個人每月所得；模型 II 除了前述三項外，再加上七項觀賞動機因素；模型三則將觀賞動機因素替換為運動實體環境品質因素。接著檢驗模型的適配度，模型 I 的卡方值為 86.206，大於  $\chi^2_{0.95}(4)=9.488$ ；模型 II 的卡方值為 95.621， $\chi^2_{0.95}(11)=19.675$ ，模型 III 的卡方值為 104.813， $\chi^2_{0.95}(9)=16.919$ ，3 組模型皆呈現顯著，表示其拒絕所有係數為 0 的假設，可通過適配度的檢定。

表 4-19 的 on-site POIS 模型檢定，旅遊成本在三組模型中皆達到 1% 的顯著水準，且為負值，旅遊成本的符號與預期相同，為負值，顯示旅遊成本與參與次數呈現負相關，即當旅遊成本增加時，參與次數則會減少；替代地點旅遊成本達到 1% 顯著水準，且呈現正向關係，因為當旅遊成本增加時，觀眾會尋求其他替代地點，所以替代地點的旅遊成本因此而與觀眾參與棒球賽的次數為正相關。個人每月所得亦達 1% 顯著水準，呈現負號同預期結果相反，一般情況所得應與遊憩次數為正向關係，收入越高則遊憩次數應會增加。當收入增加，對遊憩商品和服務消費卻減少，且所得彈性為負，稱為劣等財(Loomis & Walsh, 1997)。本研究結果與 Poor and Smith (2004)研究美國馬里蘭州的瑪麗市所做的文化遺址地點的旅遊成本分析，以及鄭珈麟(2007)探討田尾公路花園的遊憩效益相同，個人月收入彈性皆為負，視遊憩地點為

劣等財，所以當收入越高者，則會考慮其他遊憩地點。

由觀眾統計結果資料可得知，參與洲際盃棒球賽的觀眾以工商業與學生居多，亦多來自中部地區，臺中縣市的觀眾居冠，月收入以 20,001~40,000 元為主。所得與遊憩次數呈現負相關，表示所得越高的觀眾參與棒球賽的次數越少，由此判定所得越高的觀眾群，有較多的可能性參與其他的遊憩活動。家庭和國家榮耀等動機因素皆與旅遊次數達到顯著差異，其中僅家庭動機因素是正向相關，表示參與洲際盃棒球賽的觀眾擁有越強烈的家庭因素動機，前往球場觀賽的意願越高；國家榮耀為負相關，該構面因素獲得較高的平均數，可能與觀眾不一定會選擇洲際盃棒球賽作為展現愛國心的唯一選擇有關。運動實體環境品質方面，球場整潔與座位舒適度和建築美觀兩因素構面達到顯著水準，球場整潔與座位舒適度與參與次數呈現負相關，表示球場整潔與座位舒適不佳，才產生此情形，即當球場整潔與座位舒適度會影響觀眾參與的次數，球場建築的美觀程度越佳，則觀眾觀看球賽的意願也隨之增加。滿意度與參與次數達到 1% 的顯著水準，且呈現負相關，應與觀眾對於賽程安排及場館設施的滿意度低於平均滿意度，所以出現負相關的情形。

估計遊憩效益以消費者剩餘來推算，平均每人消費者剩餘為 14,469 元，較每人旅遊成本增加 13,536 元，且依據現場的觀眾人數統計，所有場次的觀眾人數為 53,356 人，以此推估模型 I 的遊憩效益為 772,200,964 元；模型 II 當加入觀賞動機因素時，總遊憩效益為 804,028,202 元，增加了 31,827,238 元；模型 III 若加入運動實體環境品質因素，總遊憩效益則為 796,685,479 元，亦增加了 24,484,515 元。

表 4-20 針對觀賞動機與運動實體環境品質之因素構面，探討正負相關值對遊憩效益變動的影響，結果顯示不論是觀賞動機還是運動實體環境品質之因素構面，正相關者皆有助於提高遊憩效益，而負相關者則降低遊憩效益。此結果與 Loomis & Walsh (1997)所提出的論點一致，正向關係表示當消費者願付價值超越原本預期的卻想消費更多，將造成需求曲線向右移，消費者剩餘隨之增加；負相關則是願付價值低，造成需求曲線向左移，減少消費者剩餘。

由以上可得知，加強觀賞動機與強化實體環境品質能夠增加遊憩效益，因此，重視觀眾的動機因素，以及提升觀眾對運動實體環境品質的感知，是主辦單位欲提高收益不容忽視的要素。

表 4-19 on-site 波松模型之參數估計

變數	POIS		
	I	II	III
常數項	3.6212*** (11.025)	3.4956*** (11.4572)	3.2980*** (10.8601)
旅遊成本	-0.000226*** (-7.214)	-0.000217*** (-6.93287)	-0.000219*** (-6.95609)
替代地點旅遊成本	0.000105*** (3.60883)	0.000102*** (3.47866)	0.000105*** (3.58992)
個人每月所得	-0.1574*** (-5.11461)	-0.1667*** (-5.31327)	-0.1476*** (-4.73453)
滿意度	-0.0530* (-1.75399)	-0.04275 (-1.2758)	-0.06176* (-1.7288)
MOT01 社交		0.0166 (0.81154)	
MOT02 成就與逃避		-0.0115 (-0.56447)	
MOT03 家庭		0.0377* (1.81021)	
MOT04 運動欣賞		-0.0191 (-0.94139)	
MOT05 國家榮耀		-0.0400** (-2.01061)	
MOT06 緊張刺激		0.0077 (0.37943)	
MOT07 娛樂		-0.0131 (-0.65197)	
ENV01 球場整潔與座位 舒適度			-0.0720*** (-3.6252)
ENV02 空間指標設計			-0.0118 (-0.569)
ENV03 交通便利性			-0.0195 (-0.98118)
ENV04 建築美觀			0.0396* (1.92838)
ENV05 計分板			0.0105 (0.51005)
log likelihood	-1239.306	-1234.599	-1230.003
restricted log likelihood	-1282.409	-1282.409	-1282.409
chi-squared	86.206	95.62091	104.8129

註：括號裡的值為 t 值；\* p < 0.1；\*\* p < 0.05；\*\*\* p < 0.01。

表 4-20 各模型總遊憩效益與平均每人消費者剩餘

模型	模型 I	模型 II	模型 III
總遊憩效益	772,200,964	804,028,202	796,685,479
平均每人消費者剩餘	14,469	15,069	14,931

單位為元。

#### 四、假說研究檢定

表 4-21 遊憩效益研究假說檢定結果

假說	結果
H <sub>5</sub> ：不同觀賞動機對遊憩效益有顯著影響。	部分成立
H <sub>6</sub> ：不同運動實體環境品質感知對遊憩效益有顯著影響。	部分成立
H <sub>7</sub> ：滿意度對遊憩效益有顯著影響。	成立

## 第五章 結論與建議

本研究主要在探討觀眾參與洲際盃棒球賽的觀賞動機、運動實體環境品質感知、滿意度與遊憩效益之間的關係，因此本章節將針對研究結果歸納出實際應用方針，給予相關單位作為改善與參考之用。

### 第一節 結論

#### 一、觀賞動機

觀賞動機各題項平均分數最高者為「當我的國家隊贏球，我覺得引以為傲」，其次為「我喜歡勢均力敵的球隊比賽」平均分數，而「我享受觀賞球賽因為它增加我的自尊心」為最低，次低者為「觀賞球賽給予我與家人聯繫的機會」。研究結果表示觀眾參與洲際盃棒球賽時，中華隊的表現能夠引起觀眾的愛國情操，而實力相當的對戰組合也能夠吸引觀眾前往球場觀賽，相對而言，觀賞球賽較無法提升自尊心，家人因素對參與球賽動機也較低。

經過研究調查並以因素分析萃取出 7 項觀賞動機之因素，分別為社交、成就與逃避、家庭、運動欣賞、國家榮耀、緊張刺激及娛樂。觀眾觀賞球賽的動機因素不僅會影響參與的人數，亦可視為重要的參考指標，所以瞭解觀眾的動機，可提高觀眾人數與提供主辦單位參考之依據。雖然洲際盃棒球賽已是最後一屆，往後仍有相關大型國際賽事，因此，依本研究結果，將來主辦單位應以號召球迷支持中華隊為主要宣傳要點，吸引更多球迷觀眾參與。

根據集群分析結果，可分為「成就與逃避群」、「國家榮

耀群」和「多目標群」，經由變異數分析顯示，3個動機集群在觀賞動機構面中，除了成就與逃避不顯著外，其他皆呈現顯著的差異。由 Scheffe's 事後檢定得知國家榮耀群(集群 II)重視國家榮耀，多目標群(集群 III)則最重視社交及家庭。若以多目標群觀眾為主要目標市場，建議主辦單位可強調為中華隊加油的號召吸引觀眾，利用周邊活動增加觀眾互動的機會，提供家庭套票的優惠吸引家庭一同前往球場觀看賽事，將能提升觀眾親臨現場觀賽的意願。

## 二、運動實體環境品質感知

在運動實體環境品質感知部分，經過統計結果，平均分數最高分為「球賽結束後能夠很容易的走到停車場」，「該球場是個有吸引力的現代化建築」居次，顯示洲際棒球場出入口設計佳，周遭腹地足以疏散人潮；而且球場的建築設計能夠吸引觀眾的目光，提升對球場實體環境品質的知覺。「我覺得球場內外皆有足夠的垃圾桶」分數為最低，次低為「商品區的設計讓我容易拿到自己所要購買的商品」，當觀眾覺得垃圾桶不足夠時，表示球場的環境整潔仍有待加強；商品區的擺設亦有加強改善的空間，讓民眾能夠容易的去做挑選和購買。

因素分析後共萃取出7項因素構面，分別是球場整潔與座位舒適度、空間指標設計、交通便利性、建築美觀和計分板。研究結果顯示，觀眾對交通與指標設計的認知程度較高，可得知洲際棒球場地理位置佳，應與當地民眾居多有關，交通上認為較便利，另一方面球場清潔獲得較低分數，垃圾桶的數量、洗手間、座位等整體上的清潔仍有待加強。

根據集群分析結果，可分為「交通便利及建築美觀群」、「全面環境品質群」和「球場設計與整潔群」，經由變異數分析顯示，3個集群在運動實體環境構面中，除了建築美觀之因素構面無顯著差異外，其他因素構面皆有顯著差異。其次，經過Scheffe's 事後檢定發現，空間指標設計、交通便利性和計分板等構面在3個集群中皆達到顯著的差異性；全面環境品質群(集群II)最重視的因素為球場整潔與座位舒適度、空間指標設計、交通便利性及計分板。以卡方檢定可得知3個運動實體環境感知集群間的年齡及個人月收入有顯著差異，全面環境品質群(集群II)觀眾年齡高於其他集群，集群II亦是個人月收入最高之集群，60,000元以上收入者高於其他集群。故欲增加全面環境品質群觀眾則可加強球場整潔，提升座位舒適度，空間的設計與安排達到最佳化，設立清楚的指標指引方向，提供娛樂性質豐富的計分板大螢幕，增加觀賞球賽的樂趣與體驗，以及針對該集群平均收入較高，可推出較高等級的活動促銷，提高觀眾的願付價值。

### 三、觀賞動機、運動實體環境品質感知與滿意度

滿意度的評量上，「我認為本次觀賞球賽的所有花費很值得」為最高，對整體上的賽會也達到滿意，最低值為「我認為賽程的安排與規劃妥當」，次低為「我認為球場的設施能夠滿足我的需求」，顯示觀眾參與洲際盃棒球賽是一項值回票價的遊憩活動，因此在整體滿意度上是符合觀眾的期待；另外，賽程的安排與球場的設施仍有改善的空間，雖無法滿足所有的觀眾，但應以多數的觀眾感到滿意為目標。

觀賞動機與滿意度之間影響，於題項「我認為本次觀賞

球賽的所有花費很值得」在 3 個動機集群中皆獲得最高分，由此推斷洲際盃賽會的門票、飲食及紀念品之價格合理，所以獲得最高的滿意度。以單因子變異數分析結果，僅在「我認為賽事的舉辦很成功」達到 1% 顯著水準，經過 Scheffe's 事後檢定發現，成就與逃避群(集群 I)對於花費的值得性滿意度最高。

運動實體環境品質集群觀眾認為參與洲際盃棒球賽的花費很值得獲得最高滿意度，其中全面環境品質群於各題項是滿意度最高之集群。以單因子變異數分析結果，所有題項皆達顯著差異，經過 Scheffe's 事後檢定發現，「我認為球場的設施能夠滿足我的需求」、「我認為賽事的舉辦很成功」和「整體上我對本次賽會感到滿意」等題於 3 個運動實體環境品質集群中皆有顯著差異，其中，全面環境品質群(集群 II)觀眾對於球場設施及整體上之滿意度最高，而球場設計與整潔群(集群 III)則對賽事舉辦成功之滿意度最高。由以上可知，觀眾對於參與洲際盃棒球賽感到滿意，由其在賽事的花費上滿意度最佳，可反映洲際盃棒球賽在門票及周邊商品的價格合理，同時賽事的精彩程度也獲得觀眾認為值回票價。

另外，針對球賽的勝敗結果探討觀眾滿意度是否有不同，根據本研究預試之場次(韓國 V.S. 中華)為勝場，正式問卷場次(義大利 V.S. 中華)為敗場，從滿意度各題項之平均分數來看，勝場之平均滿意度皆略高於敗場，故本研究結果中華隊勝場的滿意度高於敗場之滿意度。

#### 四、遊憩效益

根據遊憩效益估計之結果，發現觀眾將參與洲際盃棒球賽視為劣等財。所得與遊憩次數呈現負相關，表示所得越高的觀眾參與棒球賽的次數越少，由此判定所得越高的觀眾群，有較多的可能性參與其他的遊憩活動。

估計遊憩效益以消費者剩餘來推算，每人消費者剩餘為14,469元，模型I的遊憩效益為772,200,964元；模型II當加入觀賞動機因素時，增加了31,827,238元；模型III加入運動實體環境品質因素，亦增加了24,484,515元。因素構面與參與次數正相關者皆有助於提高遊憩效益，而負相關者則降低遊憩效益。此結果與Loomis & Walsh (1997)所提出的論點一致，正向關係表示當消費者願付價值超越原本預期的卻想消費更多，將造成需求曲線向右移，消費者剩餘隨之增加；負相關則是願付價值低，造成需求曲線向左移，減少消費者剩餘。於是加強觀賞動機如社交、家庭和緊張刺激，與強化運動實體環境品質，如建築美觀、計分板等因素，能夠增加遊憩效益，因此，重視觀眾的動機因素，以及對運動實體環境品質的感知，是主辦單位欲提高收益不容忽視的要素。

有別於以往探討國際大型賽事時，多數研究僅著重在心理認知的動機、服務品質和滿意度，本研究率先將遊憩效益應用於運動賽事上，以貨幣價值估計出該賽會所創造的經濟效益，希冀能提供相關單位做為參考，於往後舉辦之賽事能創造更好的經濟價值，促進臺灣運動產業的蓬勃發展。

## 第二節 建議

### 一、對未來舉辦國際大型賽會之建議

根據研究結果與討論，本研究對國際大型賽會提出以下建議：

#### （一）動機方面

多目標動機群觀眾人數最多，主辦單位可視之為主要族群，善用各動機因素之特性，規畫全方位的行銷策略，吸引更多的觀眾進場觀賞賽事。由於洲際盃棒球賽屬於國際賽，國人對國家隊的情感依附相當強烈，欲提升該集群之滿意度，可針對具有此特性的觀眾族群進行策略性行銷，以滿足觀眾參與球賽展現國家意識之需求。

#### （二）運動實體環境品質方面

全面環境品質群人數最多，在滿意度上也是最高，因此瞭解此觀眾群的需求意見，將能提升往後相關賽會的人數與收益。由本研究結果發現，欲提高該集群觀眾的滿意度，應加強球場整體上的整潔，提升座位的設計與舒適度，以及提供娛樂性質高的計分板大螢幕，滿足觀眾對運動實體環境的需求。

#### （三）滿意度方面

滿意度普遍獲得觀眾認同，值得注意的是在賽程的安排上是滿意度最低的，安排中華隊的場次應不要僅集中在單一場地，可將部分場次在其他具有高品質之場地做安排，將能夠吸引其他地區球迷進場觀賞賽事。

#### （四）遊憩效益方面

由研究結果顯示動機因素、運動實體環境品質因素與遊

憩效益之增加有關，於動機方面則應注重家庭與提升國家榮耀兩因素構面，運動實體環境品質方面則應改善球場整潔與座位舒適度，和維持建築美觀，亦有助於增加觀眾之參與次數。

## 二、對未來相關研究之建議

本研究僅侷限於單一球場進行檢測，未來進行相關研究時，可依全臺灣仍有在使用的球場進行探討，檢視臺灣棒球場的實體環境品質，提供管理單位參考之依據，進行改善與補強之意見。本研究之遊憩效益估計僅採用 on-site POIS 模型，可建議往後採用多種研究模型進行探討，例如 TPOI、NB、TNB 等，比較不同研究模型之差異性，將可強化研究結果之估計，減少誤差值，估計出最適當的遊憩效益，才不至於低估原本應有的經濟效益，以求獲得較精確的結果。往後研究可望比較職棒球迷與國際棒球賽事觀眾是否有區隔，或是具有重疊性，以利提供相關單位針對市場區隔制定不同行銷策略，以及球迷特性而採用不同宣傳方式，提高球迷觀賞意願與主辦單位之營利。

## 參考文獻

### 一、中文部分

- 吳明隆(1999)。SPSS統計應用實務。台北：松崗電腦圖書。
- 吳明隆、涂金堂(2009)。SPSS與統計應用分析。台北市：五南書局。
- 林惠玲、陳正倉(2001)。統計學-方法與應用。台北：雙葉書廊有限公司。
- 林樹旺、林士彥、張良漢(2006)。職業棒球場地服務品質之研究。運動休閒餐旅研究，1(1)，1-25。
- 林靈宏(1994)。消費者行為學。台北：五南圖書。
- 林隆儀、黃榮吉、王俊人譯(2005)。Essentials of Marketing Research(2e)。台北：雙葉書廊。
- 邱皓政(2000)。量化研究與統計分析：SPSS中文視窗版資料分析範例解析。台北市：五南書局。
- 侯欣圻(2010)。2009年世界運動會遊客觀賞動機、體驗行銷與滿意度之研究。未出版碩士論文，國立臺灣體育學院，台中市。
- 高俊雄、溫景財(1998)。職業運動員休閒利益與自覺訓練效果關係之研究—以台灣職棒大聯盟本土球員為例。戶外遊憩研究，11(4)，43-57。
- 陳麗琴、汪大雄、黃進睦、林國銓(2002)。福山植物園遊憩效益研究。臺灣林業科學，17(3)，375-385。
- 梁業隆(2010)。2009高雄世運會撞球賽現場觀眾觀賞動機與滿意度之研究。未出版碩士論文，國立屏東教育大學，

- 屏東縣。
- 黃俊英(2000)。行銷研究概論。台北:華泰文化。
- 黃俊英(2001)。行銷學的世界。台北:天下文化。
- 黃錦煌、蕭柏勳、葉純菊(2006)。臺灣咖啡節遊憩效益評估之研究。戶外遊憩研究, 19(3), 1-21。
- 彭小惠(2007)。94學年度UBA主場運動觀眾消費頻率、觀賞動機與滿意度之研究。台灣體育運動管理學報, 6, 99-116。
- 楊奕瑋(2008)。2007-2008球季超級籃球聯賽於新莊體育館舉辦之經濟效益評估。未出版碩士論文, 臺灣師範大學運動與休閒管理研究所, 台北市。
- 溫智璇(2010)。2009年臺北聽障奧運會桌球現場觀眾之觀賞動機與滿意度研究。未出版碩士論文, 高雄師範大學, 高雄市。
- 鄭珈麟(2007)。田尾公路花園環境品質與遊憩效益評估。未出版碩士論文, 明道大學, 彰化縣。
- 鄭蕙燕、張偉祐、林政德(2000)。四草野生動物保護區遊客之遊憩效益與時間成本: 截斷式波爾生模型之應用。農業經濟, 67, 161-179。
- 蔡瑞宇(1996)。顧客行為學。台北:天一圖書。

## 二、英文部分

- Alberini, Zanatta., & Rosato (2007). Combining actual and contingent behavior to estimate the value of sports fishing in the Lagoon of Venice. *Ecological economics*, 61, 530-541.
- Baker J. (1986). *The role of the environment in marketing services: the consumer perspective*. In: Cecil JA, editor. *The services challenge: integrating for competitive advantage*. Chicago, IL: American Marketing Association, 79– 84.
- Baker, J., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). The marketing impact of branch facility design. *Journal of Retail Banking*, 10(2), 33-42.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Bitner M. J. (1992). Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56, 57-71 (April).
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1982). Marketing services by managing the environment. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 23(1), 35-39.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49.

- Branscombe, N. R., & Wann, D. L. (1991). The Positive Social and Self Concept Consequences of Sports Team Identification. *Journal of sport & social issue, 15*, 115-127.
- Branscombe, N. R., & Wann, D. L. (1994). *Sport psychology. In Magill's survey of social sciences : Psychology (2363-2368)*. Pasadena, CA : Salem Press.
- Brauer, R. L. (1992). *Facilities planning : The user requirements method*. New York : AMACOM.
- Cesario, F. J. (1976). Value of Time in Recreation Benefit Studies. *Land Economic, 52*, 32-41.
- Churchill, G. A., & Surprenant C. (1982). An Investigation into to The Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research, 19*, 491-504.
- Day, r. l. (1988). Extending the Concept of Consumer Satisfaction. *Atlanta association of consumer research, 4(20)*, 149-154.
- DeVellis, R. F. (1991). *Scale Development Theory and Application*. London : SAGE.
- Dovidow & Uttal, (1989). *Total Customer Service: The Ultimate Weapon*. NY : Harper Perennial.
- Driver, B. L., Brown, P. J., & Peterson, G.L. (1991). *Benefit of Leisure*. Venture Publishing, Inc.
- Duncan, M. C. (1983). The symbolic dimensions of spectator sport. *Quest, 35*, 29-36.
- Engel, J. F., Blackwell, R.D., & Miniard, P. W. (1995).

- Consumer Behavior*, (7th ed). Fort Worth : Dryden Press
- Funk, D. C, Mahony, D. F., Nakazawa, M., & Hiragawa, S. (2001). Development of the Sport Interest Inventory (SII): implication for measuring unique consumer motives at sporting events. *International Journal of Sport Marketing and Sponsorship*, 3, 291-31.
- Funk, D., Mahony, D., & Ridinger, L. (2002). Characterizing consumer motivation as individual difference factors: augmenting the Sport Interest Inventory (SII) to explain level of spectator support. *Sport Marketing Quarterly*, 11(1), 33-44.
- Gantz, W. (1981). An exploration of viewing motives and behaviors associated with television sports. *Journal of Broadcasting*, 25, 263-275.
- Gantz, W., & Wenner, L. A. (1995). Fanship and the television sports viewing experience. *Sociology of Sport Journal*, 12, 56-74.
- Gum, R. L., & Martin, W. E. (1975). Problems and solutions in estimating the demand for and value of rural outdoor recreation. *American Journal of Agricultural Economics*, 57(6), 558-566.
- Guttman, A. (1986). *Sports spectators*. New York : Columbia University Press.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings*. New York: Macmillan.

- Hansen, H., & Gauthier, R. (1989). Factors affecting attendance at professional sport events. *Journal of Sport Management, 3*, 15-32.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer Behavior*. Prentice Hall.
- James, J. D., & Ross, S. D. (2002). The Motives of Sport Consumers : A Comparison of Major and Minor League Baseball. *International Journal of Sport Management, 3*(3), 180-198.
- Kahle, L. R., Kambara, K. M., & Ross, G. M. (1996). A functional model of fanattendance motivations for college football. *Sports Marketing Quarterly, 5*(4), 51-60.
- Kaiser, E. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrics, 39*(1), 31-36.
- Kim S., Greenwell T. C., Andrew D. P., Lee J., & Mahony D.F. (2008). An Analysis of Spectator Motives in an Individual Combat Sport: A Study of Mixed Martial Arts Fans. *Sport Marketing Quarterly, 17*, 109-119.
- Lambrecht, K. W., Kaefer F., & Ramenofsky S. D. (2009). Sportscape Factors Influencing Spectator Attendance and Satisfaction at a Professional Golf Association Tournament. *Sport Marketing Quarterly, 18*, 165-172.
- Lever, J., & Wheeler, S. (1984). The Chicago tribune sports page, 1900-1975. *Sociology of Sport Journal, 1*, 299-313.

- Loomis, J. (2005). *Updated outdoor recreation use values on national forests and other public lands* (Pacific Northwest Research Station, General Technical Report PNW-GTR-658). Portland, OR:USDA Forest Service.
- Loomis, J., Tadjion, O., Watson, P., Wilson, J., Davies, S., & Thilmany, D. (2009). A Hybrid Individual–Zonal Travel Cost Model for Estimating the Consumer Surplus of Golfing in Colorado. *Journal of Sports Economics*, 10(2), 155-167.
- Loomis, J., & Walsh, R. G. (1997). *Recreation economic decisions: Comparing benefits and costs*. Pennsylvania Venture Press.
- Mahony, D. F., Nakazawa, M., Funk, D. C., James, J. D., & Gladden, J. M. (2002). Motivational factors influencing the behavior of J. League spectators. *Sport Management Review*, 5(1), 1–24.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York : Harper & Row.
- McConnell, K. E. (1975). Some Problems in Estimating the Demand for Outdoor Recreation. *American Journal of Agricultural Economics*, 57(2), 330-334.
- Mehrabian A., & Russell J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology.
- Milne, G., & McDonald, M. (1999). *Sport marketing: Managing the exchange process*. Sudbury, MA: Jones and

Bartlett Publishers.

- Mullin, B. I., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2000). *Sport Marketing (2nd ed.)*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of antecedents and consequences of satisfaction decision. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Owen J. G. (2006). The Intangible Benefits of Sports Teams. *Public finance and management*, 6(3), 321-345.
- Poor, P. J., & Smith, J. M. (2004). Travel Cost Analysis of a Cultural Heritage Site : The Case of Historic St.Mary's City of Maryland. *Journal of Cultural Economic*, 28(3), 217-229.
- Rosenberg (1979). *Conceiving the Self*. NY: Basic Books.
- Shank, M. D. (2002). *Sports Marketing: A Strategic Perspective (2nd ed)*. Prentice Hall, Upper Saddle River : NY.
- Shaw, D. (1988). On-site samples' regression : Problem of non-negative integers, truncation and endogenous stratification. *Journal of Economics*, 37, 211-223.
- Sloan, L. R. (1989). The motives of sports fans. In J. H Goldstein (Ed.), *Sports, Games, and Play: Social & Psychological Viewpoints (2nd ed., 175-240)*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Smith, G. J. (1988). The noble sports fan. *Journal of Sport & Social Issues*, 12, 54-65.
- Solomon, M. R. (1991). *Consumer behavior : Buying, having and being*. Boston : Allyn and Bacon.
- Tom, G., Barnett, T., Lew, W., & Selman, J. (1987). Cueing the customer : the role of salient cues in consumer perception. *Journal of Consumer Marketing*, 4, 23-28.
- Trail, G., Anderson, D., & Fink, J. (2000). A theoretical model of sport spectator consumption behavior. *International Journal of Sport Management*, 3, 154-180.
- Trail, G., & James, J. (2001). Analysis of sport fan motivation scale. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108-128.
- Wakefield K.L., & Blodgett J. G. (1994). The importance of servicescapes in leisure settings. *Journal of Services Marketing*, 8, 66-76 (Fall).
- Wakefield K.L., Blodgett J.G., & Sloan H.J. (1996). Measurement and management of the sportscape. *Journal of Sport Management*, 10, 15-31 (January).
- Wakefield K.L., & Sloan H.J. (1995). The effects of team loyalty and selected stadium factors on spectator attendance. *Journal of Sport Management*, 9(2), 153-72.
- Wann, D. L. (1995). Preliminary validation of the Sport Fan Motivation Scale. *Journal of Sport and Social Issues*, 19(4), 337-396.
- Wann, Schrader., & Wilson. (1999). Sport Fan Motivation : Questionnaire Validation, Comparisons By Sport, And

Relationship to Athletic Motivation. *Journal of Sport behavior*, 22, 1.

Wenner, L.A., & Gantz, W. (1989). The audience experience with sports on television. In L. A. Wenner (Ed.), *Media, sports, and society* (pp.241-268). Newbury Park, CA : Sage.

Zillmann, D., Bryant, J., & Sapolsky, B. S. (1989). *Enjoyment from sports spectatorship*. In J. H. Goldstein (Ed), *sports, games, and play : social and psychological viewpoints* (2nd ed., pp.241-278). Hillsdale, NJ:Erlbaum.

## 附錄一

### 洲際盃現場觀眾之觀賞動機、運動實體環境滿意度及遊憩效益研究問卷

親愛的觀眾您好：

首先感謝您的協助，使得本研究能夠順利進行。這份問卷主要想了解您對洲際盃棒球賽的觀賞動機、棒球場實體環境品質的意見，以及遊憩效益評估。本問卷為研究的，僅供學術之用，因此您的填答結果並不會對外公開，請您放心填答。感謝您的支持與合作。

國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班

指導教授：黃錦煌 博士

研究生：吳婉綾 敬啟

請在下列各題項中您認為的同意程度□中打勾

#### 第一部分：觀賞球賽的參與動機

題項	非常 同意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
1. 當我支持的球隊贏球，我覺得增加了球迷的地位.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 當我支持的球隊贏球，我會感到很有成就感.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我享受觀賞球賽因為它增加我的自尊心.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我認為觀賞球賽讓我有機會暫時遠離生活中的問題.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我認為觀賞球賽讓我忘記所遭遇的難題.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我認為觀賞球賽是很好的機會去改變我固有的步調.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我認為觀賞球賽對我而言是逃避日常生活的活動.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我享受球賽是因為棒球的優美感.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我享受觀賞球賽因為對我而言棒球是個藝術形式.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我認為成功的球技表現與戰術執行是讓人享受球賽的重要因素	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我喜歡勢均力敵的球隊比賽.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我喜歡觀賞結果無法預測的球賽.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 我享受球隊競爭時產生的生理壓力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 即使我支持的球隊比賽時，我仍較喜歡觀賞比分接近的球賽...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 我喜歡觀賞球賽因為有跟家人相處的機會.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(續下頁)

題項	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
16. 我喜歡與家人一同觀賞球賽.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 觀賞球賽給予我與家人聯繫的機會.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 我認為球賽中與其他球迷的互動是非常重要的部分.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 我認為球賽是很好的機會與其他人社交.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 我喜歡球賽中與鄰近座位的觀眾交談.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 我喜歡和其他人為伍是我觀賞球賽的原因之一.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 周遭的朋友都是棒球迷是我觀賞球賽的原因之一.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 我享受觀賞球賽是因為它具有娛樂價值.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. 我享受觀賞球賽的單純是因為這是美好的時光.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. 我認為觀賞球賽純粹是遊憩的形式.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. 我觀賞球賽為了支持我的國家隊.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. 當我的國家隊贏球我覺得引以為傲.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. 愛國主義是我觀賞球賽最大的原因.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 第二部分：球場環境品質

題項	非常滿意	滿意	沒意見	不滿意	非常不滿意
01. 當地的交通能讓我容易的抵達該球場.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02. 該球場擁有足夠的停車場.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03. 該球場位於便利的位置.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04. 球賽結束後能夠容易的走到停車場.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
05. 該球場建築具有吸引人的特質.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(續下頁)

題項	非常滿意	滿意	沒意見	不滿意	非常不滿意
06. 該球場是個有吸引力的現代化裝飾.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
07. 該球場漆上吸引的顏色.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
08. 座位的安排提供足夠的空間.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
09. 座位能讓身體有足夠的活動空間.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 球場提供舒適的座位.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 球場的空間設計能讓我容易拿到所要購買的商品.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 球場的空間設計能讓我容易到達自己的座位.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 球場的空間設計能讓我容易到達洗手間.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 球場的空間設計能讓我容易到達球場範圍任何想要去的地方...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 商品區有足夠的空間應付人潮.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 洗手間有足夠的空間應付人潮.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 通道有足夠的空間應付人潮.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 球場有足夠的空間應付人潮.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 球場的指示牌能夠幫助我往正確的方向.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 球場的指示牌能夠清楚的標示方向和位置.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 該球場有高品質的記分板.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 該球場的計分板提供娛樂看板.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 該球場的計分板增加比賽刺激性.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(續下頁)

### 第三部分：整體滿意度

題項	非常滿意	滿意	沒意見	不滿意	非常不滿意
01. 我認為賽程的安排與規劃妥當.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02. 我認為球場的設施能夠滿足我的需求.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03. 我認為賽事的舉辦很成功.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04. 我認為本次觀賞球賽的所有花費很值得.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
05. 整體上我對本次賽會感到滿意.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 第四部分：個人資料

- 請問您的性別是：男 女。
- 請問您的居住地為：\_\_\_\_\_縣/市\_\_\_\_\_鄉/鎮\_\_\_\_\_區
- 請問您的年齡為：  
未滿 18 歲 19~24 歲 25~29 歲 30~34 歲 35~39 歲  
40~44 歲 45~49 歲 50 歲以上
- 教育程度：國小 國中 高中 大專 研究所(含)以上
- 職業：學生 工商業 服務業 軍公教 自由業 家管 農林漁牧業 其它
- 個人每月所得：20,000 元以下 20,001 元~40,000 元 40,001 元~60,000  
60,001 元~80,000 元 80,001 元以上
- 本次您花費門票多少\_\_\_\_\_元；球隊周邊商品\_\_\_\_\_；其他\_\_\_\_\_元
- 您到達球場的交通工具為何？（可複選）  
高鐵台鐵客運汽車機車公車計程車其他\_\_\_\_\_
- 與您一同到球場觀賞球賽的同伴和您的關係是  
家人朋友同學情侶無其它同行者其他\_\_\_\_\_
- 如果未到場觀賞球賽，您會從事哪些活動？  
在家休息 工作 到其他地方玩(地點：\_\_\_\_\_)

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

## 附錄二

### 洲際盃棒球賽觀眾之觀賞動機、運動實體環境品質、滿意度及遊憩效益研究問卷

親愛的觀眾您好：

首先感謝您的協助，使得本研究能夠順利進行。這份問卷主要想了解您對洲際盃棒球賽的觀賞動機、棒球場實體環境品質的意見，以及遊憩效益評估。本問卷為研究問卷，僅供學術之用，因此您的填答結果並不會對外公開，請您放心填答。感謝您的支持與合作。

國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班

指導教授：黃錦煌 博士

研究生：吳婉綾 敬啟

#### 第一部分：觀賞球賽的參與動機

請在下列各題項中您認為的同意程度□中打勾

- |                                  | 非<br>常<br>同<br>意         | 同<br>意                   | 沒<br>意<br>見              | 不<br>同<br>意              | 非<br>常<br>不<br>同<br>意    |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 當我支持的球隊贏球，我覺得提高了球迷的地位。……………   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 當我支持的球隊贏球，我會感到很有成就感。……………     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 我享受觀賞球賽因為它增加我的自尊心。……………       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 我認為觀賞球賽讓我有機會暫時遠離生活中的困擾。……………  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. 我認為觀賞球賽讓我忘記所遭遇的難題。……………       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. 我認為觀賞球賽是改變我日常生活步調的好機會。……………   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. 我享受球賽是因為棒球的優美感。……………          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. 我享受觀賞球賽因為棒球對我而言是種藝術形式。……………   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. 我認為成功的球技表現與戰術執行是讓人享受球賽的重要因素。… | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. 我喜歡勢均力敵的球隊比賽。……………           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

~請翻下一頁~

	非 常 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
11. 我喜歡觀賞無法預測結果的球賽。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我享受球隊競爭時產生的生理壓力。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 即使我支持的球隊比賽時，我仍較喜歡觀賞比分接近的球賽。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 我喜歡觀賞球賽因為有跟家人相處的機會。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 我喜歡和家人一同觀賞球賽。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 觀賞球賽給予我與家人聯繫的機會。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 我認為球賽中與其他球迷的互動是非常重要的部分。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 我認為球賽是與其他人社交很好的機會。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 我喜歡球賽中與鄰近座位觀眾交談的感覺。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 我喜歡和其他人為伍是我觀賞球賽的原因之一。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 周遭朋友都是棒球迷是我觀賞球賽的原因之一。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 我享受觀賞球賽是因為它具有娛樂價值。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 我享受觀賞球賽純粹是因為這是美好的時光。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. 我認為觀賞球賽純粹是遊憩的形式。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. 我觀賞球賽為了支持我的國家隊。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. 當我的國家隊贏球，我覺得引以為傲。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

~請翻下一頁~

## 第二部分：球場實體環境品質

	非 常 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
1. 當地的交通能讓我容易的抵達該球場。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 該球場擁有足夠的停車場。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 該球場位於相當便利的位置。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 球賽結束後能夠很容易的走到停車場。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 該球場建築具有吸引人的特質。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 該球場是個有吸引力的現代化建築。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 該球場的顏色很吸引人。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 座位能讓身體有足夠的活動空間。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 球場提供舒適的座位。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 商品區的設計讓我容易拿到自己所要購買的商品。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 球場的空間設計能讓我容易到達球場範圍任何想要去的地方。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 球場的指標能讓我容易到達自己的座位。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 球場的指標能夠幫助我前往正確的方向。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 我覺得洗手間很乾淨。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 我覺得座位很乾淨。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 我覺得整體場地很乾淨。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 我覺得球場內外皆有足夠的垃圾桶。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 該球場有高品質的計分板。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 該球場的計分板提供娛樂性質。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 該球場的計分板增加比賽刺激性。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

~請翻下一頁~

### 第三部分：整體滿意度

請在下列各題項中您認為的滿意程度□中打勾

	非常滿意	滿意	沒意見	不滿意	非常不滿意
1. 我認為賽程的安排與規劃妥當。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我認為球場的設施能夠滿足我的需求。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我認為賽事的舉辦很成功。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我認為本次觀賞球賽的所有花費很值得。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 整體上我對本次賽會感到滿意。·····	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 第四部分：個人資料

- 請問您的性別是：男 女。
- 請問您的居住地為：\_\_\_\_\_縣/市\_\_\_\_\_鄉/鎮\_\_\_\_\_區
- 請問您的年齡為：
  - 未滿18歲 19~24 歲 25~29 歲 30~34 歲
  - 35~39 歲 40~44 歲 45~49 歲 50歲以上
- 教育程度：國小 國中 高中 大學 研究所(含)以上
- 職業：
  - 學生 工商業 服務業 軍公教 自由業 家管 農林漁牧業 其它
- 個人每月所得：
  - 20,000 元以下 20,001 元~40,000 元 40,001 元~60,000 元
  - 60,001 元~80,000 元 80,001 元以上
- 本次您個人花費門票多少\_\_\_\_\_元；
  - 球隊周邊商品\_\_\_\_\_元；
  - 其他\_\_\_\_\_元

~請翻下一頁~

8. 您到達球場的交通工具為何？（可複選）

高鐵 台鐵 客運 汽車 機車 公車 計程車 步行

9. 與您一同到球場觀賞球賽的同伴和您的關係是（可複選）

家人 朋友 同學 無其它同行者

10. 如果未到場觀賞球賽，您會從事哪些活動？（單選）

在家休息 工作 念書 到其他地方玩(地點：\_\_\_\_\_)

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