

國立臺灣體育大學運動管理學系碩士班
碩士學位論文

運動觀光客參與動機、服務品質及滿意度之研究
-以 2008 年萬人泳渡日月潭為例

**A Study of Sport Tourists' Participating Motivation,
Service Quality and Satisfaction for 2008 Swimming
Event of Sun Moon Lake**



研究生：陳怡婷

指導教授：林文郎 博士

中華民國九十八年一月

臺中市

論文題目：運動觀光客參與動機、服務品質及 總頁數：146 頁
滿意度之研究-以 2008 年萬人泳渡日月潭為例
院校所組別：國立臺灣體育大學(臺中)運動管理學系碩士班
畢業時間及提要別：九十七學年度第一學期碩士學位論文提要
研究生：陳怡婷 指導教授：林文郎 博士

中文摘要

本研究旨在探討 2008 年萬人泳渡日月潭活動，運動觀光客之參與動機、服務品質知覺及滿意度的關係。研究工具以自編「日月潭泳渡活動參與者的動機、服務品質和滿意度問卷」進行資料蒐集，共發出 500 份問卷，有效問卷為 464 份，有效問卷率為 92.8%。本研究採用套裝軟體 SPSS12.0 為分析工具，經描述性統計結果顯示：運動觀光客的參與動機因素分別為人際關係與體驗、自我挑戰、健康知性及逃脫放鬆，其中以自我挑戰因素的平均分數為最高。因素分析萃取服務品質知覺因素分別互動品質、成果品質、環境品質、活動品質及資訊便利品質。另外，透過路徑分析發現，參與動機僅有自我挑戰因素對滿意度沒有顯著影響；服務品質知覺的全部因素對滿意度皆有正向顯著影響；整體活動滿意度對再次參加意願正向顯著影響，顯示對此次泳渡活動的整體滿意度越高，則再次參加活動的意願越高。

關鍵字：運動觀光、參與動機、服務品質、滿意度、泳渡活動

Title of Thesis: A Study of Sport Tourists' Participating
Motivation, Service Quality and Satisfaction for 2008
Swimming Event of Sun Moon Lake

Name of Institute: Graduate Institute of Sport Management

Graduate date: January, 2009

Degree Conferred: M.P.E.

Name of student: Yi-Ting, Chen

Adviser: Wen-Long, Lin

Abstract

The purposes of this study was to explore the relationship among motivates, service quality and satisfaction for participators join in 2008 Swimming Event of Sun Moon Lake. Questionnaire was adopted in this study, which consisted of “motivations, service quality, satisfaction of participators for swimming event of sun moon lake”, to collect data. An on-site sampling was conducted and 500 people were asked to fill out a questionnaire, 398 complete replies were received, resulting in a response rate of 92.8%. Based on SPSS12.0 software, description statistics results that the heavy weights of motivation for sport tourists were ordered as follows: relatives, challenge, knowledge, and escape. Factor analysis was used to extract the dimensions of service quality including interaction quality, outcome quality, environment quality, and information quality. Furthermore, in according to path analysis, the relationship between visitors' motivations

and satisfaction was statistic significant except challenge factor. All of service quality factors revealed a positive effect to satisfaction, significantly. For all of satisfaction factors affected the re-join willingness of visitors', which means that the higher satisfaction for participators the more possibility they will re-join again.

Keywords: Sport Tourist, Participating Motivation, Service Quality, Satisfaction, Swimming Event

謝誌

回想起兩年前的自己，面對未來一片茫然的大學畢業生，所幸有台中教育大學李炳昭教授及嘉義市志航國小陳昀綦校長的鼓勵與協助，讓我有機會進入台灣體育大學運動管理碩士班就讀，在這裡除了習得寶貴的運動管理學識內涵，更重要的是認識了在這個可愛大家庭的所有老師與同學。

首先誠摯的感謝我的指導教授林文郎博士，當我在課業上面臨苦惱時，你總能明確點出問題所在，並在碩一時就讓我體會到國外研討會的震撼，讓我知道自己的不足。特別感謝口委黃錦煌教授及盧瑞山教授，您們的細心指導讓我的研究更加嚴謹及確實。此外，感謝埔里四季早泳會的陳貴參會長、王秀夫副會長、劉建廷總幹事、張老師...等，在我進行研究時給予相當大的幫助。再來感激和我一起上山下海的好朋友們(綠豆、宣瑋、阿彥、梅子)，謝謝你們在忙碌之餘還要協助我到墾丁和日月潭做問卷調查，沒有你們就無法順利進行後續研究了！

在此感謝管碩二 A 的所有同學，謝謝郁然、甲霖、中村、士軒、阿 K、可強、啥阿、貝貝、小黑、綠寶、屁屁，很幸運可以跟你們一起學習、一起唱歌、一起運動，從你們身上得到無數的幫助，你們是最棒的。

最後感謝最重要的家人，一直以來對我的栽培與照顧，特別是高齡 84 歲的奶奶，您豐富的學識是我最佳學習典範，讓我在求學過程絲毫不敢懈怠。謹此將本文獻給關心我的每一個人，謝謝你們！

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
謝誌	iv
目 錄	v
表目錄	vii
圖目錄	ix

第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究問題	2
第四節 研究範圍	2
第五節 操作性定義	3

第貳章 文獻探討

第一節 運動觀光	5
第二節 運動觀光客的參與動機	18
第三節 運動賽會之服務品質	25
第四節 參與者滿意度	34
第五節 參與動機、服務品質與滿意度之相關研究	37
第六節 滿意度與再次參加意願之關係	39

第參章 研究方法與步驟

第一節 研究流程	41
第二節 研究架構	43
第三節 研究假設	45
第四節 研究對象與取樣	48

第五節	研究工具	50
第六節	資料分析方法	64
第四章 研究結果與討論		
第一節	參與者基本資料分析	66
第二節	運動觀光之參與動機分析	72
第三節	服務品質知覺分析	88
第四節	參與者滿意度分析	104
第五節	研究模型之路徑分析	105
第六節	討論	114
第五章 結論與建議		
第一節	結論	116
第二節	建議	120
參考文獻		
一、	中文部分	122
二、	英文部分	128
附錄		
附錄一	預試問卷	134
附錄二	正式問卷	139
附錄三	問卷專家效度審查同意函	143
附錄四	問卷專家效度審查與意願回函	144
附錄五	問卷專家效度審查感謝函	145
附錄六	問卷專家效度審查委員名錄	146

表目錄

表 3-1 參與動機量表項目分析摘要	53
表 3-2 參與動機的因素分析摘要表	55
表 3-3 活動服務品質知覺量表項目分析摘要表	57
表 3-4 活動服務品質的因素分析摘要表	60
表 3-5 滿意度量表信度分析摘要表	64
表 4-1 參與者個人資料分析表	69
表 4-2 參與者居住地分析	71
表 4-3 參與者特性分析	73
表 4-4 參與動機各構面之描述性統計表	74
表 4-5 參與動機轉軸後之因素負荷表	78
表 4-6 參與動機因素分析結果	80
表 4-7 參與動機因素華德法集群凝聚順序表	83
表 4-8 參與動機集群分析及單因子變異數分析結果	84
表 4-9 不同集群之參與者特性比較	86
表 4-10 研究假設彙整表	89
表 4-11 服務品質知覺各構面之描述性統計表	90
表 4-12 服務品質知覺轉軸後之因素負荷表	94
表 4-13 服務品質因素分析結果	97
表 4-14 服務品質知覺因素華德法集群凝聚順序表	100
表 4-15 服務品質集群分析及單因子變異數分析結果	101
表 4-16 不同集群之參與者特性比較	102
表 4-17 研究假設彙整表	105
表 4-18 滿意度之描述性統計表	106
表 4-19 路徑效果分類表	109
表 4-20 參與動機與滿意度的路徑分析結果	110

表 4-21	服務品質知覺與滿意度的路徑分析結果	111
表 4-22	滿意度與再次參加意願的路徑分析結果	112
表 4-23	影響各反應變數之路徑效果彙整	113
表 4-24	研究假設彙整表	115

圖目錄

圖 1	冒險、健康與運動觀光模式	11
圖 2	休閒動機追求和逃脫特	18
圖 3	三構面模式	26
圖 4	PZB 服務品質模式	27
圖 5	知覺服務品質多階次模式	31
圖 6	SSQRS 多階模式	33
圖 7	研究流程圖	42
圖 8	研究架構圖	44
圖 9	研究假設圖	47
圖 10	量表建構流程圖	51
圖 11	研究分析路徑模式圖	108
圖 12	路徑係數關係圖	114

第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

近二十年來，運動觀光已被認為是觀光產業中最具成長性的部分（Hinch與 Higham, 2001），同時也因為社會國人的平均所得增加、運動健康概念提升，並隨著旅遊產業高度發展的趨勢，一股新興運動觀光的熱潮漸漸蔓延。De knop (1990) 指出特別是運動賽會，更是世界各國推動觀光產業發展的重點，各國均努力善用各種資源積極加以爭取，希望藉此帶動觀光人潮。根據交通部觀光局觀光年報統計資料顯示，2007年台灣地區主要觀光遊憩區遊客旅遊次數統計達149,786,910人次，其中日月潭風景區旅遊人次為1,057,302人次，而當年參與日月潭泳渡人數為19,456人，另外，民眾至各地旅遊時最喜愛的遊憩方式，為運動型活動佔4.8%，顯示運動觀光在台灣亦有發展的空間。

埔里鎮四季早泳會配合南投縣政府辦理日月潭觀光季活動，來振興地方觀光產業，造福潭區商家經濟繁榮，遂於1983年開始於每年中秋節前一禮拜的假日舉辦泳渡日月潭活動，時至今日已進入第26屆，從第一屆580人參加，泳客人數逐年遞增，於1996年參與人數突破萬人，自此，日月潭泳渡活動以「萬人泳渡」稱之，1995年國際奧林匹克運動委員會就舉辦活動規模、困難度、參與人數、持續狀況等因素仔細評比，正式認證日月潭泳渡活動是全球最大的泳渡活動，並獲頒獎牌。2002年日月潭泳渡活動榮登國際游泳名人堂

(International Swimming Hall of Fame Headlines)，不僅是台灣最著名的泳渡活動，也是世界上最大的游泳活動。隨著時代潮流的變遷，一般人對於休閒運動的要求，趨向於多元化，所以運動觀光風潮亦隨之風起雲湧。而且民眾對於運動賽會的期望也演變成多元的需求（例如：舉辦的時間、地點的方便性、路線是否規劃良好、活動氣氛的感受、精采的附加活動...等因素的考量）。因此，主辦單位若無法針對參與者的需求進行規劃運動賽會，將無法吸引參與者再次的參與這項賽會（盧瑞山，2005）。在提倡運動觀光服務業的今日，如何提升活動品質和顧客滿意度，實為主辦單位所必須重視之課題。國內對於運動觀光之研究仍付諸闕如，但有關於泳渡活動之相關研究亦缺乏針對參與活動者的動機、服務品質知覺及滿意度之研究，所以引發本研究之動機。因此，本研究將以2008年日月潭泳渡活動為例，探討運動觀光客之參與動機、服務品質知覺及滿意度的關係，並提供相關單位參考。

第二節 研究目的

本研究欲透過日月潭泳渡活動，將運動與觀光結合，探討參與者之動機、服務品質、滿意度及再次參加意願之關係，並將參與動機及服務品質知覺變項，進行市場區隔分析。最後則將研究之結果提供相關單位，藉以調整各部門經營模式，提高活動企劃之內涵，作為主辦單位運動觀光活動規劃及行銷之參考。因此，本研究目的如下：

一、瞭解日月潭泳渡活動的參與動機及服務品質的認知因

素。

- 二、探討參與動機及服務品質集群在人口統計變項之差異。
- 三、探討參與動機、服務品質、滿意度及再次參與意願之間的相關程度。

第三節 研究問題

根據研究目的，本研究主要探討問題如下：

- 一、瞭解日月潭泳渡活動的參與動機及服務品質的認知因素為何？
- 二、探討參與動機及服務品質集群在人口統計變項有無差異存在？
- 三、探討參與動機、服務品質、滿意度及再次參加意願是否有正向相關？

第四節 研究範圍

本研究之受訪者以2008年日月潭萬人泳渡之500名參與者做為問卷調查對象，並以南投日月潭伊達邵碼頭作為問卷施測場地。問卷發放日期為2008年8月31日。

第五節 操作性定義

- 一、運動觀光客：為了非工作的理由離開居家住所與工作區

域從事旅遊活動，遊客在旅遊行程的規劃中，具有親自參與運動、觀賞運動之行為或參訪運動相關設施等內容，稱之。本研究為了瞭解參與動機、服務品質知覺及滿意度，因此將運動觀光客定義為報名此活動賽會的參與者，而不包括觀賞者。

二、參與動機：所謂「動機」(motivation)，是指引起個體活動，維持已引起的活動，並導使該種活動朝向某一目標的內在歷程(張春興，1994)。本研究將參與運動觀光的動機分別以健康知性因素、人際關係交流因素、自我挑戰因素、好奇心因素以及逃脫放鬆因素等構面進行研究探討。

三、服務品質：服務品質是參與者(顧客)依自身需求，對於接受服務前的期望，與實際接受服務之間的差距，予以主觀判斷的結果。本研究以活動範圍品質、互動品質、成果品質及環境品質等四個構面做探討。

四、滿意度：Beard與Ragheb(1980)認為參與滿意是個體因從事休閒活動所引導出及獲得的正向看法或感受，亦即個體知覺目前的休閒經驗及情境感到滿意或滿足的程度，以判斷其實際認知表現程度和預期之間是否有差異存在，如果實際表現超過預期，則產生滿意；如果實際表現比預期差，則產生不滿意。本研究將滿意度分為交通運輸、環境衛生、工作人員之服務、安全考量及活動規劃與路線引導等因子。

第貳章 文獻探討

本章內容分為五節。分別為第一節 運動觀光、第二節 運動觀光客的參與動機、第三節 運動賽會之服務品質、第四節 參與者滿意度、第五節 參與動機、服務品質與滿意度之相關研究、第六節 滿意度及再次參加意願之關係。

第一節 運動觀光

本節分為四部分做探討：第一部分為運動觀光之定義；第二部分為運動觀光的分類；第三部分為運動觀光發展現況；第四部分為運動觀光之相關研究。

一、運動觀光之定義

世界觀光組織 (World Tourism Organization, WTO) 對觀光的定義則是：離開平常生活的居住地區，前往他地從事休閒、商業、社交或其他目的的相關活動的總稱。聯合國統計處對於觀光旅遊的定義包含三個要素：1. 旅客從事的活動是離開日常生活的所在地；2. 所從事的活動需要交通運輸等工具；3. 旅遊的地區必須要有充足的設施及服務，滿足旅客的停留時的需求。在目前台灣發展的觀光產業中，這三個要素都不難達到，面對高品質時代的來臨，消費者所重視的是產品的品質，觀光產業亦同，所以觀光產業的品質也會受到上述三個要素的影響。

近年來，觀光旅遊的內容與目的地趨向多元化，其中觀光

與運動能夠相互結合。高俊雄（2002）指出，運動觀光的概念發展在運動或觀光之後，最早結合運動與觀光的著作，則可追溯到1881年，現代瑞典運動之父Victor Baick的著作《Tourism and Sport》。運動與觀光，各自有其理論體系與發展的策略，但當運動與觀光兩者合流，運動成為觀光的重要活動，而觀光與旅遊則常與體育活動相互關連。

Hall（1992）認為「運動觀光可分為兩類，即出外旅行去參加比賽及觀賞比賽，亦即為了非工作的理由離開居家範圍去參加或觀賞體育活動」。Gammom與Robinson（1997）將運動觀光之定義分為：嚴格定義（hard definition）和寬鬆定義（soft definition）。嚴格定義之運動觀光客為主動或被動的參與一項競技性的賽會活動，因此運動為旅遊的主要動機，如奧運、溫布敦網球賽、倫敦馬拉松賽等，其中賽會競技性之本質為主要的因素；寬鬆定義之運動觀光客為遠離居家住所去參與主動性的休閒運動，如滑雪假期，而主動性休閒層面為主要考量因素。Standeven與Knop（1999）則認為運動觀光是為了工作或非工作的理由，以隨性或有組織的方式，暫時離開居家住所與工作場域，參與各式主動與被動的體育活動。Hinch與Higham（2001）認為：過去運動觀光的定義和運動觀念的關連性，似乎有點模糊，故對運動觀光另作以下的界定：在有限時間內，遠離住家環境，進行以運動為根基的旅遊。這種運動觀光中的運動，具有以下特徵：有獨特的運動規則、屬身體才華之比賽、比賽具遊憩屬性。

江中皓（2003）將運動觀光之定義歸納為「凡項目、活動、計畫的辦理與體育運動有關連，其目的在吸引有興趣的民眾、遊客出席觀賞或親自參加該活動、項目，均屬運動觀

光產業所發展的範疇。」李城忠、沈德裕（2007）將運動觀光的定義為：1.以運動為主軸已具吸引力的運動項目，藉以帶動觀光人潮；2.為以觀光地區為主軸，藉結合自然景觀特色運用該特色所產生之運動活動，使加深民眾印象，以吸引其觀光意願。本研究綜合上述之定義，並配合本研究主題範圍，將運動觀光定義為：「為了非工作的理由離開居家住所與工作區域從事旅遊活動，遊客在旅遊行程的規劃中，具有親自參與運動或運動相關設施等內容，稱之為運動觀光」。另外，將國內外學者對運動觀光之定義簡化整理如表2-1。

表 2- 1 國內外學者對運動觀光之定義

作者	定義
Hall (1992)	為了非工作的理由離開居家範圍去參加或觀賞體育活動。
Gammom 與 Robinson (1997)	嚴格定義之運動觀光客為主動或被動的參與一項競技性的賽會活動，運動為旅遊的主要動機；寬鬆定義之運動觀光客為遠離居家住所去參與主動性的休閒運動。
Standeven 與 Knop (1999)	為了工作或非工作的理由，以隨性或有組織的方式，暫時離開居家住所與工作場域，參與各式主動與被動的體育活動。

(續下頁)

表 2- 2 (續)

Hinch 與 Higham (2001)	在有限時間內，遠離住家環境，進行以運動為根基的旅遊。這種運動觀光中的運動，具有以下特徵：有獨特的運動規則、屬身體才華之比賽、比賽具遊憩屬性。
江中皓 (2003)	凡項目、活動、計畫的辦理與體育運動有關連，其目的在吸引有興趣的民眾、遊客出席觀賞或親自參加該活動、項目，均屬運動觀光產業所發展的範疇。
李城忠、 沈德裕 (2007)	1.以運動為主軸已具吸引力的運動項目，藉以帶動觀光人潮； 2.以觀光地區為主軸，藉結合自然景觀特色運用該特色所產生之運動活動，使加深民眾印象，以吸引其觀光意願。

本研究整理

二、運動觀光的分類

就運動觀光的類別而言，高俊雄 (2003) 將運動觀光區分為三種型態。

(一) 運動景點觀光：遊客主要是為了實地參與運動或是觀賞，例如運動博物館、名人堂、著名運動場館、賽馬場等。

(二) 運動假期觀光：遊客主要是為了實地參與運動，例如：潛水、網球、高爾夫、羽球、登山健行自行車等。

(三) 運動賽會觀光：遊客的主要目的是為了觀賞運動賽會，例如奧運會、世界盃足球賽、網球公開賽等。

方信淵(2004)也將運動觀光分為以下三類：

(一) 運動假期觀光：將運動視為假期中的主體，並親身參與運動，如目前盛行於運動觀光市場需求中的高爾夫假期、潛水假期等。

(二) 運動賽會觀光：以觀賞運動賽會為主要目的，並因此產生旅遊消費行為之行程活動安排稱之。例如：以觀賞奧林匹克運動會、世界盃足球賽或世界盃棒球賽為主要行程之旅遊活動；或國家代表隊選手出國參加大型運動賽會之行程安排。

(三) 運動景點觀光：主要是安排與運動相關之景點或設施參觀行程與活動，例如參觀著名之運動場館設施、運動相關博物館或紀念堂、運動名人相關之景點等。

Gibson(1999)認為運動觀光的分類應包括：動態的運動觀光(active sport tourism)、靜態的運動觀光(event sport tourism)及參觀著名的運動相關景點(nostalgia sport tourism)。

(一) 動態的運動觀光：主要的意圖是參與運動，如：滑雪、打高爾夫球；及將會在旅遊活動中使用當地運動設施者，如：打沙灘排球。

(二) 靜態的運動觀光：是指遊客到外地欣賞運動賽會，如觀賞奧林匹克運動會或是其它賽會。在這些賽會上，研究人員大多著重在研究賽來的經濟影響評估及對當地居民的經濟衝擊。

(三) 參觀著名的運動相關景點指參觀運動博物館或是參觀與運動相關連性的產業，如：運動主題餐廳等。

Gammon 與 Robinson (1997) 把運動觀光客分類為：硬性運動觀光客 (hard sport tourists) 和軟性運動觀光客 (soft sport tourists)。前者指的是為主動或被動參與競技活動，專程作旅遊者，其主要旅遊動機為運動；後者基於休閒的理由，參與運動或閒暇運動。運動觀光客可能因為運動或旅遊而鼓舞其動機。

根據 Hall (1992) 所提出的冒險、健康與運動觀光模式 (Model of Adventure, Health and Sports Tourism)，是以遊客參與的主動程度及運動項目的競爭程度兩項因素將運動觀光分成九類，其中涵蓋旅客參與觀光活動的健康、冒險與運動等積極誘因。詳細圖示請見圖 1。

	低主動 → 高主動		
非競爭性 ↓ 競爭性	健康觀光 例：SPA 觀光、健康旅遊	健康觀光 例：體適能	健康觀光 例：水肺潛水、健行
	冒險旅遊 例：遊艇旅遊	觀光活動 含健康、運動與冒險事件 例：單車旅遊、海上小艇活動	冒險旅遊 例：登山
	運動觀光 例：活動參與	運動觀光 例：草地保齡球	運動觀光 例：海上運動活動

圖 1 冒險、健康與運動觀光模式

資料來源：整理自 Hall (1992)

圖 1 之上方橫座標軸表示遊客參與的主動程度，左邊縱座標軸顯示運動項目的競爭程度。縱座標軸顯示運動項目的競爭程度為非競爭程度，依據遊客參與的主動程度由低至高，其內容項目依次分別包含 SPA 觀光、健康旅遊、體適能、水肺潛水、健行等，所形成之觀光項目為健康觀光。當競爭程度增加後，即為冒險旅遊、觀光活動、冒險旅遊，而其個別所包含活動內容則為遊艇旅遊、騎腳踏車兜風、海上小艇活

動、登山等活動，所形成之觀光項目為冒險旅遊及觀光活動。當競爭程度最高時，其內容項目為運動觀光，而其個別所包含活動內容則為活動參與、草地保齡球、海上競賽等活動。

Hall (1992) 所提出之冒險、健康與運動觀光模式，嘗試藉由遊客參與的主動程度及運動項目的競爭程度高低將觀光項目區分為此九種類別。由此可觀察運動觀光於此模式之定義上為屬於運動項目的競爭程度，顯示運動觀光是帶有競爭性之運動項目的觀光活動。

綜合各學者論點，無論是運動觀光或是觀光運動，觀光客的旅遊動機與運動有關；觀光客從事旅遊，可能是要到某一目的地親自參與運動或身體的活動；另外，觀光客也可能旅遊到某一目的地去觀光一項具國際水準的運動賽會或是職業運動賽會，因此本研究綜合上述之分類，並配合本研究主題範圍，將運動觀光分類為1.以運動為主要目的而安排旅遊活動；2.以旅遊為主要目的並在行程中參與運動，皆可納入運動觀光之範圍。

三、台灣地區運動觀光發展現況

在觀光局推動數個節慶活動及各地方政府努力帶動國內旅遊之風潮下，國人日益重視休閒活動，休閒旅遊活動並已成為國人生活之一部分。近幾年在交通部觀光局宣示積極推動台灣觀光的同時，在重大節慶及賽會活動中，除了一年一度的萬人泳渡日月潭活動，還規劃了包括2005年宜蘭盃國際名校划船邀請賽、2007年台北國際龍舟賽、秀姑巒溪國際泛舟賽、石門國際風箏節、奧林匹克49人式帆船賽、2007年國

際自由車環台賽、台灣國際馬拉松、2007年太魯閣國際馬拉松等國際賽會，足見台灣的運動觀光趨勢的確已在萌芽。而未來運動觀光產業將呈現以下發展趨勢(魏依玲，2007):

(一) 個人化運動觀光項目發展將持續發展

為了吸引遊客體驗觀光旅遊的獨特性，愈來愈多的產品或服務提供者捨棄集體運動(collective sport)的市場開發，而是提供個人化運動(individual sport)的服務，運用觀光地區的特殊資源所能帶給旅客特殊經驗，例如：紐西蘭的高空彈跳、阿拉斯加的獨木舟、大堡礁潛水等項目。此個人化運動觀光市場的發展將衍生包括：運動裝備、運動體能與技巧訓練課程、當地住宿餐飲娛樂等相關產業。

(二) 旅客參與模式的多樣化

由於運動觀光的概念是結合運動與休閒旅遊的特色，從市場的供給面與需求面而言涵蓋更多層面，而產生更多不同的產品或服務組合，遊客參與的程度與觀光經驗感受也不相同。

(三) 擴大運動產業範圍

以往運動競賽大都是屬於運動員的專屬活動，一般民眾有專業技能上的進入障礙，由於運動觀光產業的興起，不僅擴大運動產業的參與人口，並延續與擴大專業運動員的生涯發展，包括：投入運動觀光旅客的教育訓練、運動行銷、運動相關科技研發等領域，運動產業與其他領域的結合而擴大其創新的可能性。

(四) 因應都會生活的運動參與

全球約有五成人口居住在都會區，日常生活受到工作與空間的限制產生身體與心理上的健康問題，運動觀光正提供都會生活的人追求兼顧休閒與健康目的的活動，而都會區工作者也較能負擔高額的觀光支出，以獲得安全高品質的運動觀光服務及體驗。

(五) 開發探索自然環境神秘的冒險活動

人類在開發的過程中因經濟因素而使得自然環境受到破壞，近幾年由於環保意識抬頭，自然景觀易受到較佳的保護，然而其神秘的色彩卻也成為觀光客心所嚮往之處，成為觀光資源的一部份。自然環境帶給觀光客的體驗絕大多數屬於「冒險」與「挑戰」，運動競賽的規劃則是挑戰人類技能與運動器材的技術，例如馬來西亞叢林汽車賽、撒哈拉沙漠的汽車拉力賽等。

(六) 全球化

無論是動態性運動觀光，或者是運動賽會觀光，運動觀光的投資必須經歷數年的經營才發揮回收的效益，因此觀光目的城市與區域為了長期永續的運動觀光產業發展，針對全球市場進行推廣勢必要的策略。此外，運動觀光的規劃與營運組織是產業發展的關鍵因素，當區域或城市的經驗與資源不足情況下，即必須尋求全球資源的協助，以跨國合作方式建立專業的規劃與營運團隊。

(七) 符合社會發展趨勢

未來社會發展將朝向高齡化、少子化、女性就業增加、都會區人口比例提高等趨勢，運動觀光產業發展亦應策略性思考其消費者參與模式的動態變化，針對不同年齡層、性別、工作屬性、家庭類型的不同需求，發展出符合健康、知識、

科技與特殊體驗的服務或產品。

四、運動觀光之相關研究

運動觀光相關文獻，最早是由解釋運動觀光之定義開始。其次，即針對運動觀光的分類加以闡述說明。而後逐漸開始增加相關的數據統計，針對大型體育活動（如：奧林匹克運動會、世界盃足球賽、棒球賽等）類型的觀光客進行統計調查，遊客參與動機、當地經濟衝擊及其他資訊。

Gratton、Dobson與Shibli（2000）將1997年在英國所舉行的六個大型賽會，進行旅遊人口成長與當地經濟衝擊調查，結果發現賽會期間吸引了163039人，其中支出項目最高的為住宿花費，其次為飲食花費與購買紀念品。Solberg與Preuss（2007）將數個舉辦過奧運的城市，做長期經濟影響的分析，結果顯示Sydney在賽會期間，每位旅客在當地的平均消費增加11.7元，並在飯店服務業提供了36000個就業機會。

馬上閔（2000）探討運動賽會參與者對承辦單位觀光服務需求與滿意度之調查研究，在研究的分項中，收入多寡對觀光服務需求有極大的差異性，教育水準則在週邊活動與資訊導覽上有差異，另外性別對觀光服務需求也是有差異的，由於此研究是在花蓮大專運動會抽樣，在交通、飲食、資訊取得不易的情況下，樣本對於觀光服務需求會較高，而影響研究結果。

李城忠、沈德裕（2007）以日月潭泳渡活動驗證了運動觀光愈具特色時，遊客所認知的價值就會愈高，同時也具較高的忠誠度。而認知價值程度愈大，即遊客所感受到的滿意程度愈高，其總影響效果顯著增加，研究結果意涵保護原有

的地理景觀特色，並透過運動行銷強化廣泛宣傳，以符合遊客需求，提供遊客更高的價值感受，可創造觀光地區更大的競爭優勢。

鄭家韻（2008）綜合分析太魯閣馬拉松賽會參與者對於運動結合觀光的態度與看法之相關性，整體評估參與者對運動觀光支持態度。根據研究及調查結果，本次太魯閣國際馬拉松活動參與者，以男性多於女性；年齡方面，則以20~29歲居多；在教育程度方面，大專、大學畢佔最高比例；受訪者職業則以學生居多；以平均月收入而言，在15,000元以下最多；受訪者居住地則以來自北部地區所佔比例最高；而不同年齡層、不同教育程度及不同居住地區對於支持運動觀光發展之態度，則有顯著性的差異。

由此可見，舉辦賽會對當地造成各層面的影響，本研究以表格陳列，期望能以簡單、清楚、明瞭的方式瞭解目前國內相關研究的概況。如下表2-2所示

表 2- 2 運動觀光之相關研究

作者	年代	研究內容
Gratton et al	2000	將在英國舉辦的大型運動賽會做經濟效益分析，結果發現賽會期間吸引了163039人，其中支出項目最高的為住宿花費，其次為飲食花費與購買紀念品。
Solberg et al	2007	舉辦過奧運的國家，在賽會期間的消費金額有成長趨勢，也提供大量的就業機會。
馬上閔	2000	運動賽會參與者對觀光服務需求的滿意度，在不同的人口背景變項，皆有不同的差異。
李城忠、沈德裕	2007	以日月潭泳渡活動驗證了運動觀光愈具特色時，遊客所認知的價值就會愈高，同時也具較高的忠誠度。
鄭家韻	2008	對太魯閣馬拉松賽會參與者進行態度分析，結果發現不同年齡層、不同教育程度及不同居住地區對於支持運動觀光發展之態度，則有顯著性的差異。

本研究整理

第二節 運動觀光客的參與動機

一、動機的定義

所謂「動機」(motivation)，是指引起個體活動，維持已引起的活動，並導使該種活動朝向某一目標的內在歷程(張春興，1994)。Iso-Ahola(1989)提出個人參與休閒運動的理由，具有兩個基本的動機特性，分別為追求與逃脫。逃脫是一個有力的休閒動機，逃脫每天日常生活環境，離開壅擠人群的世界。另一個休閒動機的特徵則是追求參與休閒運動的心理滿足，主要是自我決定、勝任能力、挑戰、學習、研究及放鬆，而休閒運動的參與也常受到社會及人際關係所影響，如圖2所示。

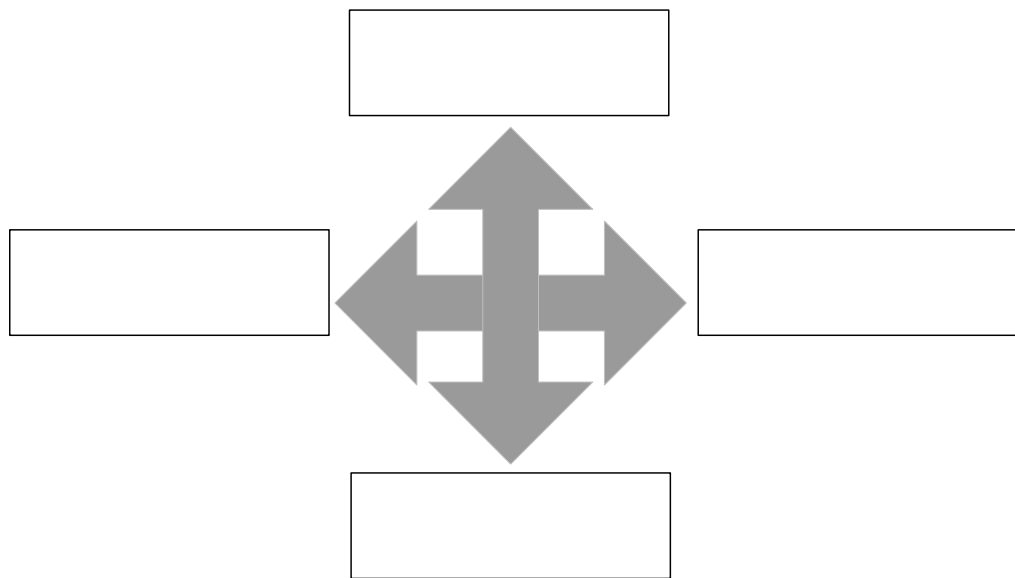


圖 2 休閒動機追求和逃脫特性 Iso-Ahola (1989)

資料來源：王薰禾 (2004)

Iso-Ahola (1997) 認為休閒參與並不能保證個體從休息中獲得益處，除非個體能夠真正體認到休閒的價值，且自發地參與正當的休閒活動，因此，休閒內在動機是引領個體休閒行為並從中獲得益處的基本要素，而休閒之所以對個體的成长發展有幫助，是因為個體在所參與的休閒活動具有適當的挑戰性且符合個人技能條件。這些恰當的經驗使個體獲得認知、生理或社會能力的心理滿足而提升心理健康的程度。

Maslow (1970) 的主要概念乃是將人類需求歸納為下列五種類別，分述如下：

- (一)生理需求：為了維持身體運作的需求，是人類最低層級的需求，然亦是表現最強烈的需求。
- (二)安全需求：為了生命財產不受到侵害，生活有保障的需求。
- (三)社會需求：人都有參與或隸屬於某一特殊團體或數個團體的需求。
- (四)自尊需求：此類需求可分為自我尊重及他人對自我的尊重。
- (五)自我實現的需求：為達自己所希望的成就，期望發揮自己潛力、追求自我目標、實踐理想的需求。

McDonald *et al.* (2002) 所設計之動機因素可適用於運動觀光參與者及運動觀光觀賞者，以下說明之：

- (一)健康的身體：參與運動的人通常是為了使身體更健康、增強體力、保持良好身材或是獲得更好的生理強度。
- (二)尋求風險：熱切的渴望參與會為帶來威脅的活動，如：

爬山、滑翔翼、降落傘等。

(三)舒緩壓力：指在過程中能減少恐懼感、憂慮感、緊張感等情緒狀態。

(四)敵對行為：指比賽兩方在過程中的攻守動作中所引起的反應。

(五)同盟：人類渴望和他人共處，並成為團體中的一份子。

(六)對社會的促進：與他人一起喜好相同的活動而使社會美滿，在此的他人有可能是家人、朋友或商業上有往來的人。

(七)自尊：指心理層面上的自我意識。

(八)競爭：指將活動變成競爭，如：參賽者比較自我與其他人在能力上的優劣。

(九)成就：人都渴望成功，避免失敗，並且為最後的結果感到驕傲。

(十)熟練的技巧：指將技巧性提升，達到完美的境界。

(十一)運動神韻之美：指美感或其他藝術特質的展現。

(十二)價值建立：在參與運動或觀賞運動的同時，達到Maslow理論中的自我實現需求構面。

(十三)自我實現：即Maslow理論中的自我實現，即成就達成、潛力發揮及追求目標。

McDonald et al. (2002) 以Maslow需求理論為基礎發展出為運動參與者及運動觀賞者評估動機因素的架構，如表2-3所示。

表 2-3 運動動機構面與需求層級相關表

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

資料來源：McDonald, M. A., Milne, G. R., and Hong, J.B. (2002).

運動參與或動態運動觀光客之所以喜歡參與運動觀光，係因下列動機的考量：逃脫和放鬆、家庭團聚、減輕壓力、自然經驗、經險和學習。（Delpy 1998）另外，運動觀光客的

參與動機是主辦單位重要的參考指標（江中皓，2001），運動賽會觀光屬於一種服務業。高俊雄（2005）認為，動機理論在當今社會科學的相關研究領域已被廣泛地應用，透過動機的探討可以了解及推論個體外顯行為的表現，進而規劃或輔導滿足個體之內、外在需求，因此瞭解運動觀光客的參與動機是重要的研究課題。

一般而言，遊客旅遊動機會影響各遊憩機會之滿意水準，且遊客的目的有差異時，則其所偏好及期望之活動場地亦會跟隨著改變（Gold，1972）。Deci（1987）更說明動機是一種內部因素，並彼此喻為潛在滿意的意識（an awareness of potential satisfaction），意謂動機是未來情況的認知說明，此種動機被認為是行為自主的引發（autonomous uniliation）或行為的自決（self-determination），且被期望得到滿意的體驗。Tinsley與Kass（1978）認為人們參與休閒活動之主要動機為自我實現、友誼、權力、補償作用、安全、社會服務、智性的唯美主義、運動、自尊、自制。另外，James Murphy提出人們參與運動的主要動機可分成社會行為、團體行為、競爭行為、挑戰極限行為、探險行為。（McLean et al,2005）

二、運動參與動機的相關研究

張良漢（1992）研究台灣地區中部地區二十所公私立大專院校學生的休閒運動參與動機，結果發現大專生參與休閒運動動機有健康與適能、成就性需求、知性追求、社會需求、刺激避免等五項因素。張擷嘉（2003）研究運動觀賞者對出國觀賞運動賽會的需求和動機，配合國內舉辦的運動賽會以

便利性抽樣方式發放問卷調查，結果引起國外觀賞運動之動機為娛樂與解壓、體驗與社交、旅遊選擇及現場吸引、喜愛的隊伍與選手、自尊感受及出國機會等因素。

彭宗弘（2004）對台灣地區水肺潛水參與者的動機進行研究，經因素分析，可歸納成：休閒樂趣、刺激需求、技巧發展、滿足自我及社交取向五個因素構面。不同人口統計變項在參與動機因素上的顯著差異結果呈現：不同性別在休閒樂趣、刺激需求及技巧發展因素上發現顯著差異，男性高於女性；不同年齡在休閒樂趣和技巧發展因素上發現顯著差異，31-40歲高於25歲以下；不同教育程度在技巧發展和滿足自我因素上發現顯著差異，大專高於高中、職（含）以下；不同婚姻狀況在社交取向因素上發現顯著差異，未婚高於已婚；不同的每月收入在休閒樂趣、刺激需求、技巧發展及滿足自我因素上發現顯著，收入愈多者均高於月收入30000元以下者。

黃孟立、蔡瑋捐及謝曜鍾（2006）探討參與日月潭泳渡之動機，研究結果發現量表各因素重要排序為能力增強、社交關係、昇華體驗、實質獲益；在差異性考驗方面有不同年齡背景變項，在「實質獲益」因素達顯著差異；不同婚姻狀況背景變項，在「實質獲益」因素達顯著差異；有無子女背景變項，在「實質獲益」因素及「昇華體驗」因素達顯著差異；不同學歷背景變項，在「能力增強」因素達顯著差異。

江中皓（2001）為瞭解運動觀光中高爾夫假期遊客參與的因素，而建構運動觀光參與行為模式，作為探討人口背景因素參與運動觀光的差異性。參與動機共建構有知性的參與、體驗的參與、壓力的紓解、健康與適能、成就的滿足五

項因素；在參與人口背景對動機因素中性別、教育程度與職業上有差異性的區別。

張家銘、黃芳銘（2006）將427位參與2005澎湖國際馬拉松賽會之參與者，進行參與動機之研究，並將動機分為社交與休閒體驗、運動體驗與挑戰因素、文化偏好因素及新奇與自我滿足因素等四個構面，而年齡及是否參加套裝旅遊行程變項在參與動機上達顯著差異，性別、教育程度、居住地區等變項皆未達顯著差異。

Roski與Peter（1989）以德國1800人為研究對象，歸納出六項運動參與動機分別為放鬆與休閒、活力的運用、健康、自我評估、體適能、社會的接觸等。Frogner（1991）的研究，將大學生從事運動性休閒的參與動機歸納為：促進體能、互相交談、娛樂與消遣、競賽與比賽、社會需求、身體健康及結交新朋友等七項。范智明（1999）針對台北市運動健身俱樂部會員將其運動參與動機分為：知性追求、社會需求、成就需求及健康需求。賴子敬（2002）針對台中市高爾夫參與者的參與動機，其最首要的參與動機亦為健康與適能，其他依次為休閒娛樂、社會需求、成就感的獲得與心理需求四個因素。周嘉琪、胡凱揚（2005）以400位健身運動參與者為研究對象，編制健身運動參與動機量表，並將參與動機分為體適能/健康管理、外表/體重管理、壓力/情緒管理、社交/休閒四個構面。

因此綜合以上學者所研究歸納出的動機因素，採用McDonald et al.運動參與動機及Maslow需求理論，配合本研究之特性，提出以健康知性因素、人際關係交流因素、自我挑戰因素、好奇心因素以及逃脫放鬆因素等進行研究探討。

第三節 運動賽會之服務品質

一、服務品質之定義

學者們對於服務品質有不同角度的界定，Garvin (1983) 認為服務品質是一種認知性的品質，而非目標性的品質，它是消費者對事物主觀的反應，無法將服務給予量化的衡量；Lethinen (1991) 則站在顧客的觀點來定義服務品質，認為服務品質可以分為過程品質和結果品質，過程品質是指在服務過程中，顧客對此服務的主觀評價，結果品質是指顧客對服務結果的衡量。

Bitner, Booms與Mohr (1994) 指出每個消費者皆為獨立的個體，並有不同的需求與要求，而服務品質則是消費者對服務予以主觀判斷的結果。

綜合學者對服務品質的定義，服務品質是參與者(顧客)依自身需求，對於接受服務前的期望，與實際接受服務之間的差距，予以主觀判斷的結果。

二、服務品質之衡量構面

Gronroos (1984) 所提出的整體認知服務品質模式中，整體的服務品質應包括企業形象(corporate image)、技術品質(technical quality)及功能品質(functional quality)，認為認知服務品質是由期望服務與認知服務二者相比較而得；而期望服務受到企業形象、傳統行銷活動及過去接觸的、認知的服務、口碑等外在因素的影響，認知服務則僅受到傳統行銷活動影響。隨後，Rust 和 Oliver 提出三個構面的模式：服務產品（亦即，技術品質）、服務交付（亦即，技術品質）以

及服務環境（亦即，功能品質）。其觀點可以用圖3表示。

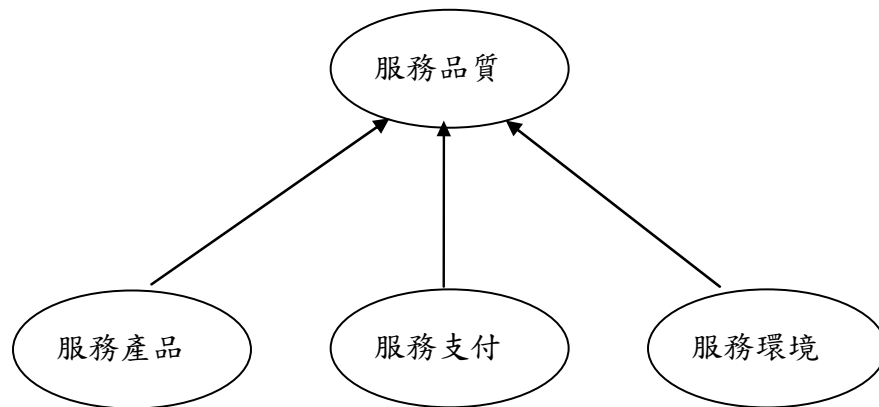


圖 1 三構面模式

Cronin與Taylor(1992), Oliver(1994), Spreng與Mackoy(1996)等研究皆認為服務品質是顧客滿意度的前提，他會影響顧客再次購買，若應用在泳渡賽會，即參與者的滿意度越高，其再次參與的意願就會增加。

Parasuraman, Zeithaml 與 Berry (1985, 1988, 1991, 1994) 所提出的差異典範 (disconfirmation paradigm)。他們稱此理論為服務品質概念模式 (conceptual model of service quality)，簡稱為PZB模式，在PZB模式是衡量顧客期望 (expectation) 服務業者應該提供何種的服務程度的，以及衡量顧客在接受服務業者所提供的服務後，其實際的知覺 (perception) 感受程度。服務品質的衡量是以顧客的知覺感受與顧客期望的感受之間的差異來作判斷。如圖4，此模式最主要的概念乃在強調消費者是服務品質的唯一決定者，消費者依事先服務品質的期望，以及對接受服務之後的認知間的差距，決定服務品質評價地大小與方向。

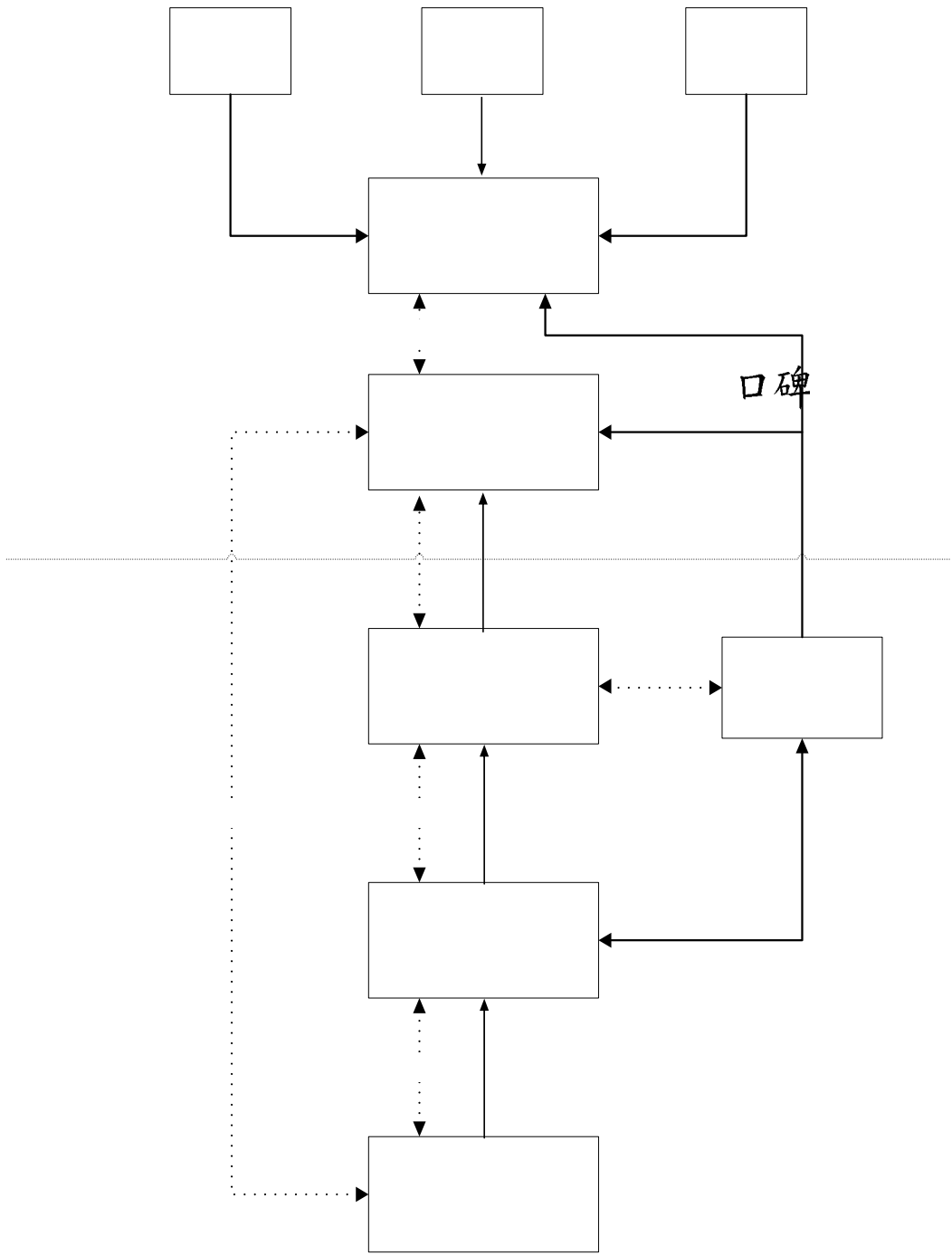


圖 2 PZB 服務品質模式

資料來源:Parasuraman et al. (1985)

服務業者

缺

此模式指出在服務傳遞的過程中有五個缺口，會造成服務品質的落差，而要讓消費者對服務品質感到滿意，就必須設法消除這些缺口，讓消費者的期望服務與服務業者所實際提供的知覺服務能夠沒有落差或缺口。此五個缺口說明如下：

(一) 缺口一：顧客所期望的服務與管理者認知間的差距。

此缺口起因於服務業管理者不能真正了解消費者對服務的期望。

(二) 缺口二：管理者的認知與公司服務品質規格間的差距。

此缺口起因於即使服務業的管理者受限於市場環境或資源條件，因而無法提供顧客真正所需的服務規格、標準。

(三) 缺口三：服務品質規格與服務傳遞間的差距。

此缺口起因即使服務業的管理者對服務有標準化的規範，但服務業的員工所提供的服務表現，並無法標準化的維持在一定的標準之上。

(四) 缺口四：服務傳遞與外部溝通的差距。

此缺口起因於服務業者運用媒體廣告及其他外部溝通工具時，過於誇大或不實，造成實際提供的服務比宣稱的少。也由於媒體廣告及其他外部溝通工具會影響消費者對實際服務的知覺，因而降低消費者知覺得服務品質。

(五) 缺口五：顧客期望的服務與知覺的服務間的差距。

此缺口起因於顧客對於服務的期望與所實際知覺到服務間的差距。缺口一至缺口四均來自於業者本身，缺口五則是由顧客的期望及認知間的差距來決定，若顧客對服務

的知覺超過期望越多，則顧客所知覺超過期望越多，則顧客所知覺得服務品質就越高。且缺口五具有最終決定的作用，他影響著顧客的態度和決定。

Parasuraman, Zeithaml與Berry(1988)的PZB模式係由22個評估項目所組成，共分五構面，而發展來SERVQUAL測量服務品質的工具量表，與1985年所建構之服務品質十構面間彼此儘可能不重疊，而將十構面進行一連串的反覆調查分析後，所獲得一組具有良好信度、效度和重覆性低的因素結構目，其衡量構面及評估項目說明如表2-4。

表 2-3 SERVQUAL 量表衡量構面及評估項目

構面	評估項目
有形性	1. 應有現代化的設備
	2. 應有吸引人的設施外觀
	3. 員工應有整潔的服裝外表
	4. 服務設施能與提供的服務相配合
可靠性	5. 對顧客承諾的事，都能在確定的時間內完成
	6. 顧客遭遇到問題時，公司是支持的、可靠的
	7. 公司是可信賴的
	8. 在答應顧客的時間內，提供服務
	9. 保持記錄的正確性
反應性	10. 當服務將被執行時，會先告知顧客
	11. 員工應對顧客做迅速性的服務
	12. 員工應有服務或幫助顧客的意願
	13. 員工不會因太忙而疏於回應顧客
保證性	14. 員工行為會建立顧客的信心
	15. 交易時，員工使顧客感到安全
	16. 員工應保持對顧客的禮貌性
	17. 員工有充分的專業知識，將他們的工作做好
同理心	18. 公司會給予顧客個別性的注意
	19. 員工會給予顧客個別性的關照
	20. 員工應能瞭解顧客的個別性需求
	21. 公司應以顧客的利益為先
	22. 營業時間便利所有顧客

資料來源：Parasuraman, Zeithaml 及 Berry(1988)

由於SERVQUAL量表在因素結構上一直有不一致的報告出現，因此另一派學者Brady與Cronin's (2001)，Dabholker et al's (1996) 將此模式擴展，建立比較普遍適用的企業服務品質的初級與次級構面的要素。此模式建議服務品質的每個主要面向（互動、環境、輸出）都有三個次級面向。此外，顧客在多樣的水平，由基本的表現評價來形成他們的服務品質概念並且在最後結合這些概念以達到全體的服務品質概念。此模式可以用圖5表達之。

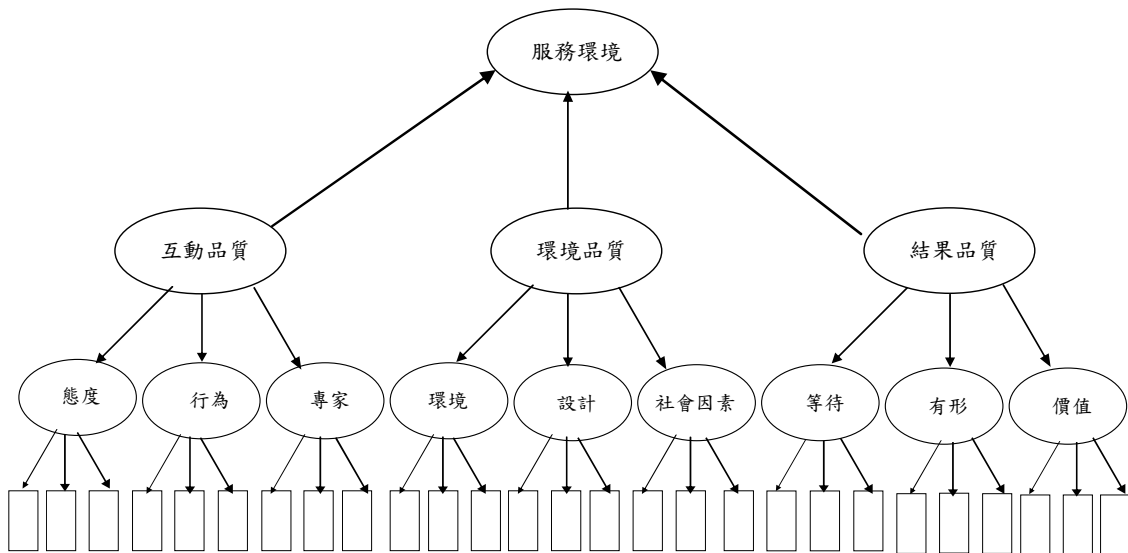


圖 3 知覺服務品質多階段模式

三、服務品質之研究

隨著學者在不同產業的研究，各種構面的要素被不斷提出。（鄭少康，2001；邵日道，2000；施佑冠，2003；施佑冠，2003；楊朝堂，2002；管夢麟，2005；林素面，2005；張昆生，2005）服務品質的構面至今依然備受爭議，唯一可

以知道的是，行業本質的不同，服務品質的構面就會不同。
 (盧瑞山，2005) 本研究對這些發展出各式各樣的構面，整理如表 2-5。

表 2- 4 服務品質之測量構面

作者	行業	構面內容
鄭少康 (2001)	國術運動	熟知會員、禮貌性、安全可靠。
邵日道(2000)	團體旅遊	旅館住宿、膳食安排、旅遊內容安排、活動項目安排、領隊、導遊素質、交通工具、團員素質。
施佑冠(2003)	健康俱樂部	知覺服務品質、管理階層對服務品質的承諾、與其他顧客之接觸、與實體環境之接觸及服務失敗與補救。
楊朝堂(2002)	電器維修站	有形性、可靠性、同理心、保證性、回應性
管夢麟(2005)	補習班	有形性、反應性、關懷性、可靠性
林素面(2005)	稅務機構	有形性、反應性、關懷性、可靠性、保證性
張昆生(2005)	運動賽會	有形性、反應性、同理心、可靠性、保證性

本研究整理

Ko與Pastore (2005) 依據Brady、Cronin's (2001) 及Dabholker *et al* (1996) 的多階次服務品質知覺模式，並發展出適合於衡量運動休閒產業服務品質的SSQRS多階模式，如圖6，用來評估消費者對服務品質的知覺程度，其構面分別為活動品質、互動品質、成果品質及空間環境品質。

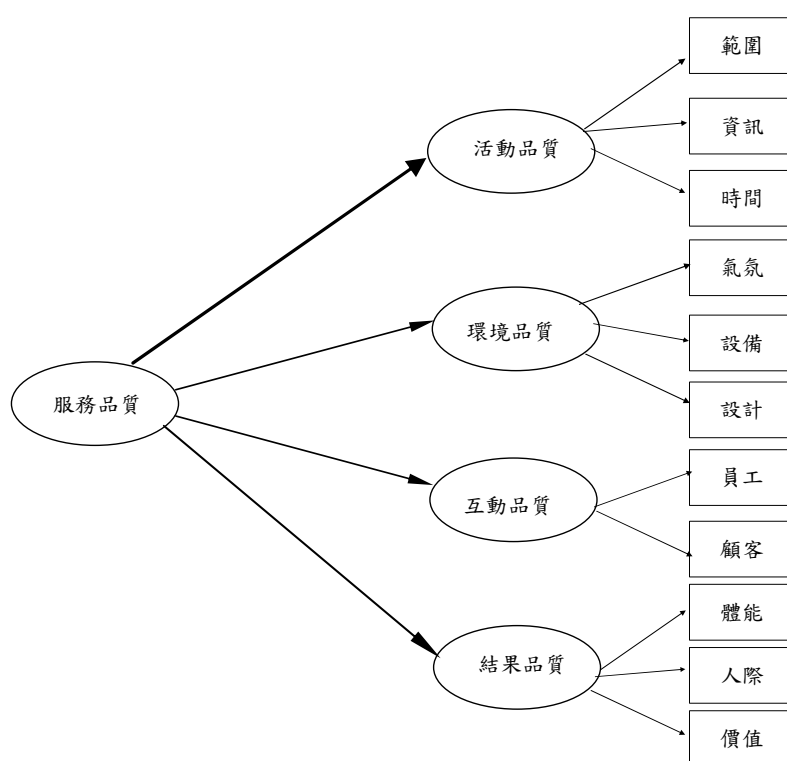


圖 4 SSQRS 多階模式

另外，盧瑞山、張家銘與黃芳銘 (2005) 針對2003年泰瑞法克斯路跑賽會的參與者，進行賽會活動服務品質量表編製研究，研究發現以活動範圍品質、互動品質、成果品質及

環境設施品質等四個構面的多階模式，對服務品質的整體之絕評量為最佳模式。

本研究探討參與者對日月潭泳渡賽會之服務品質知覺程度，因此綜合以上學者之研究結果，選定SSQRS模型做為此賽會之服務品質測量工具。

第四節 參與者滿意度

一、滿意度之定義

大部分滿意度的相關文獻，皆以顧客對商品的知覺程度來衡量，但運動賽會為「無形」的商品，Baker 與 Crompton (2000) 認為顧客滿意是遊客個人經歷活動之後的真實經驗，起源於個人與目的地經歷體驗之後所產生的心理感覺與情感狀況。Beard 與 Ragheb (1980) 則認為體驗滿意是個體因從事休閒活動所引導出及獲得的正向看法或感受；它是個體知覺目前的休閒經驗及情境感到滿意或滿足的程度，這種正向的滿足感來自個體自身所察覺到的，或未察覺到的需求滿足。江中皓 (2002) 在運動觀光高爾夫假期遊客參與動機與滿意度之研究，認為滿意度是消費者在購買後，對產品表現的好壞與對原先之期望，所作的綜合判斷。因此，簡單來說參與滿意度是個人經過體驗後的心理結果。

另外，Parker 與 Mathews (2001) 認為顧客滿意可從二個角度來看：1.是顧客消費活動或經驗的結果，2.可被視為是一種過程。Kotler (1997) 認為顧客滿意是指購買產品或

服務前的預期與事後的評估比較後的滿意程度感受，其衡量變數為產品滿意、設施滿意、正確決定。Fornell (1992) 認為一般衡量方式大致分為二種：「整體滿意度」是衡量消費者對產品整體使用結果，視為一個整體性的評估，「分項滿意度」則是指「產品各屬性的滿意度」。

在對於滿意度的衡量上，經過許多研究學者不斷的探討之後，有些學者認為滿意度是一種整體性、概括性的現象，而僅採取單一項目「整體產品滿意程度」衡量 (Czepiel, 1974; Day, 1988)，但亦有些學者認為滿意度是一種多重項目衡量，亦稱綜合性尺度，先衡量消費者對產品各項屬性的滿意程度，再加以總合 (Oliver et al, 1980; Singh, 1991)，而國內學者侯錦雄 (1990) 則將滿意度分為總滿意度與分項滿意度兩大類而分別加以衡量。魏弘發 (1995) 針對遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究，發現遊客參與遊憩活動的滿意程度，是從資源環境、經營管理、遊憩設施等各項因子中所獲得的遊憩體驗。賴富山 (2003) 以階層線性模式之運用針對遊客遊憩滿意度影響因子之研究，結果經由因素分析萃取出滿意度影響因子為「遊憩主體」、「公共設施」、「食宿設施」、「人員服務」、「經營管理」、「貨幣成本」、「時間成本」、以及「資訊成本」等八個滿意度影響因子，對各遊憩資源階層而言，遊憩主體、公共設施、食宿設施、人員服務、以及經營管理為有效預測遊客遊憩滿意度的預測因子，在遊憩資源階層之遊客重遊次數對遊憩資源遊客遊憩滿意度的預測已達顯著水準。李幸蓉 (2003) 探討從遊客的角度探討花蓮賞鯨活動之解說服務之研究，對解說服務的滿意度的衡量方式包含分項滿意及整體滿意度。黃映瑀 (2005) 以 starbucks 星

巴克企業做品牌形象、體驗價值對顧客滿意度之相關研究，結果發現皆有正相顯著相關。

二、滿意度的衡量

滿意度較常使用之衡量尺度大致有五種，為簡單滿意尺度、混合尺度、期望尺度、態度尺度及情感尺度等（游宗仁，2002），分別說明如下：

- （一）簡單滿意尺度：從完全滿意到沒有滿意等，分為三至七個不等的尺度。
- （二）混和尺度：從非常滿意到非常不滿意等，分為三至七個不等的尺度，而滿意和不滿意是位於連續帶上的兩端。
- （三）期望尺度：消費者對產品的績效高於期望，則感到滿意；反之，則感到不滿意。
- （四）態度尺度：從非常喜歡到非常不喜歡等，分為三至七個不等的尺度，目的在衡量消費者的態度和信仰；消費者越喜歡某一產品代表他對該產品的滿意程度越高。
- （五）情感尺度：仍在衡量消費者對產品之情感面的反應，正面的情感反應，表示消費者對該產品感到滿意；反之負面的情感反應，則表示不滿意。

本研究主要是探討參與者體驗滿意度之結果，供主辦單位參考，在滿意度衡量部分，探討參與日月潭泳渡活動後，對於主辦單位提供的交通運輸的便利性、環境衛生、安全考量、活動規劃、工作人員之服務滿意與對活動整體滿意等的整體評價，故採「分項滿意」及「整體滿意度」衡量參與日月潭泳渡之參與者滿意度，並以混合尺度（即非常滿意至非常不滿意）為衡量尺度。

第五節 參與動機、服務品質與滿意度之相關研究

林俊昇（2005）以渡假型休閒農場的研究發現一日遊旅客的遊憩動機在於「自我學習」，亦即體驗農業活動與學習，而且對滿意度有正向影響，但是滿意度高不一定有高重遊意願。而住宿型旅客則以「放鬆情緒」為主要動機，而且與滿意度亦有正向關係。陳依禎（2007）以彰化田尾花園的旅遊動機與滿意度之研究發現，社交與創造力動機因素越高，對於大眾運輸工具的便利性滿意度越高；以親友與自然的動機越高，對於田尾公路花園的整體滿意度就越高；技能與學習的動機越高，對於田尾公路花園的整體滿意度就越差。葉九源、廖學勇（2007）在慢速壘球場顧客參與動機與滿意度之研究，認為顧客主要參與動機為「紓解壓力」，滿意度較高的構面為「裁判的專業能力」，滿意度低的構面為「增進身體健康」，且參與動機與滿意度間有正向相關。林昌國、余幸秀（2007）在探討臺北市社區大學學員，參與運動休閒的動機與滿意度之相關情形，發現休閒運動參與動機中「建立人際關係」的因素項目，與社區大學學員的滿意度相關性最高，休閒運動滿意度中「身心與體能情況」的因素項目，與社區大學學員的參與動機相關性最高。

Hurley與Hooman（1998）認為服務品質與滿意度具有因果關係，並提出由服務品質到顧客滿意度的因果順序，認為應該先評估服務品質才會鑑定顧客滿意度。葉沛涵（2008）以華山登山遊客為研究對象，探討服務品質與滿意度之關係，在服務品質中的「確實性-步道設施」構面，「登山步道整體規劃恰當」、「登山步道的維護完善」兩個問項呈現實

際體驗正向滿意結果。游宗仁（2002）在全國YMCA運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究，發現運動休閒課程「服務品質」與「滿意度」之因素呈現顯著正相關，其中「信賴與滿足」、「友善與禮貌」與「知識與技能」皆和「環境與健康」相關程度最高。李俊鴻、黃錦煌、王郁方（2006）在宜蘭綠色博會中進行節慶活動顧客服務品質與滿意度之研究，認為最滿意的來源為服務人員的專業知識，兩者之間有正向的顯著關聯。

綜合以上研究，參與動機、服務品質與滿意度彼此間具有相關性，但可能因為所衡量的產業不同而有不同的結果，因此本研究參考此相關模型，做為日月潭泳渡活動之參與動機、服務品質與滿意度之相關研究。

第六節 滿意度與再次參加意願之關係

Kozak (2001) 指出遊客的旅遊經驗、目的地的交通是否便利以及當地物價水準、當地人民熱忱好客的程度、包括社會、經濟或政治等些許的因素，及遊客對旅遊行程的品質滿意度，皆會影響遊客對其旅遊目的地或國家的重遊意願。故只有當遊客感受到他們認為是良好或可接受的遊憩體驗時，就會表現出比別人更高的重遊意願。因此，重遊意願是衡量遊客對於觀光目的地形象及顧客滿不滿意的重要指標。

吳宗宏、黃宗成 (2001) 認為對於測量重遊意願之理念基礎及操作 (總滿意度係由各項實際體驗之總和)，得知整體性之滿意度係由各項不同正負強度環境因子之影響而成，兩者間具有正向相關。Bitner (1990) 認為顧客滿意度是顧客忠誠度的前因變項之一，且會正向的影響顧客忠誠度。因此，顧客對於企業產品或服務品質感到滿意的顧客，除了會產生再購的意願，並進而增加再購量與推薦行為之外，對其親友也會代為宣傳與介紹。Griffin (1996) 認為顧客滿意度只是一種態度的表現，其主要目的是使顧客能重複購買。

張火燦、余月美 (2008) 探討顧客滿意與忠誠度之關係，研究顯示顧客滿意度對顧客忠誠度有正向影響，其中以技術人員服務內容與產品品質的滿意度愈高時，則影響顧客忠誠度再購意願愈高。黃淑君、何宗隆 (2002) 的臺北縣坪林茶葉博物館遊客滿意度對重遊意願的影響研究，以遊客對周邊環境、戶外空間、建築設施、服務品質、管理維護等五個變數來探討滿意度與重遊意願的關係。研究顯示，遊客對遊憩獲得滿意時，便會產生再次重遊和推薦的意願。

綜合以上相關研究，滿意度與再遊意願彼此間具有相關性，但因為本研究主題為一年一次的運動賽會，因此將再遊意願修改為再次參加意願，並參考此相關模型，做為日月潭泳渡活動滿意度與再次參加意願之相關研究。

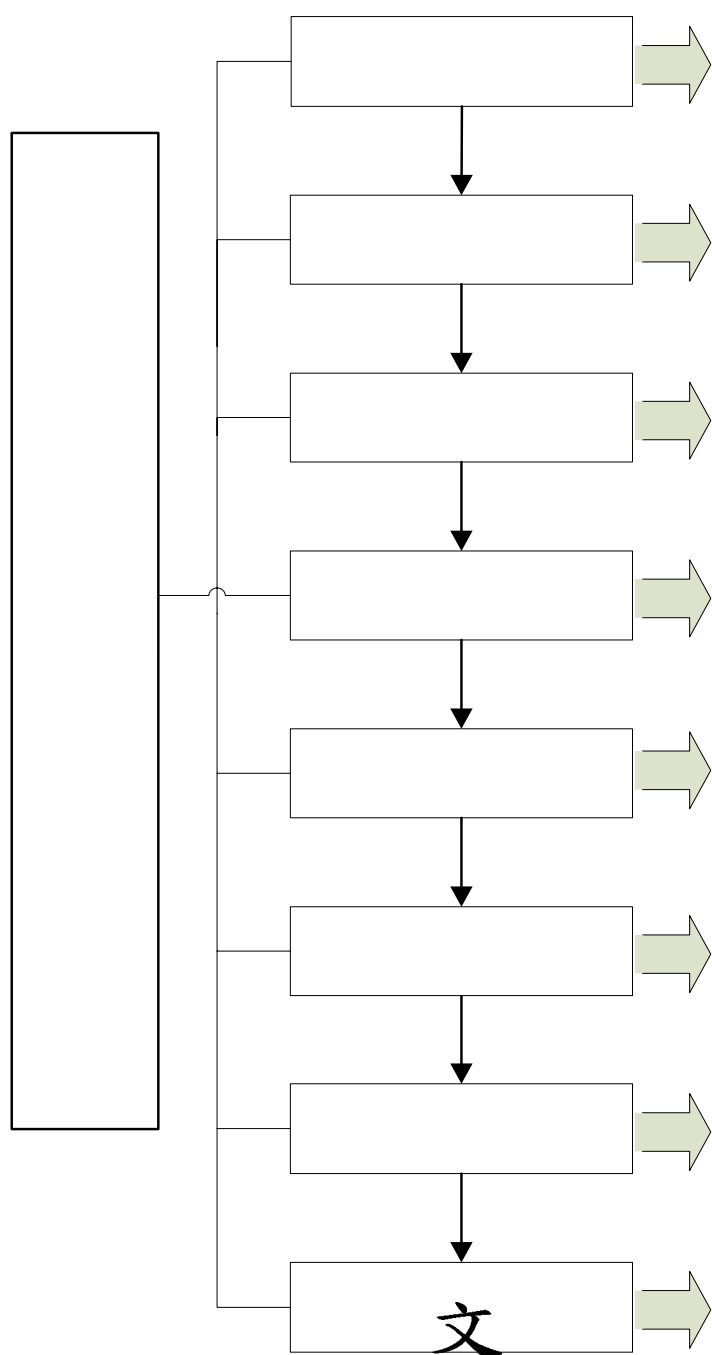
第叁章 研究方法與步驟

第一節 研究流程

本研究於研究動機與目的形成後，即確立研究主題，並著手蒐集相關文獻，進行相關文獻之整理及進而建立研究架構。

根據研究問題，設計問卷，以利進行調查。問卷初稿經由專家審查後，對同性質之泳渡活動進行問卷預試。將預試資料經分析後，修改題項即發展成正式問卷，對回收資料加以分析及討論，並據此提出結論與建議，完成此研究成果。研究流程如圖7所示。

本章共分為六節，依序為：第一節 研究流程，第二節 研究架構，第三節 研究假設，第四節 研究工具，第五節 研究對象與抽樣，第六節 資料分析方法。



研究動

研究問

資料收

研究設

問卷編

圖 5 研究流程圖

文

探⁴²

討

第二節 研究架構

本研究在於探討日月潭泳渡活動參與者動機，及知覺服務品質與滿意程度，首先將各研究變項進行探索性因素分析，在動機部分以因素分析所萃取之因素分數進行集群分析。另外，以卡方檢定不同人口統計變項的參與動機集群及服務品質集群是否有差異。最後，以路徑分析探討參與動機、服務品質及滿意度，滿意度與再次參加意願之間的關聯性。本研究之架構圖如下圖 8：

統計方法：

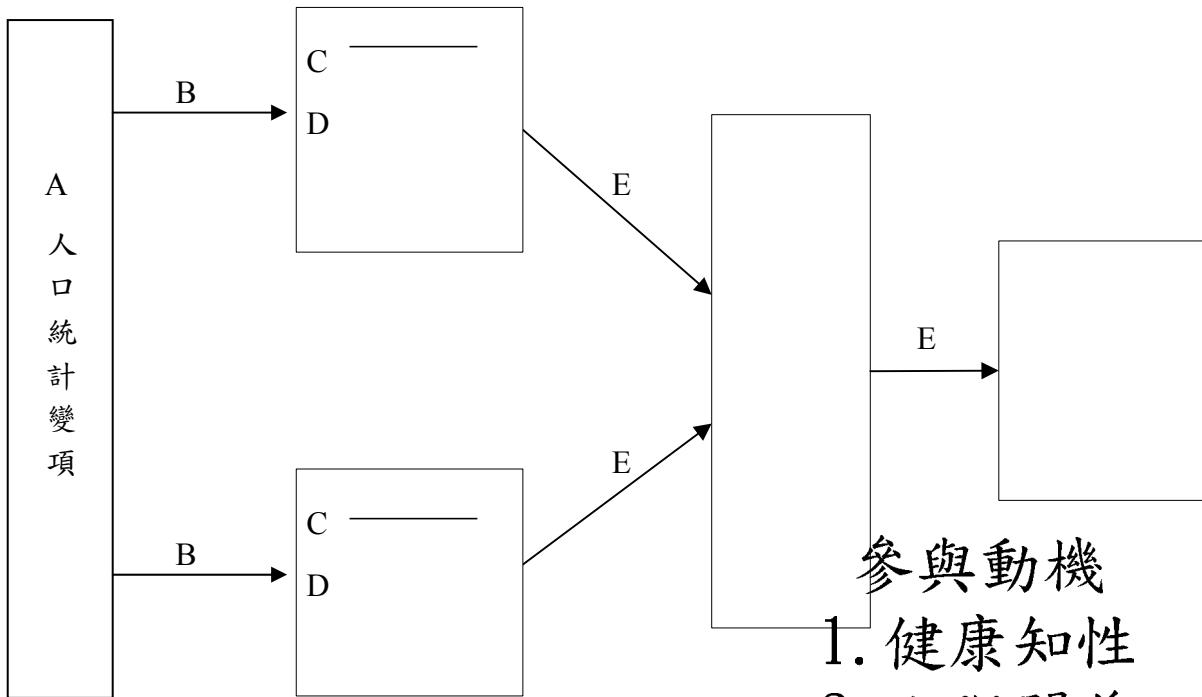
A：描述性統計

B：卡方檢定

C：因素分析

D：集群分析

E：路徑分析



參與動機

1. 健康知性
2. 人際關係
3. 自我挑戰
4. 好奇心
5. 逃脫放鬆

圖 6 研究架構圖

服務品質

1. 活動品質
2. 互動品質
3. 環境品質

第三節 研究假設

根據研究架構，本研究提出以下幾個研究假設，如圖9所示：

H1：人口背景統計變項在參與動機集群上無顯著差異存在

H1-1 性別在參與動機集群上無顯著差異存在

H1-2 婚姻在參與動機集群上無顯著差異存在

H1-3 年齡在參與動機集群上無顯著差異存在

H1-4 教育程度在參與動機集群上無顯著差異存在

H1-5 個人平均月收入在參與動機集群上無顯著差異存在

H1-6 游泳習慣在參與動機集群上無顯著差異存在

H1-7 參加次數在參與動機集群上無顯著差異存在

H1-8 是否為游泳協會/俱樂部會員在參與動機集群上無顯著
差異存在

H1-9 交通工具在參與動機集群上無顯著差異存在

H2：人口背景統計變項對服務品質集群上無顯著差異存在

H2-1 性別在服務品質集群上無顯著差異存在

H2-2 婚姻在服務品質集群上無顯著差異存在

H2-3 年齡在服務品質集群上無顯著差異存在

H2-4 教育程度在服務品質集群上無顯著差異存在

H2-5 個人平均月收入在服務品質集群上無顯著差異存在

H2-6 游泳習慣在服務品質集群上無顯著差異存在

H2-7 參加次數在服務品質集群上無顯著差異存在

H2-8 是否為游泳協會/俱樂部會員在服務品質集群上無顯著
差異存在

H2-9 交通工具在服務品質集群上無顯著差異存在

H3：參與動機因素對滿意度無顯著影響

H3-1 人際關係與體驗因素對滿意度無顯著影響

H3-2 自我挑戰因素對滿意度無顯著影響

H3-3 健康知性因素對滿意度無顯著影響

H3-4 逃脫放鬆因素對滿意度無顯著影響

H4：服務品質因素對滿意度無顯著影響

H4-1 互動品質因素對滿意度無顯著影響

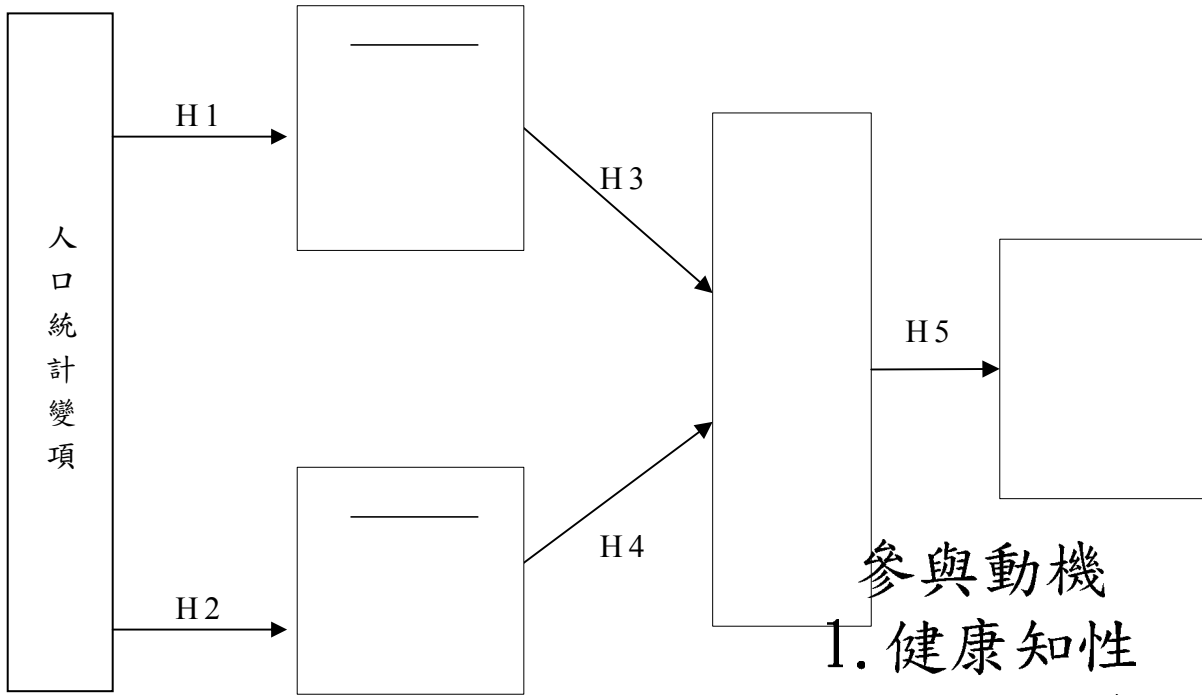
H4-2 成果品質因素對滿意度無顯著影響

H4-3 環境品質因素對滿意度無顯著影響

H4-4 活動品質因素對滿意度無顯著影響

H4-5 資訊便利品質因素對滿意度無顯著影響

H5：滿意度對再次參加意願無顯著影響



- 參與動機
1. 健康知性
 2. 人際關係
 3. 自我挑戰
 4. 好奇心
 5. 逃脫放鬆

圖 7 研究假設圖

- 服務品質
1. 活動品質
 2. 互動品質
 3. 環境品質

第四節 研究對象與取樣

本研究之研究對象是以問卷調查2008年8月31日萬人泳渡日月潭活動，從事運動觀光體驗之參與者為實證調查對象。

以研究所需樣本數依據機率法則來推算，首先將信賴區間定於95%，再將可容忍的誤差範圍定為5%，並將事件出現比率保守估計為0.5，根據公式（林惠玲、陳正倉，2001）計算可得估計樣本數為：

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

本研究之抽樣方式採用便利抽樣方式並以採用現場問卷調查的方法，於日月潭泳渡活動現場，請有意願受訪的參與者填寫，現場作答完畢後由研究者立即回收。問卷施測時間為2008年8月31日上午9點至下午一點；地點為南投縣日月潭伊達邵碼頭（泳渡終點站）；共發放500份問卷，有效問卷為464份，有效問卷率為92.8%，整體Cronbach's α 係數為0.926，符合內部一致性。

另外本研究針對受訪者對於參與動機的知覺及服務品質的知覺，以因素分析萃取其因素構面，並以其因素進行集群分析。Hair, Anderson, Tatham與Black（1995）指出進行因素分析中的（1）樣本數不得低於50個樣本，最好有100個樣本以上；（2）一般樣本數最少為變數個數的五倍，最佳比例則是提高至變數個數的十倍。本研究皆符合樣本數需求。

第五節 研究工具

一、研究工具

本研究採問卷調查法，並參考相關文獻後，以自編制之「日月潭泳渡活動參與動機、服務品質及滿意度量表」作為研究工具。

內容分為四個部份，共53題。第一部分為個人基本資料、第二部分為日月潭泳渡活動參與動機、第三部分為對活動服務品質的知覺、及第四部分滿意度。

問卷填答尺度除參與者人口背景統計為名目尺度外，其餘皆以Likert 五點尺度來衡量，每題從「非常同意」到「非常不同意」，「非常滿意」到「非常不滿意」，個區分為五點區隔，分別給予5~1分。

二、問卷編製

(一)個人基本資料

本研究主要的基本資料問題，包含「性別」、「婚姻狀態」、「年齡」、「教育程度」、「職業」、「個人月收入」、「游泳習慣」、「參與本活動次數」、「是否為游泳運動俱樂部會員」及「居住地」等十項。

(二)參與動機量表

本研究之參與動機量表主要參考Beard與Ragheb(1983)、張家銘(2005)、陳依禎(2007)的運動休閒參與動機量表，共編制21題，分為「健康知性」、「人際關係交流」、「自我挑戰」、「好奇心」及「逃脫放鬆」等五個構面。

(三)活動服務品質知覺量表

本研究之活動服務品質知覺量表主要參考Ko與Pastore (2005)、盧瑞山(2005)的服務品質量表，在挑選及修改題項後共編制22題，分為「活動品質」、「互動品質」、「成果品質」、「環境品質」等四個構面。

(四)滿意度量表

本研究之滿意度量表主要參考張昆生(2005)、陳依禎(2007)的滿意度量表，以分項滿意度及整體滿意度進行測量，題項分別為「對本次活動大眾交通運輸的滿意度」、「對本次活動環境衛生的滿意度」、「對活動安全管理的滿意度」、「工作人員的服務態度與專業性的滿意度」、「對活動規劃及動線安排的滿意度」、「參加本次活動的整體滿意度」等六大類，衡量尺度以「非常滿意」至「非常不滿意」五個尺度來衡量，其總得分越高，表示參與賽會之滿意度越高。

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與統計應用分析一書中，發展量表建構方式之流程，如圖10所示。

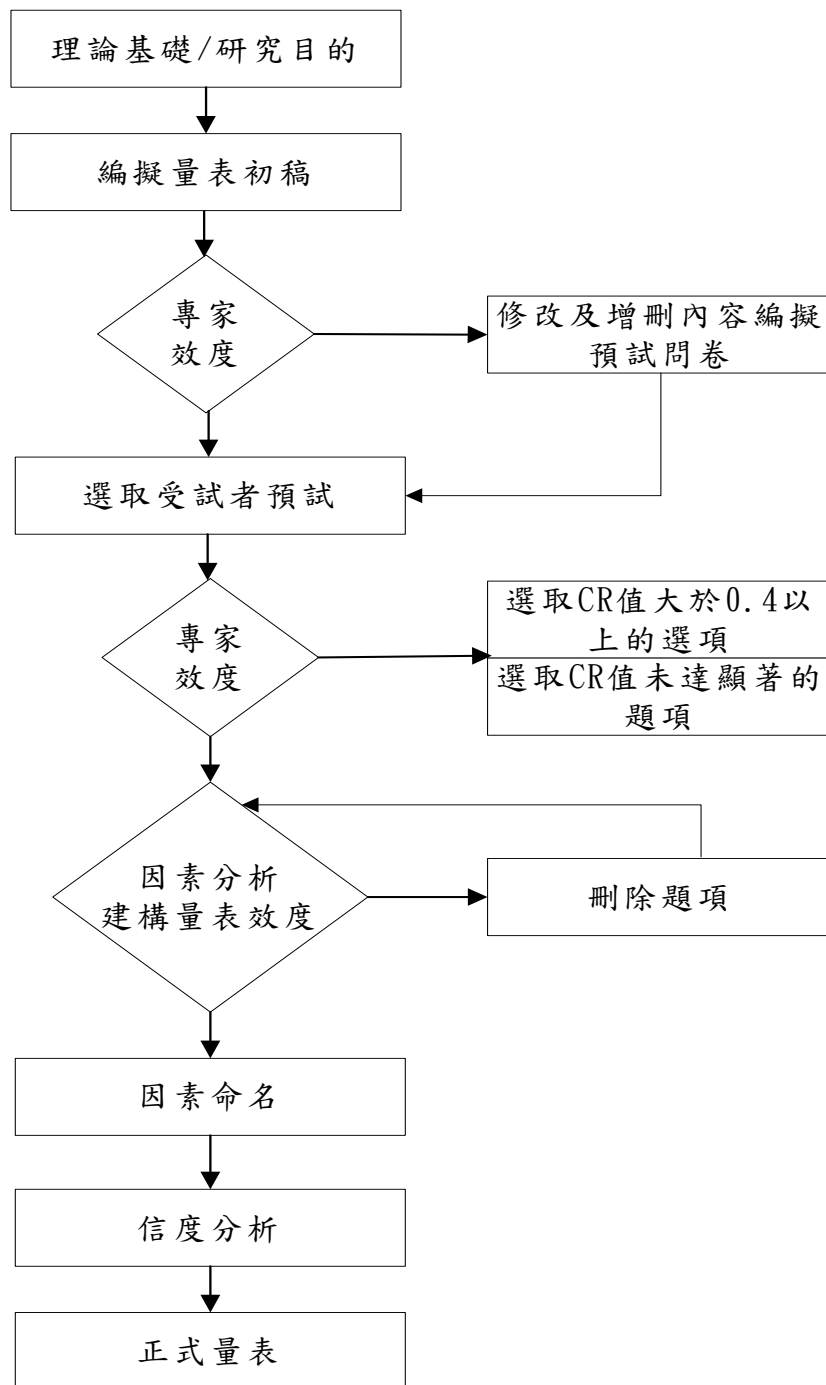


圖 8 量表建構流程圖

資料來源：吳明隆、涂金堂(2007)

四、預試

本研究的預試對象為2008年4月12日墾丁大鵬灣泳渡賽會之參與者，在泳渡活動結束以後，由現場調查人員進行問卷施測與回收。共計回收問卷數為120份，有效問卷為112份，有效問卷率為93.3%。

本研究以內容效度 (content validity) 和建構效度 (construct validity) 對問卷進行考驗。1. 內容效度:正式函請專家學者進行「專家意見調查」，以建構本研究之內容效度。2. 建構效度; 將問卷編碼輸入後，依據(1) 項目分析: 以獨立樣本t檢定逐題進行高低分組(27%)之平均數差異比較，求得每一項目辨別力 (Thomas & Nelson,1990) 刪除差異值未達.05顯著水準之題項; (2) 因素分析: 以主成分分析法並配合最大變異法，抽取特徵值大於1的因素且剔除轉軸因素負荷量低於0.5者，作為選題的標準。

(一) 參與動機量表

本研究之參與動機量表主要參考Beard與Ragheb(1983)、張家銘(2005)、陳依禎(2007)的運動休閒參與動機量表，共編制21題，分為「健康知性」、「人際關係交流」、「自我挑戰」、「好奇心」及「逃脫放鬆」等五個構面。量表採Likert五點尺度來衡量，每題從「非常同意」到「非常不同意」，區分為五點區隔，分別給予5~1分。將個因素題目之分數加總後平均，分數越高者代表該因素重視程度越高。本量表經預試後，以項目分析瞭解個題項之鑑別度，以因素分析考驗量表之建構效度，並進行分析量表各層面之信度考驗。

(1) 項目分析

本量表經預試後，以t檢定進行高低分組(27%)，選取差異質達0.05顯著水準之題項。其中，第十二題『我想要利用泳渡活動加入游泳協會』，其CR值為1.25，P值未達0.05之顯著差異水準，因此將此題刪除。詳細結果見表3-1

表 3- 1 參與動機量表項目分析摘要表

題項	CR值	P值
1.我想要保持身體健康	6.68	.004
2.我想要增進游泳技能	5.75	.016
3.我是慕名而來	6.41	.002
4.我想要多參與不同的水上活動	4.64	.000
5.我想要利用閒暇時間，參與有意義的活動	6.17	.000
6.我想要增強我的體能	7.88	.007
7.我想要增加水域的相關知識	5.65	.001
8.我想要建立友誼，認識志同道合的朋友	3.21	.008
9.我想要增加與家人的互動	12.46	.001
10.我想要增加與朋友的互動	18.18	.000
11.我想要將我的游泳經驗分享給其他人	6.18	.002
12.我想要利用泳渡活動，加入游泳協會	1.25	.267
13.我想從泳渡活動得到刺激感	3.89	.001
14.我想挑戰自己，能否達成泳渡的目標	3.24	.002
15.我想考驗自己的毅力	3.91	.005
16.我想滿足自己的好勝心	4.80	.000

(續下頁)

表 3-1 (續)

17.我 想要 完成 一件 困難 的 事情	14.09	.000
18.我 想要 逃離 每天 忙碌 的 生活	9.14	.000
19.我 想要 放鬆 身心、抒解 壓力	6.17	.001
20.我 想要 放慢 生活 步調	5.66	.002
21.我 想要 接觸 大自然，欣賞 優美 的 風景	21.43	.000

本研究整理

(2) 因素分析

因素分析結果得知 KMO 值為 0.831(>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 1759.17，P 值小於 0.001，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 62.52%。詳細結果見表 3-2

由於題項內容太過相近，故將第九題和第十題合併為『我想要增加與家人或朋友的互動』。

表 3-2 與動機的因素分析摘要表

題項	萃取因素				
	自我挑戰	逃脫放鬆	人際關係交流	健康知性	好奇心
15.我想考驗自己的毅力	.768				
17.我想要完成一件困難的事情	.752				
14.我想挑戰自己能否達成泳渡的目標	.709				
16.我想滿足自己的好勝心	.692				
12.我想從泳渡活動得到刺激感	.670				
19.我想要放鬆身心、抒解壓力		.741			
20.我想要放慢生活步調		.732			
18.我想要逃離每天忙碌的生活		.714			
21.我想要接觸大自然，欣賞優美的風景		.575			
10.我想要增加與朋友的互動			.770		

(續下頁)

表 3-2 (續)

8.我想要建立友誼，認識志同道合的朋友						.734
11.我想要將我的游泳經驗分享給其他人						.640
9.我想要增加與家人的互動						.632
5.我想要利用閒暇時間，參與有意義的活動						.616
6.我想要增強我的體能						.753
7.我想要增加水域的相關知識						.713
2.我想要增進游泳技能						.701
1.我想要保持身體健康						.562
3.我是慕名而來						.784
4.我想要多參與不同的水上活動						.639
解釋變異量 (%)	31.39	43.07	52.13	52.70	62.52	
信度分析 Cronbach's α	0.845	0.778	0.767	0.768	0.625	

本研究整理

(二) 活動服務品質知覺量表

本研究之活動服務品質知覺量表主要參考Ko與Pastore (2005)、盧瑞山(2005)的服務品質量表，在挑選及修改題項後共編制22題，分為「活動品質」、「互動品質」、「成果品質」、「環境品質」、「時間品質」等五個構面。量表採Likert五點尺度來衡量，每題從「非常同意」到「非常不同意」，區分為五點區隔，分別給予5~1分。將個因素題目之分數加總後平均，分數越高者代表該因素重視程度越高。本量表經預試後，以項目分析瞭解個題項之鑑別度，以因素分析考驗量表之建構效度，並進行分析量表各層面之信度考驗。

(1) 項目分析

本量表經預試後，以t檢定進行高低分組(27%)，選取差異質達0.05顯著水準之題項。其中，第六題『我認為整個活動內容是豐富的』及第十三題『我認為參與此活動後，體能水準有所提升』，P值未達0.05之顯著差異水準，因此將此題刪除。詳細結果見表3-3

表3-3 活動服務品質知覺量表項目分析摘要表

題項	CR值	P值
1.在活動進行中有足夠的安全設施及救生員	6.69	.000
2.我認為此泳渡活動舉辦的時間及季節是相當合適的	5.63	.001
3.我認為此泳渡活動能按照預定時間流程完成	5.84	.000

(續下頁)

表 3-3 (續)

4.我認為此泳渡活動的報名方式是相當便利的	6.84	.012
5.我認為關於此泳渡活動的資訊是相當容易取得的	5.64	.000
6.我認為整個活動內容是豐富的	1.67	.365
7.我認為整個活動內容是吸引人的	10.52	.001
8.我認為工作人員的態度是有禮貌的	8.69	.002
9.我認為工作人員的態度是友善的	7.31	.000
10.我認為工作人員有足夠專業知識，能為我解答	7.27	.001
11.我認為工作人員處理問題的能力，是值得讚賞的	5.36	.004
12.我認為工作人員樂意主動幫忙、詢問參與者的需求	5.29	.012
13.我認為參與此活動後，體能水準有所提升	1.32	.211
14.我認為參與此活動後，讓我更有成就感	8.12	.000
15.我認為參與此活動後，讓我做事更有信心	6.87	.000
16.我認為參與此活動後，能增進人際關係	6.68	.000
17.我認為參與此活動後，能體驗到運動的樂趣	6.67	.000
18.我認為此泳渡活動的環境(沙灘、海水)品質很好	6.05	.001
19.我認為公共設施數量足夠(廁所、淋浴間)	4.59	.011

(續下頁)

表 3-3 (續)

20.我認為交通運輸（公車、接駁車）很便利	4.84	.005
21.我認為停車場的數量足夠	5.05	.000
22.我認為主辦單位所提供的各種服務處相當 完備(如:飲水站、醫護站)	6.89	.000

本研究整理

(2) 因素分析

因素分析結果得知 KMO 值為 0.833 (>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 1922.66，P 值小於 0.001，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 65.03 %。

由於第九題『我認為工作人員的態度是有友善的』因素負荷量為 0.39 過低，故於予刪除；再次進行因素分析得知 KMO 值為 0.838 (>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 1,892.45，P 值小於 0.001，達顯著差異水準，且總解釋變異量為 65.03%，所保留題目之結果見表 3-4。

表 3-4 活動服務品質因素分析摘要表

題項	萃取因素				
	互動 品質	成果 品質	活動 品質	時間 品質	環境 品質
8.我認為工作人員的態度是有禮貌的	.895				
10.我認為工作人員有足夠專業知識能為我解答	.806				
11.我認為工作人員處理問題的能力，是值得讚賞的	.679				
12.我認為工作人員樂意主動幫忙、詢問參與者的需求	.648				
20.我認為主辦單位所提供的各種服務處相當完備（如：飲水	.563				
16.我認為參與此活動後，能增進人際關係		.799			
17.我認為參與此活動後，能體驗到運動的樂趣		.796			
14.我認為參與此活動後，讓我更有成就感		.756			
15.我認為參與此活動後，讓我做事更有信心		.729			
5.我認為關於此泳渡活動的資訊是相當容易取得的			.739		

(續下頁)

表 3-4 (續)

7.我認為整個活動內容是吸引人的					.638
1.在活動進行中有足夠的安全設施及救生員					.602
4.我認為此泳渡活動的報名方式是相當便利的					.573
3.我認為此泳渡活動能按照預定時間流程完成					.822
2.我認為此泳渡活動舉辦的時間及季節是相當合適的					.656
19.我認為公共設施數量足夠(廁所、淋浴間)					.772
20.我認為交通運輸(公車、接駁車)很便利					.713
21.我認為停車場的數量足夠					.546
18.我認為此泳渡活動的環境(沙灘、海水)品質很好					.505
解釋變異量(%)	36.30	47.56	54.49	60.10	65.03
信度分析 Cronbach's α	0.850	0.857	0.776	0.791	0.614

本研究整理

(三) 滿意度量表

本研究之滿意度量表主要參考張昆生（2005）、陳依禎（2007）的滿意度量表，以分項滿意度及整體滿意度進行測量，題項分別為「對本次活動大眾交通運輸的滿意度」、「對本次活動環境衛生的滿意度」、「對活動安全管理的滿意度」、「工作人員的服務態度與專業性的滿意度」、「對活動規劃及動線安排的滿意度」、「參加本次活動的整體滿意度」等六大類，衡量尺度以「非常滿意」至「非常不滿意」五個尺度來衡量，其總得分越高，表示參與賽會之滿意度越高。

(1) 信度分析

由信度分析摘要表可發現六個滿意度題項整體的Cronbach's α 係數為0.805，代表此量表的信度為佳，題項具有一致性。如表3-5所示。

表 3- 5 滿意度量表信度分析摘要表

題項	平均 數	整體信度 Cronbach's α
大眾交通運輸滿意度	3.20	0.805
活動環境衛生滿意度	3.32	
活動安全管理滿意度	3.89	
服務態度與專業性滿意度	3.79	
活動規劃及動線安排滿意度	3.42	
整體滿意度	3.49	

本研究整理

(四) 個人基本資料

本研究主要的基本資料問題，包含「性別」、「婚姻狀態」、「年齡」、「教育程度」、「職業」、「個人月收入」、「游泳習慣」、「參與本活動次數」、「是否為游泳運動俱樂部會員」、「居住地」及「交通工具」等十一項。

五、本節小結

預試問卷經項目分析、因素分析及信度分析後，第一部份為受試者對於參與動機的知覺(詳如表3-1)，第十二題『我想要利用泳渡活動加入游泳協會』，其CR值為1.25，P值未達0.05之顯著差異水準，因此將此題刪除；第九題和第十題合併為『我想要增加與家人或朋友的互動』。第二部份為活動服務品質的知覺(詳如表3-3)，第六題『我認為整個活動內容是豐富的』及第十三題『我認為參與此活動後，體能水準有所提升』，P值未達0.05之顯著差異水準，因此將此題刪除；經由因素分析，第九題『我認為工作人員的態度是有友善的』因素負荷量為0.39過低，故於予刪除，另外，由於正試問卷的泳渡活動地點為日月潭，因此第十六題修改為『我認為此泳渡活動的環境(岸邊、湖水)品質很好』。

剩餘所有題項將列為正式問卷之題目，請見附錄二。

第六節 資料分析方法

針對參與動機、活動服務品質及滿意度關係之探討，本研究運所運用之資料分析分別有描述性統計、項目分析、信度分析、因素分析、單因子變異數分析、集群分析及路徑分析，以套裝統計軟體SPSS12.0為分析工具，分別說明如下：

一、描述性統計(Descriptive Statistics Analysis)

包含次數分配、百分比、平均數等之計算，用以瞭解樣本之基本屬性分配狀況。

二、項目分析(Item Analysis)

由於本研究在衡量李克特量表部分是應用總加量表法，因此當預試量表之問項超過十題時，則必須利用項目分析挑選出適當的項目(張紹勳，2001)。採用決斷值(Critical Ratio, CR)作為選擇題目之參考。當決斷值大於顯著水準($p > 0.05$)時，表示該題能鑑別不同受試者的反應程度，因此可以選擇，反之則應剔除。

三、信度分析(Reliability Analysis)

測量本研究問卷問項之內部一致性程度，採用Cronbach's α 係數法，探討問卷內參與動機、服務品質及滿意度各題目內部的一致性及其可行性。根據Cuieford(1965)所提出Cronbach's α 係數的穩定性標準，數值大於0.7為高信度，0.7~0.35間則為中信度，而0.35以下為低信度。

四、因素分析(Factor Analysis)

從眾多具有共同性的變數中，盡量保存原資料訊息，其主要目的為資料縮減運用諸多變數的相關性研究，可以用假

設的少數幾個變數，來表示原來變數的主要資訊。本研究使用探索性因素分析，試圖找出能解釋資料變項間相關關係的少數幾個重要因素。

五、單因子變異數分析 (One-way ANOVA)

檢定不同人口統計變項集群對泳渡活動的參與動機及服務品質因素是否有顯著差異存在。

六、集群分析 (Cluster Analysis)

探討如何將欲測對象分為類似的群體。其最主要目的，乃是利用客觀的計量方法，將事物根據某些屬性歸納在各個群體之中，使得在同一個集群內的事物都具有相同的特性 (homogeneity)，而在不同的集群之間卻有顯著的差異性。因此，本研究為區隔不同的參與動機及服務品質知覺之群體，而進行分群。

七、卡方檢定

為瞭解不同動機及服務品質集群參與者特性是否具有差異性，所以進行卡方檢定來檢視兩集群間是否有差異存在。

八、路徑分析 (Path Analysis)

將所要研究的變數區分為應變數 (dependent variable) 與自變數 (independent variable)，並根據相關理論建立一變數為應變數的函數並根據相關理論建立一變數為自變數的函數，然後依樣本資料去估計模型中的參數並預測。本研究擬定以參與動機因素及服務品質因素為自變數，滿意度為中介變數及再次參與為應變數進行分析，藉此瞭解各變項之關聯性。

九、本研究各項假設考驗之顯著水準均定為 $\alpha = 0.05$ 。

第肆章 研究結果與討論

第一節 參與者基本資料分析

本研究以2008年日月潭萬人泳渡賽會之參與者為研究對象，於2008年8月31日上午9點至下午1點，在南投縣日月潭伊達邵碼頭(泳渡終點站)，使用人員訪問方式以便利性抽樣進行調查。

本研究正式問卷共發放500份，扣除其中作答不完整或漏答題數過多的136份，有效問卷為464份，有效問卷率為92.8%，男性有371人(80%)、女性有93人(20%)，顯示受訪者以男性佔多數。未婚者有217人(46.8%)、已婚-無小孩者有50人(10.8%)、已婚-有小孩者有191人(41.2%)、寡居期有2人(0.4%)、其他有4人(0.9%)。在年齡的分佈上，20歲以下者有27人(5.8%)、21~30歲有145人(31.3%)、31~40歲者有130人(28%)、41~50歲有103人(22.2%)、51~60歲有49人(10.6%)、61歲以上有10人(2.2%)，顯示願意接受訪問者的年齡層集中在21~40歲。教育程度以國小(含)以下有14人(3%)、國中程度有24人(5.2%)、高中(職)程度有79人(17%)、大學(含專科)程度有243人(52.4%)、碩士程度有101人(21.8%)、博士程度有3人(0.6%)，顯示受訪者的學歷以大學(含專科)程度者居多。個人平均月收入區分，2萬元以下有77人(16.6%)、2萬至4萬有151人(32.5%)、4萬至6萬有133人(28.7%)、6萬至8萬有54人(11.6%)、8萬元以上有49人(10.6%)。受訪者的職業類別方面，從事農林漁牧業有4人(0.9%)、工業有105人

(22.6%)、商業 84 人 (18.1%)、服務業 69 人 (14.9%)、軍公教 81 人 (17.5%)、自由業 16 人 (3.4%)、家管 13 人 (2.8%)、學生 9 人 (1.9%)、及其他 39 人 (8.4%)。詳細的參與者個人資料分析如表 4-1 所示。

受訪者的居住地集中在北部和中部，北部的參與者最多共有 260 人 (56.1%)，其中以台北縣市最多有 165 人 (35.7%)；其次為中部有 112 人 (24%)，其中以台中縣是最多有 77 人 (16.6%)；南部有 33 人 (17.9%) 及東部有 8 人 (1.7%)。詳細的參與者居住地分析如表 4-2 所示。

表 4-1 參與者個人資料分析表

	變項	人數	百分比 (%)
性別	男	371	80.0
	女	73	20.0
婚姻	未婚	217	46.8
	已婚無小孩	50	10.8
	已婚有小孩	191	41.2
	寡居期	2	0.4
	其他	4	0.9
年齡	20 歲以下	27	5.8
	21~30 歲	145	31.3
	31~40 歲	130	28.0
	41~50 歲	103	22.2
	51~60 歲	49	10.6
	61 歲	10	2.2

(續下頁)

表 4-1 (續)

教育程度	國小(含)以下	14	3.0
	國中	24	5.2
	高中(職)	79	17.0
	大學(含專科)	243	52.4
	碩士	101	21.8
	博士	3	0.6
	平均月收入	20000 以下	77
20001~40000		151	32.5
40000~60000		133	28.7
60000~80000		54	11.6
80001 以上		49	10.6
職業	農林漁牧	4	0.9
	工	105	22.6
	商	84	18.1
	服務業	69	14.9
	軍公教	81	17.5
	自由業	16	3.4
	家管	13	2.8
	學生	44	9.5
	退休人員	9	1.9
	其他	39	8.4

(續下頁)

表 4-2 參與者居住地分析

區域	居住縣市	人次	百分比
北部		260	56.1
	基隆縣市	5	1.0
	台北縣市	165	35.7
	桃園縣市	37	7.9
	新竹縣市	41	8.9
	苗栗縣	12	2.6
中部		112	24.0
	台中縣市	77	16.6
	南投縣	9	1.9
	彰化縣市	17	3.6
	雲林縣	9	1.9
南部		83	17.9
	嘉義縣市	8	1.8
	台南縣市	40	8.7
	高雄縣市	32	6.8
	屏東縣市	3	0.6
東部		8	1.7
	宜蘭縣市	7	1.5
	台東縣	1	0.2

本研究整理

以受訪者的平常游泳習慣區分，平均每週三次以上的有 163 人(35.1%)、每週二次的有 70 人(15.1%)、每週一次的有 130 人(28%)，沒有游泳習慣的有 101 人(21.8%)，顯示出賽會的參與者平時有游泳習慣者佔大多數。受訪者的參加次數為第一次的有 231 人(49.8%)、參加二至五次的有 185 人(39.9%)、參加六至十次的有 36 人(7.7%)及參加十一次以上的有 12 人(2.6%)。受訪者為游泳俱樂部/協會會員的有 281 人(39.2%)，非游泳俱樂部/協會會員的有 182 人(60.8%)。受訪者參與此賽會所使用的交通工具方面，自用汽車的有 191 人(41.2%)、機車的有 36 人(7.8%)、腳踏車車的有 2 人(0.4%)、遊覽車的有 218 人(47%)、公共汽車的有 13 人(2.8%)及其他有 4 人(0.9%)。詳細的參與者特性分析如表 4-3 所示。

表 4-3 參與者特性分析

	變項	人數	百分比
游泳習慣	每週三次以上	163	35.1
	每週二次	70	15.1
	每週一次	130	28.0
	無	101	21.8
參加次數	第一次	231	49.8
	二~五次	185	39.9
	六~十次	36	7.7
	十一次以上	12	2.6
游泳俱樂部/ 協會會員	是	281	60.8
	否	182	39.2
交通工具	自用汽車	191	41.2
	機車	36	7.8
	腳踏車	2	0.4
	遊覽車	218	47.0
	公用汽車	13	2.8
	其他	4	0.9

本研究整理

第二節 運動觀光之參與動機分析

一、敘述性統計分析

運動觀光之參與動機編列於問卷的第二部分，共 19 題，經由次數統計結果顯示，以『挑戰自己能否達成泳渡的目標』的平均分數最高為 4.29，其次依序為『我想要保持身體健康』和『我想考驗自己的毅力』平均分數皆為 4.28、『我想要利用閒暇時間，參與有意義的活動』及『我想要接觸大自然，欣賞優美的風景』平均分數為 4.25、『我想要增強我的體能』平均分數為 4.17、『我想要完成一件困難的事情』平均分數為 4.14，至於『我想要逃離每天忙碌的生活』平均分數為 3.68 最低，其他詳如表 4-4 所示。

表 4-4 參與動機各構面之描述性統計表

題項	平均數	標準差
12.挑戰自己能否達成泳渡的目標	4.29	0.764
1.保持身體健康	4.28	0.668
13.考驗自己的毅力	4.28	0.735
7.利用閒暇時間，參與有意義的活動	4.25	0.735
19.接觸大自然，欣賞優美的風景	4.25	0.735
6.想要多參與不同的水上活動	4.21	0.749
3.增強我的體能	4.17	0.714
15.我想要完成一件困難的事情	4.14	0.878

(續下頁)

表 4-4 (續)

5. 慕名而來	4.11	0.867
17. 放鬆身心、抒解壓力	4.11	0.805
8. 建立友誼，認識志同道合的朋友	4.10	0.820
9. 增加與家人或朋友的互動	4.07	0.823
11. 從泳渡活動得到刺激感	4.07	0.866
14. 滿足自己的好勝心	4.06	0.882
10. 將我的游泳經驗分享給其他人	4.02	0.840
2. 增進游泳技能	3.99	0.882
18. 放慢生活步調	3.96	0.827
4. 增加水域的相關知識	3.94	0.811
16. 逃離每天忙碌的生活	3.68	1.044

本研究整理

二、因素分析

本研究使用因素分析，將問卷調查中運動觀光之參與動機的題項，以最簡化的構面來呈現，且在保有原資料結構所提供的主要資訊下，更達到資料綜合及縮減的目的，並以因素分析所萃取之因素構面來取代原始的變數資料。

(一) 假設檢定

採用因素分析的主要目的在於濃縮參與動機項目，萃取最簡化的構面來替代原始的變數資料。進行因素分析前先以 Bartlett 球形檢定 (Bartlett's Test of Sphericity)，確定各觀察值間是否存在共同變異數，資料是否取自多變量的常態母群體，因為當資料矩陣無顯著相關高時，不適用因素分析。同時利用 KMO 檢定 (Kaiser Meyer Olkin Test) 來確定樣本資料的適當性，KMO 是用來比較相關係數與偏相關係數的一個指數；當 KMO 值愈接近 1 時，表示變項之間的因素愈多，愈適合進行因素分析；反之，如果 KMO 值小於 0.5 時，則不宜進行因素分析 (Kaiser, 1974)。經由檢定樣本的適確性結果顯示，KMO 值為 0.898，表示調查的資料具有適當性。Bartlett 球形檢定的結果，P 值為 0.00 具顯著水準，表示變數間具有相關性，適合進行因素分析。

(二) 因素分析之結果

本研究以主成分 (principal component) 分析法進行因素分析，主成分的萃取可以分成未轉軸與轉軸後的主成分，轉軸的方式採用最大變異法 (Varimax)，主要在強調各觀測值之間的關係 (Hair et al., 1995)，同時保留特徵值大於 1.0

以上的因素，表 4-5 為參與動機轉軸後之因素負荷矩陣，確定每項題目在自己所屬的因素中是否達到大於 0.40 的標準，因為比較高的因素負荷具有高度相關在描述因素和個別題項之間的關係 (Lee et al., 2004)。

表 4-5 參與動機轉軸後之因素負荷表

變數	萃取因素			
	1	2	3	4
10.將經驗分享給其他人	.770			
8.建立友誼，認識朋友	.703			
9.增加與家人或朋友的互動	.672			
11.得到刺激感	.563			
7.利用閒暇時間，參與有意義的活動	.505			
6.參與不同的水上活動	.467			
12.挑戰自己能否達成泳渡的目標		.787		
13.考驗自己的毅力		.741		
14.滿足自己的好勝心		.737		
15.我想要完成一件困難的事情		.690		
3.增強我的體能			.752	
2.增進游泳技能			.732	
1.保持身體健康			.669	
4.增加水域的相關知識			.615	
5.慕名而來			.413	
18.放慢生活步調				.786
17.放鬆身心、抒解壓力				.737

16.逃離每天忙碌的生活	.715
19.接觸大自然，欣賞優美的風景	.592

本研究整理

表 4-6 為參與動機經轉軸後的因素分析結果，萃取特徵值大於 1 的因素有 4 個，其累積解釋變異達 57.12%，Cronbach's α 值分別為 0.816、0.787、0.760 與 0.756。Cuieford (1965) 所提出 Cronbach's α 係數的穩定性標準，數值大於 0.7 為高信度，0.7~0.35 間則為中信度，而 0.35 以下為低信度。因此本量表內部一致性高，且具有高信度。依據各變數因素負荷型態進行因素命名，分別命名如下：

因素一：「人際關係與體驗」

構成「人際關係與體驗」構面要素依據因素負荷量大小順序排列分別為『9.我想要增加與家人的互動』、『8.我想要接觸大自然』、『10.我想要增加與朋友的互動』、『11.從泳渡活動得到刺激感』、『7.利用閒暇時間，參與有意義的活動』、『6.多參與不同的水上活動』，皆以人際關係交流與活動參與體驗為主，所以命名為人際關係與體驗因素。

因素二：「自我挑戰」

構成「自我挑戰」構面要素依據因素負荷量大小順序排列分別為『12.挑戰自己能否達成泳渡的目標』、『13.考驗自己的毅力』、『14.滿足自己的好勝心』、『15.完成一件困難的事情』，皆以自我挑戰為主，所以命名為自我挑戰因素。

因素三：「健康知性」

構成「健康知性」構面要素依據因素負荷量大小順序排列分別為『3.增強我的體能』、『2.增進游泳技能』、『1.我想要保持身體健康』、『4.增加水域的相關知識』、『5.慕名而來』，皆以健康知性為主，所以命名為健康知性因素。

因素四：「技能與學習」

構成「逃脫放鬆」構面要素依據因素負荷量大小順序排列分別為『18.放慢生活步調』、『17.放鬆身心、抒解壓力』、『16. 逃離每天忙碌的生活』、『19.接觸大自然，欣賞優美的風景』，皆以逃脫放鬆為主，所以命名為逃脫放鬆因素。

由因素分析的結果顯示，原先參與動機總共 19 個題項，經由因素分析之結果，將原始資料濃縮為 4 個因素構面，以達到資料的縮減的目的。本研究將以所萃取四個構面的因素分素進行集群分析。

表 4-6 參與動機因素分析結果

變數	萃取因素			
	人際關係 與體驗	自我 挑戰	健康 知性	逃脫 放鬆
10.將我的游泳經驗分享給其他人		.770		
8.建立友誼，認識志同道合的朋友	.703			
9.增加與家人或朋友的互動	.672			
11.從泳渡活動得到刺激感		.563		
7.利用閒暇時間，參與有意義的活動		.505		

6.多參與不同的水上活動	.467
12.挑戰自己能否達成泳渡的目標	.787
13.考驗自己的毅力	.741

(續下頁)

表 4-6(續)

14.滿足自己的好勝心	.737
15.完成一件困難的事情	.690
3.增強我的體能	.752
2.增進游泳技能	.732
1.保持身體健康	.669
4.增加水域的相關知識	.615
5.慕名而來	.413
18.放慢生活步調	.786
17.放鬆身心、抒解壓力	.737
16.逃離每天忙碌的生活	.715
19.接觸大自然，欣賞優美的風景	.592
特徵值 (eigenvalue)	6.75 1.73 1.30 1.08
累積解釋變異量 (Cumulative %)	35.54 44.62 51.44 57.12
信度 (Cronbach's α)	0.816 0.787 0.760 0.756

本研究整理

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)。本研究根據因素分析所萃取的因素構面，進行 2 階段性分析，第一階段先使用層次集群方法 (hierarchical methods) 中的華德法 (Ward's methods) 決定集群數目，華德法的分群方式是先將每一個個體視為一個集群，然後將各集群依序合併，合併之順序完全視合併後集群之組內總變異數之大小而定，由表 4-7 顯示在凝聚 1 個集群至 2 個集群時，為凝聚順序表中係數增加的幅度最大 (因為當係數值越小時則表示集群群體成員間的同質性越高，反之，當係數越大時則表示群間成員相異性越高)，故判定集群數目為 2 組較為適合。

第二階段則以非層次集群方法 (non-hierarchical methods) 中的 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，集群 I 有 168 個觀測值與集群 II 為 296 個觀測值。主要依據 K-Means 方法分群結果，並將參與動機因素分析後的四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，以利做集群命名。表 4-8 得知，集群 I 與集群 II 對參與動機中的人際關係與體驗、健康知性、逃脫放鬆因素構面皆達顯著水準，接下來觀察每個集群在各因素構面的平均數值，在集群 I 裡面發現運動觀光客參與日月潭泳渡賽會，以自我挑戰、人際關係與體驗構面平均分數得分較高，因此命名為「挑戰與人際關係集群」。集群 II 在逃離與放鬆因素、技能與學習這兩個構面中的得分是相近的，命名為「健康與

逃脫集群」，在 5% 的顯著水準下呈現顯著。

Anderberg (1973) 建議基於經濟性及有效性之理由，可先由階層式集群分析方法概略分群後，再進行非階層式集群分析方法 (k 平均數法) 以求得更精確之分析結果。集群分析的目的，在於了解參與者不同的動機因素，以利市場區隔，並採取不同的行銷策略。

表 4-7 參與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	1852.00	
2	1588.99	14.2
3	1430.84	9.95
4	1273.88	10.96
5	1139.09	10.58
6	1042.31	8.49
7	965.39	7.37
8	908.29	6.70
9	851.33	7.01
10	812.47	5.01

本研究整理

表 4-8 參與動機集群分析及單因子變異數分析結果

	集群 I (n=168)	集群 II (n=296)	F 值
人際關係與體驗	3.65 a	4.38	260.219***
自我挑戰	4.14	4.22	1.407
健康知性	3.63	4.39	315.995***
逃脫放鬆	3.61	4.32	114.995***
集群名稱	自我挑戰集群	健康、人際與逃脫集群	

本研究整理

註：1. *表示 5%顯著水準下顯著不等於零

 **表示 1%顯著水準下顯著不等於零

 ***表示 0.1%顯著水準下顯著不等於零。

2. a以 Likert 五點量表計算出的平均數

四、卡方檢定

為瞭解不同集群參與者特性是否具有差異性，所以進行交叉分析且同時利用卡方檢定來檢視兩集群間是否有差異，結果顯示『自我挑戰集群』及『健康、人際與逃脫集群』的參與者在年齡、教育程度、游泳習慣及是否為游泳俱樂部/協會會員有顯著的差異。參與者的年齡方面，自我挑戰集群（集群 I）的參與者年齡以 21~30 歲為最高，佔 35.7%；健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者年齡以 41 歲以上為最高，佔 40.5%。在教育程度方面，自我挑戰集群（集群 I）的參與者為碩博士的佔 33.3%，高中職以下的佔 16.7%；健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者為碩博士的佔 16.2%，高中職以下的佔 30.1%。參與者的游泳習慣方面，自我挑戰集群（集群 I）的參與者以無游泳習慣為最高，佔 25.1%，健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者游泳習慣以每週三次以上為最高，佔 41.2%。自我挑戰集群（集群 I）的參與者年齡為游泳俱樂部或協會會員的佔 70.2%，非會員佔 29.8%，健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者為游泳俱樂部/協會會員的佔 55.4%，非會員佔 44.6%。詳如表 4-9。依據參與者動機的集群分析顯示，年齡、教育程度、游泳習慣及是否為游泳俱樂部/協會會員，皆以健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者人數及比例為最高。若以健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者為目標市場，該集群主要重視健康、水域知識、人際關係交流及放鬆身心等概念，因此，建議主辦單位在活動宣傳期間可加強健康形象，並以當地日月潭風光明媚的自然景觀號召，以提高參與者的滿意度及再次參加意願。

表 4-9 不同集群之參與者特性比較

人口特性		自我挑戰集群 - 健康、人際與逃	
		集群 I 人次 (%)	脫集群 - 集群 II 人次 (%)
性別	男	137 (81.5)	234 (79.1)
	女	31 (18.5)	62 (20.9)
		$\chi^2=0.416, df=1, p=.548$	
婚姻	未婚	89(53)	128(42.3)
	已婚-無小孩	16(9.5)	34(11.5)
	已婚-有小孩	59(35.1)	132(44.6)
	寡居期/其他	4(2.4)	2(0.6)
		$\chi^2=7.663, df=3, p=0.105$	
年齡	20歲以下	13 (7.7)	14 (4.7)
	21~30歲	60 (35.7)	61 (28.7)
	31~40歲	53 (31.5)	77 (26.0)
	41~50歲	29 (17.3)	74 (25.0)
	51~60歲	9 (5.4)	40 (13.5)
	61歲以上	4 (2.4)	6 (2.0)
		$\chi^2=14.223, df=5, p=0.014$	

(續下頁)

表 4-9 (續)

教育程度	國小(含)以下	3 (1.8)	11 (3.7)
	國中	6 (3.6)	18 (6.1)
	高中(職)	19 (11.3)	60 (20.3)
	大學(含專科)	84 (50)	159 (53.7)
	碩士	54 (32.1)	47 (15.9)
	博士	2(1.2)	1(0.3)
		$\chi^2=22.195, df=5, p=0.000$	
個人平均月收入	20,000 元以下	31 (18.5)	46 (15.5)
	20,001~40,000 元	53 (31.5)	98 (33.1)
	40,001~60,000 元	43 (25.6)	90 (30.4)
	60,001~80,000 元	22 (13.1)	32 (10.8)
	80,001 元以上	19 (11.3)	30 (10.1)
	$\chi^2=2.113, df=4, p=0.715$		
游泳習慣	每週三次以上	41(24.4)	122(41.2)
	每週二次	27(16.1)	43(14.5)
	每週一次	47(28)	83(28)
	無	53(31.5)	48(16.2)
	$\chi^2=20.365, df=3, p=0.000$		

(續下頁)

表 4-9 (續)

參加次數	第一次	88(52.4)	143(48.3)
	二~五次	70(41.7)	115(38.9)
	六~十次	7(4.1)	29(9.7)
	十一次以上	3(1.8)	9(3.0)
		$\chi^2=17.642, df=3, p=0.224$	
游泳俱樂部/協會會員	是	118(70.2)	164(55.4)
	否	50(29.8)	132(44.6)
		$\chi^2=9.891, df=1, p=0.002$	
交通工具	自用汽車	76(45.2)	115(38.9)
	機車	10(6.0)	26(8.8)
	腳踏車	1(0.6)	1(0.3)
	遊覽車	75(44.6)	143(48.3)
	公用汽車	5(3.0)	8(2.7)
	其他	1(0.6)	3(1.0)
		$\chi^2=2.887, df=5, p=0.717$	

本研究整理

伍、假設研究檢定

本研究使用 SPSS for Windows 12.0 套裝軟體，根據路徑分析是否達到顯著水準 (p 值 < 0.05)，所得之統計結果對應研究假設成立與否，茲將結果匯整如下：

表 4-10 研究假設彙整表

研究假設	結果
H1：人口背景統計變項在參與動機集群上無顯著差異存在	
H1-1 性別在參與動機集群上無顯著差異存在	接受
H1-2 婚姻在參與動機集群上無顯著差異存在	接受
H1-3 年齡在參與動機集群上無顯著差異存在	拒絕
H1-4 教育程度在參與動機集群上無顯著差異存在	拒絕
H1-5 個人平均月收入在參與動機集群上無顯著差異存在	接受
H1-6 游泳習慣在參與動機集群上無顯著差異存在	拒絕
H1-7 參加次數在參與動機集群上無顯著差異存在	接受
H1-8 是否為游泳協會/俱樂部會員在參與動機集群上無顯著差異存在	拒絕
H1-9 交通工具在參與動機集群上無顯著差異存在	接受

本研究整理

第三節 服務品質知覺分析

一、敘述性統計分析

有關運動觀光對服務品質知覺問卷編列於第三部分，共 19 題，經由次數統計結果顯示，以『活動舉辦的時間及季節相當合適』的平均分數最高為 4.30，其次為『活動進行中有足夠的安全設施及救生員』平均分數為 4.28，『工作人員的態度是有禮貌的』、『設立的各種服務處相當完備(如：飲水站、醫護站)』、『參與此活動後讓我更有成就感』、『參與此活動後能體驗到運動的樂趣』平均分數皆為 4.25，『工作人員處理問題的能力是值得讚賞的』、『參與此活動後讓我做事更有信心』的平均分數皆為 4.17，而『我認為停車場的數量足夠的』平均分數為 3.22 最低，其他詳如表 4-11 所示。

表 4-11 服務品質知覺各構面之描述性統計表

題項	平均數	標準差
6.舉辦的時間及季節相當合適	4.30	.655
3.足夠的安全設施及救生員	4.28	.678
7.工作人員的態度是有禮貌的	4.25	.678
11.設立的各種服務處相當完備(如：飲水站、醫護站)	4.25	.736
12.參與此活動後讓我更有成就感	4.25	.734
15.參與此活動後能體驗到運動的樂趣	4.25	.711
10.工作人員樂意主動幫忙並詢問參與者的需求	4.19	.723
9.工作人員處理問題的能力是值得讚賞的	4.17	.721

(續下頁)

表 4-11 (續)

13.參與此活動後讓我做事更有信心	4.17	.779
5.活動能按照預定時間流程完成	4.11	.859
8.工作人員有足夠專業知識為我解答	4.11	.721
14.參與此活動後能增進人際關係	4.08	.781
1.此泳渡活動的資訊相當容易取得	4.04	.762
4.活動內容安排是吸引人的	4.04	.821
2.報名方式是相當便利的	3.88	.792
16.泳渡活動的環境(岸邊、湖水)品質很好	3.88	.862
17.公共設施數量足夠(廁所、淋浴間)	3.54	.926
18.交通運輸很便利(如:公車、接駁車)	3.50	.984
19.我認為停車場的數量足夠	3.22	1.065

本研究整理

二、因素分析

本研究利用因素分析，將問卷調查中運動觀光之參與動機的題項，以最簡化的構面來呈現，且在保有原資料結構所提供的主要資訊下，更達到資料綜合及縮減的目的，並以因素分析所萃取之因素構面來取代原始的變數資料。

(一) 假設檢定

採用因素分析的主要目的在於濃縮服務品質知覺項目，萃取最簡化的構面來替代原始的變數資料。進行因素分析前先以 Bartlett 球型檢定 (Bartlett's Test of Sphericity)，確定各觀察值間是否存在共同變異數，資料是否取自多變量的常態母群體，因為當資料矩陣無顯著相關高時，不適用因素分析。同時利用 KMO 檢定 (Kaiser Meyer Olkin Test) 來確定樣本資料的適當性，KMO 是用來比較相關係數與偏相關係數的一個指數；當 KMO 值愈接近 1 時，表示變項之間的因素愈多，愈適合進行因素分析；反之，如果 KMO 值小於 0.5 時，則不宜進行因素分析 (Kaiser,1974)。經由檢定樣本的適確性結果顯示，KMO 值為 0.833，表示調查的資料具有適當性。Bartlett 球型檢定的結果，P 值為 0.00 具顯著水準，表示變數間具有相關性，適合進行因素分析。

(二) 因素分析之結果

本研究以主成分 (principal component) 分析法進行因素分析，主成分的萃取可以分成未轉軸與轉軸後的主成分，轉軸的方式採用最大變異法 (Varimax)，主要在強調各觀測值之間的關係 (Hair et al., 1995)，同時保留特徵值大於 1.0

以上的因素，表 4-12 為服務品質知覺轉軸後之因素負荷矩陣，確定每項題目在自己所屬的因素中是否達到大於 0.40 的標準，因為比較高的因素負荷具有高度相關在描述因素和個別題項之間的關係（Lee et al., 2004）。

表 4-12 服務品質知覺轉軸後之因素負荷表

變數	萃取因素				
	1	2	3	4	5
8.工作人員有足夠專業知識	.791				
9.工作人員處理問題的能力是值得讚賞的	.765				
10.工作人員樂意主動幫忙並詢問參與者的需求	.742				
7.工作人員的態度是有禮貌的	.701				
6.舉辦的時間及季節合適	.614				
11.設立的各種服務處相當完備	.593				
13.參與此活動後讓我做事更有信心		.834			
14.參與此活動後能增進人際關係		.770			
12.參與此活動後讓我更有成就感		.663			
15.參與此活動後能體驗運動的樂趣		.643			
19.我認為停車場的數量足夠			.819		
18.交通運輸很便利			.818		
17.公共設施數量足夠			.778		
16.泳渡活動的環境品質很好			.468		
4.活動內容安排是吸引人的				.779	
3.足夠的安全設施及救生員				.702	
5.活動能按照預定時間流程完成				.682	
1.此泳渡活動的資訊相當容易取得					.831
2.報名方式是相當便利的					.808

本研究整理

表 4-13 為服務品質知覺經轉軸後的因素分析結果，萃取特徵值大於 1 的因素有 4 個，其累積解釋變異達 64.77%，Cronbach's α 值分別為 0.855、0.794、0.776、0.750 與 0.746。Cuieford (1965) 所提出 Cronbach's α 係數的穩定性標準，數值大於 0.7 為高信度，0.7~0.35 間則為中信度，而 0.35 以下為低信度。因此本量表內部一致性高，且具有高信度。依據各變數因素負荷型態進行因素命名，分別命名如下：

因素一：「互動品質」

構成「互動品質」構面要素依據因素負荷量大小順序排列分別為『8.工作人員有足夠專業知識能為我解答』、『9.工作人員有足夠專業知識能為我解答』、『10.工作人員樂意主動幫忙並詢問參與者的需求』、『7.工作人員的態度是有禮貌的』、『6.活動舉辦的時間及季節是相當合適的』、『11.設立的各種服務處相當完備(如:飲水站、醫護站)』，皆以與工作人員互動為主，所以命名為互動品質因素。

因素二：「成果品質」

構成「成果品質」構面要素依據因素負荷量大小順序排列分別為『13.參與此活動後讓我做事更有信心』、『14.參與此活動後能增進人際關係』、『12.參與此活動後讓我更有成就感』、『15.參與此活動後能體驗到運動的樂趣』，皆以參與活動後的成果知覺為主，所以命名為成果品質因素。

因素三：「環境品質」

構成「環境品質」構面要素依據因素負荷量大小順序排列分別為『19.我認為停車場的數量足夠』、『18.交通運輸很便利(如:公車、接駁車)』、『17.公共設施數量足夠(廁所、淋浴間)』、『16.活動的環境(岸邊、湖水)品質很好』，皆以對活動周遭環境品質知覺為主，所以命名為環境品質因素。

因素四：「活動品質」

構成「活動品質」構面要素依據因素負荷量大小順序排列分別為『4.活動內容安排是吸引人的』、『3.足夠的安全設施及救生員』、『5.活動能按照預定時間流程完成』，皆以活動品質知覺為主，所以命名為活動品質因素。

因素五：「資訊便利品質」

構成「資訊便利品質」構面要素依據因素負荷量大小順序排列分別為『1.活動的資訊相當容易取得』、『2.活動的報名方式相當便利』，皆以資訊便利性為主，所以命名為資訊便利品質因素。

由因素分析的結果顯示，原先服務品質知覺總共 19 個題項，經由因素分析之結果，並將原始資料濃縮為 5 個因素構面，以達到資料的縮減的目的。並將所萃取 5 個因素構面的因素分素進行集群分析。

表 4-13 服務品質因素分析結果

變數	萃取因素				
	互動 品質	成果 品質	環境 品質	活動 品質	資訊便 利品質
8.工作人員有足夠專業知識能為我解答	.791				
9.工作人員有足夠專業知識能為我解答	.765				
10.工作人員樂意主動幫忙並詢問參與者的需求	.742				
7.工作人員的態度是有禮貌的	.701				
6.活動舉辦的時間及季節是相當合適的	.614				
11.設立的各種服務處相當完備(如:飲水站、醫護站)	.593				
13.參與此活動後讓我做事更有信心		.834			
14.參與此活動後能增進人際關係		.770			
12.參與此活動後讓我更有成就感		.663			
15.參與此活動後能體驗到運動的樂趣		.643			

(續下頁)

表 4-13 (續)

19.我認為停車場的數量 足夠						.819
18.交通運輸很便利(如:公 車、接駁車)						.818
17.公共設施數量足夠(廁 所、淋間)						.778
16.活動的環境(岸邊、湖 水)品質很好						.468
4.活動內容安排是吸引人 的						.779
3.足夠的安全設施及救生 員						.702
5.活動能按照預定時間流 程完成						.682
1.活動的資訊相當容易取 得						.831
2.活動的報名方式相當便 利						.808
特徵值(eigenvalue)	6.63	1.93	1.53	1.21	1.00	
累積解釋變異量 (Cumulative %)	34.92	45.06	53.13	59.50	64.79	
信度(Cronbach's α)	0.855	0.794	0.776	0.750	0.746	

本研究整理

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)。 本 研 究 根 據 因 素 分 析 所 萃 取 的 因 素 構 面 ， 進 行 2 階 段 性 分 析 ， 第 一 階 段 先 使 用 層 次 集 群 方 法 (hierarchical methods) 中 的 華 德 法 (Ward's methods) 決 定 集 群 數 目 ， 華 德 法 的 分 群 方 式 是 先 將 每 一 個 個 體 視 為 一 個 集 群 ， 然 後 將 各 集 群 依 序 合 併 ， 合 併 之 順 序 完 全 視 合 併 後 集 群 之 組 內 總 變 異 數 之 大 小 而 定 ， 由 表 4-14 顯 示 在 凝 聚 1 個 集 群 至 2 個 集 群 時 ， 為 凝 聚 順 序 表 中 係 數 增 加 的 幅 度 最 大 (因 為 當 係 數 值 越 小 時 則 表 示 集 群 群 體 成 員 間 的 同 質 性 越 高 ， 反 之 ， 當 係 數 越 大 時 則 表 示 群 間 成 員 相 異 性 越 高)， 故 判 定 集 群 數 目 為 2 組 較 為 適 合 。

第 二 階 段 則 以 非 層 次 集 群 方 法 (non-hierarchical methods) 中 的 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 ， 集 群 I 有 204 個 觀 測 值 與 集 群 II 為 260 個 觀 測 值 。 主 要 依 據 K-Means 方 法 分 群 結 果 ， 並 將 服 務 品 質 知 覺 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 便 做 集 群 命 名 。 表 4-15 得 知 ， 集 群 I 與 集 群 II 對 賽 會 服 務 品 質 知 覺 中 的 互 動 品 質 、 成 果 品 質 、 環 境 品 質 及 活 動 品 質 構 面 皆 達 顯 著 水 準 ， 接 下 來 觀 察 每 個 群 體 在 各 因 素 構 面 的 平 均 數 值 ， 在 集 群 I 裡 面 發 現 參 與 者 對 賽 會 服 務 品 質 的 知 覺 ， 以 成 果 品 質 、 互 動 品 質 平 均 分 數 得 分 較 高 ， 因 此 命 名 為 「 成 果 與 互 動 集 群 」。 集 群 II 在 活 動 品 質 、 資 訊 便 利 品 值 這 兩 個 構 面 中 的 得 分 是 相 近 的 ， 命 名 為 「 活 動 與 資 訊 集 群 」， 在

5%的顯著水準下呈現顯著。

Anderberg(1973) 建議基於經濟性及有效性之理由，可先由階層式集群分析方法概略分群後，再進行非階層式集群分析方法(k 平均數法)以求得更精確之分析結果。集群分析的目的，在於參與者對賽會服務品質知覺不同的因素，以利市場區隔，並採取不同的行銷策略。

表 4-14 服務品質知覺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	2315	
2	2091.22	9.66
3	1905.02	8.90
4	1760.07	7.60
5	1619.43	7.99
6	1520.15	6.13
7	1434.88	5.60
8	1365.62	4.82
9	1306.41	4.33
10	1253.89	4.02

本研究整理

表 4-15 服務品質知覺集群分析及單因子變異數分析結果

	集群 I (n=204)	集群 II (n=260)	F 值
互動品質	4.09 a	4.30	17.249***
成果品質	4.44	3.98	78.658***
環境品質	3.21	3.78	75.959***
活動品質	4.05	4.21	7.452**
資訊便利品質	3.90	4.00	2.327
集群名稱	成果品質集群	互動與活動品質 集群	

本研究整理

註：1. *表示 5%顯著水準下顯著不等於零

 **表示 1%顯著水準下顯著不等於零

 ***表示 0.1%顯著水準下顯著不等於零。

2. a以 Likert 五點量表計算出的平均數

四、卡方檢定

為瞭解不同集群參與者特性是否具有差異性，所以進行交叉分析且同時利用卡方檢定來檢視兩集群間是否有差異，結果顯示並無顯著的差異。但依兩集群的次數分配來看，互動與活動品質集群(集群 II)人次高於成果品質集群(集群 I)。詳如表 4-16。因此，主辦單位若希望增加更多的參與人數，應針對互動與活動品質集群(集群 II) 為目標市場，此集群重視是活動內容的豐富性、工作人員的專業與服務站設備等，因此主辦單位重視加強活動的編排及設計，加強工作人員的職前訓練，並設立更完善的服務站，以提高參與者的滿意度及再次參加意願。

表 4-16 不同集群之參與者特性比較

人口特性		成果品質集群 -	互動與活動品
		集群 I	質集群 - 集群 II
		人次 (%)	人次 (%)
性別	男	157 (77.0)	214 (82.3)
	女	47 (23.0)	46 (17.7)
		$\chi^2=2.039, df=1, p=.153$	
婚姻	未婚	96(47.1)	121(46.5)
	已婚 - 無小孩	27(13.2)	23(8.8)
	已婚 - 有小孩	77(37.7)	114(43.8)
	寡居期 / 其他	4(2.0)	2(0.8)
		$\chi^2=4.677, df=3, p=0.322$	

(續下頁)

表 4-16 (續)

年齡	20 歲以下	11 (5.4)	16 (6.2)
	21~30 歲	71 (34.8)	74 (28.5)
	31~40 歲	59 (28.9)	71 (27.3)
	41~50 歲	41 (20.1)	62 (23.8)
	51~60 歲	21 (10.3)	28 (10.8)
	61 歲以上	1 (0.5)	9 (3.5)
		$\chi^2=7.112, df=5, p=0.212$	
教育程度	國小 (含) 以下	5 (2.5)	9 (3.5)
	國中	9 (4.4)	15 (5.8)
	高中 (職)	32 (15.7)	47 (18.1)
	大學 (含 專 科)	113 (55.4)	130 (50.0)
	碩士	43 (21.1)	58 (22.3)
	博士	2(1.0)	1(0.4)
		$\chi^2=2.519, df=5, p=0.774$	
個人平均月收入	20,000 元以下	34 (16.7)	43 (16.5)
	20,001~40,000 元	65 (31.9)	86 (33.1)
	40,001~60,000 元	56 (27.5)	77 (29.6)
	60,001~80,000 元	27 (13.2)	27 (10.4)
	80,001 元以上	22 (10.8)	27 (10.4)
		$\chi^2=1.005, df=4, p=0.901$	

(續下頁)

表 4-16 (續)

游泳習慣	每週三次以上	65(31.9)	98(37.7)
	每週二次	31(15.2)	39(15.0)
	每週一次	59(28.9)	71(27.3)
	無	49(24.0)	52(20.0)
		$x^2=2.064, df=3, p=0.559$	
參加次數	第一次	105(51.5)	126(48.5)
	二~五次	81(39.6)	94(40.0)
	六~十次	12(5.9)	24(9.3)
	十一次以上	6(2.9)	6(2.3)
		$x^2=12.681, df=3, p=0.552$	
游泳俱樂部/協會會員	是	130(63.7)	152(58.5)
	否	74(37.3)	108(41.5)
		$x^2=1.329, df=1, p=0.249$	
交通工具	自用汽車	92(45.1)	99(38.1)
	機車	14(6.9)	22(8.5)
	腳踏車	0(0.0)	2(0.8)
	遊覽車	93(45.6)	125(48.1)
	公用汽車	3(1.5)	10(3.8)
	其他	2(1.0)	2(0.8)
		$x^2=5.827, df=5, p=0.323$	

本研究整理

伍、假設研究檢定

本研究使用 SPSS for Windows 12.0 套裝軟體，根據路徑分析是否達到顯著水準 (p 值 < 0.05)，所得之統計結果對應研究假設成立與否，茲將結果匯整如下：

表 4-17 研究假設彙整表

研究假設	結果
H2：人口背景統計變項對服務品質集群上無顯著差異存在	
H2-1 性別在服務品質集群上無顯著差異存在	接受
H2-2 婚姻在服務品質集群上無顯著差異存在	接受
H2-3 年齡在服務品質集群上無顯著差異存在	接受
H2-4 教育程度在服務品質集群上無顯著差異存在	接受
H2-5 個人平均月收入在服務品質集群上無顯著差異存在	接受
H2-6 游泳習慣在服務品質集群上無顯著差異存在	接受
H2-7 參加次數在服務品質集群上無顯著差異存在	接受
H2-8 是否為游泳協會/俱樂部會員在服務品質集群上無顯著 差異存在	接受
H2-9 交通工具在服務品質集群上無顯著差異存在	接受

本研究整理

第四節 參與者滿意度分析

一、敘述性統計

運動觀光對服務品質知覺編列於問卷的第四部分，共 6 題，第 1 到 5 題為分項滿意度，第 6 題為整體滿意度，經由次數統計結果顯示，以工作人員的服務態度與專業的平均分數最高為 4.12，其次為工作人員的服務態度與專業的平均分數皆為 4.11，對泳渡活動的整體滿意度為 4.09，而大眾運輸工具之便利性（公車、接駁車）的平均分數為 3.63 最低，其他詳如表 4-18 所示。

受訪者勾選願意參與下屆泳渡賽會的有 441 人，佔 95%；不願意參與下屆泳渡賽會的有 23 人，佔 5%，顯示再次參加泳渡的意願很高。

表 4-18 滿意度之描述性統計表

題項	平均數	標準差
大眾運輸工具之便利性（公車、接駁車）	3.63	.844
泳渡活動環境的整潔與衛生	3.79	.811
主辦單位對安全管理方面的重視	4.11	.742
工作人員的服務態度與專業	4.12	.720
泳渡活動的規劃與安排	4.05	.836
泳渡活動的整體滿意度	4.09	.762

本研究整理

第五節 研究模型之路徑分析

一、分析路徑模式

本節以路徑分析找出影響泳渡活動滿意度及再次參與意願相關要項，並進一步衡量每條路徑之影響力。研究分析路徑模式圖如圖 11 所示。本研究將路徑效果區分為直接效果與間接效果，如表 4-19 所示，將參與動機與服務品質設為自變數，滿意度為中介變數，再次參與意願為依變數。接著進行路徑分析，求出各個路徑係數值，並判定其路徑是否具有顯著影響，以確立最終路徑關係。

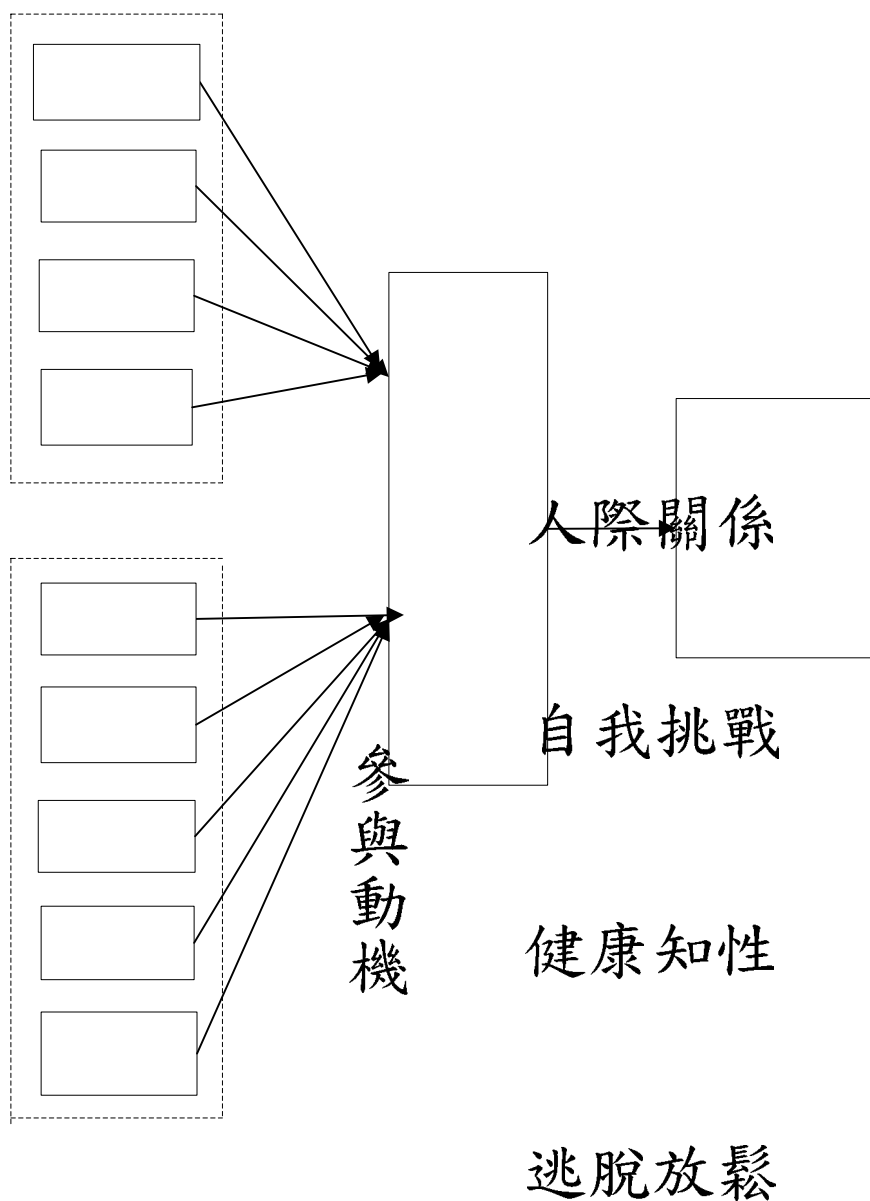


圖 9 研究分析路徑模式圖

互動品質

成果品質

表 4-19 路徑效果分類表

影響路徑	效果種類
人際關係與體驗 (X1)→滿意度 (X10)	直接效果
自我挑戰 (X2)→滿意度 (X10)	
健康知性 (X3)→滿意度 (X10)	
逃脫放鬆 (X4)→滿意度 (X10)	
互動品質 (X5)→滿意度 (X10)	直接效果
成果品質 (X6)→滿意度 (X10)	
環境品質 (X7)→滿意度 (X10)	
活動品質 (X8)→滿意度 (X10)	
資訊便利品質 (X9)→滿意度 (X10)	
滿意度 (X10)→再次參加意願 (Y1)	直接效果
人際關係與體驗 (X1)→滿意度 (X10)→再次參加意願 (Y1)	間接效果
自我挑戰 (X2)→滿意度 (X10)→再次參加意願 (Y1)	
健康知性 (X3)→滿意度 (X10)→再次參加意願 (Y1)	
逃脫放鬆 (X4)→滿意度 (X10)→再次參加意願 (Y1)	
互動品質 (X5)→滿意度 (X10)→再次參加意願 (Y1)	
成果品質 (X6)→滿意度 (X10)→再次參加意願 (Y1)	
環境品質 (X7)→滿意度 (X10)→再次參加意願 (Y1)	
活動品質 (X8)→滿意度 (X10)→再次參加意願 (Y1)	
資訊便利品質 (X9)→滿意度 (X10)→再次參加意願 (Y1)	

本研究整理

本研究採強迫進入法 (Enter) 來進行自變項選取，主要是消除模式中多餘的自變項。分析結果為：本研究的自變數皆不變，表 4-20 為參與動機與滿意度的路徑分析結果，其 R^2 為 15.1%，顯示自變數對應變數 15.1% 的解釋變異量具有統計意義，調整後的 R^2 為 14.8%，而在 5% 的顯著水準下，模型之 F 值為 20.366，p 值為 $0.000 < 0.05$ ，達到顯著異於 0 的水準。

參與動機與滿意度的預測變數中，由表 4-20 得知，以人際關係與體驗因素、健康知性因素及逃脫放鬆因素，有顯著性關係，且係數為正。顯示參與日月潭泳渡活動的人際關係與體驗、健康知性及逃脫放鬆的動機因素越高，對於泳渡活動整體滿意度越高。

表 4- 20 參與動機與滿意度的路徑分析結果

預測變數	迴歸係數 B	標準迴歸係數 β	t 值	p 值
截距項	4.093		124.957	.000
X1	.174	.228	5.310	.000
X2	.032	.042	.974	.331
X3	.157	.206	4.793	.000
X4	.178	.233	5.417	.000
$R^2=.151$	調整過的 $R^2=.143$	F 值 =20.366	p 值 <0.001	

本研究整理

表 4-21 為服務品質知覺與滿意度的路徑分析結果，其 R^2 為 35.4%，顯示自變數對應變數 35.4% 的解釋變異量具有統計意義，調整後的 R^2 為 34.6%，而在 5% 的顯著水準下，模型之 F 值為 50.090，P 值為 $0.000 < 0.05$ ，達到顯著異於 0 的水準。

服務品質知覺與滿意度的預測變數中，由表 4-21 得知，以全部變項皆有顯著性關係，且係數為正。顯示參與日月潭泳渡活動的互動品質因素、成果品質因素、環境品質因素、活動品質及資訊便利品質因素越高，對於泳渡活動整體滿意度越高。

表 4-21 服務品質知覺與滿意度的路徑分析結果

預測變數	迴歸係數 B	標準迴歸係數 β	t 值	p 值
截距項	4.093		143.064	.000
X5	.232	.304	8.097	.000
X6	.137	.180	4.796	.000
X7	.155	.203	5.409	.000
X8	.291	.382	10.162	.000
X9	.155	.204	5.418	.000
$R^2 = .354$	調整過的 $R^2 = .346$	F 值 = 50.090	p 值 < 0.001	

本研究整理

表 4-22 為滿意度與再次參加意願的路徑分析結果，其 R^2 為 16.5%，顯示自變數對應變數 16.5% 的解釋變異量具有統計意義，調整後的 R^2 為 16.3%，而在 5% 的顯著水準下，模型之 F 值為 91.485，p 值為 $0.000 < 0.05$ ，達到顯著異於 0

的水準。

滿意度與再次參加意願的預測變數中，由表 4-22 得知，兩者有正向顯著性關係。顯示日月潭泳渡的參與者滿意度越高，對於再次參加意願就越高。

表 4-22 滿意度與再次參加意願的路徑分析結果

預測變數	迴歸係數 B	標準迴歸係數 β	t 值	p 值
截距項	.497		10.291	.000
X10	.112	.407	9.565	.000
$R^2 = .165$	調整過的 $R^2 = .163$	F 值 = 91.485	p 值 < 0.001	

本研究整理

綜合上述路徑分析結果，所得之直接與間接效果，整理如表 4-23 所示。以直接效果而言，在參與動機的「人際關係與體驗、健康知性、逃脫放鬆因素」皆對滿意度有正向影響；在服務品質知覺的「互動品質、成果品質、環境品質、活動品質、資訊便利品質因素」皆對滿意度有正向影響；而滿意度對再次參加意願有正向影響，意指對泳渡活動的滿意度越高，對未來再次參加活動的意願越高，各項路徑係數關係圖如圖 12 所示。

在間接效果方面，以活動品質與滿意度對再次參加意願的影響最大，表示泳渡活動內容的安排及安全設施的規劃必須加強，進而提升參與者滿意度，並使之願意參與下屆泳渡活動，以達到永續經營之目的。

表 4- 23 影響各反應變數之路徑效果彙整

預測變數	反應變數	路徑係數 (p 值)
直接效果分析結果		
人際關係與體驗 (X1)	滿意度 (X10)	.228 ***
自我挑戰 (X2)		.042
健康知性 (X3)		.206***
逃脫放鬆 (X4)		.233***
互動品質 (X5)	滿意度 (X10)	.304***
成果品質 (X6)		.180***
環境品質 (X7)		.203***
活動品質 (X8)		.382***
資訊便利品質 (X9)		.204***
滿意度 (X10)	再次參與意願 (Y1)	.407***
間接效果分析結果		
人際關係與體驗 (X1)→滿意度 (X10)	再次參與意願 (Y1)	0.228*0.407=0.093
自我挑戰 (X2)→滿意度 (X10)		0.042*0.407=0.017
健康知性 (X3)→滿意度 (X10)		0.206*0.407=0.084
逃脫放鬆 (X4)→滿意度 (X10)		0.233*0.407=0.095
互動品質 (X5)→滿意度 (X10)		0.304*0.407=0.124
成果品質 (X6)→滿意度 (X10)		0.180*0.407=0.073
環境品質 (X7)→滿意度 (X10)		0.203*0.407=0.083
活動品質 (X8)→滿意度 (X10)		0.382*0.407=0.155
資訊便利品質 (X9)→滿意度 (X10)		0.204*0.407=0.083

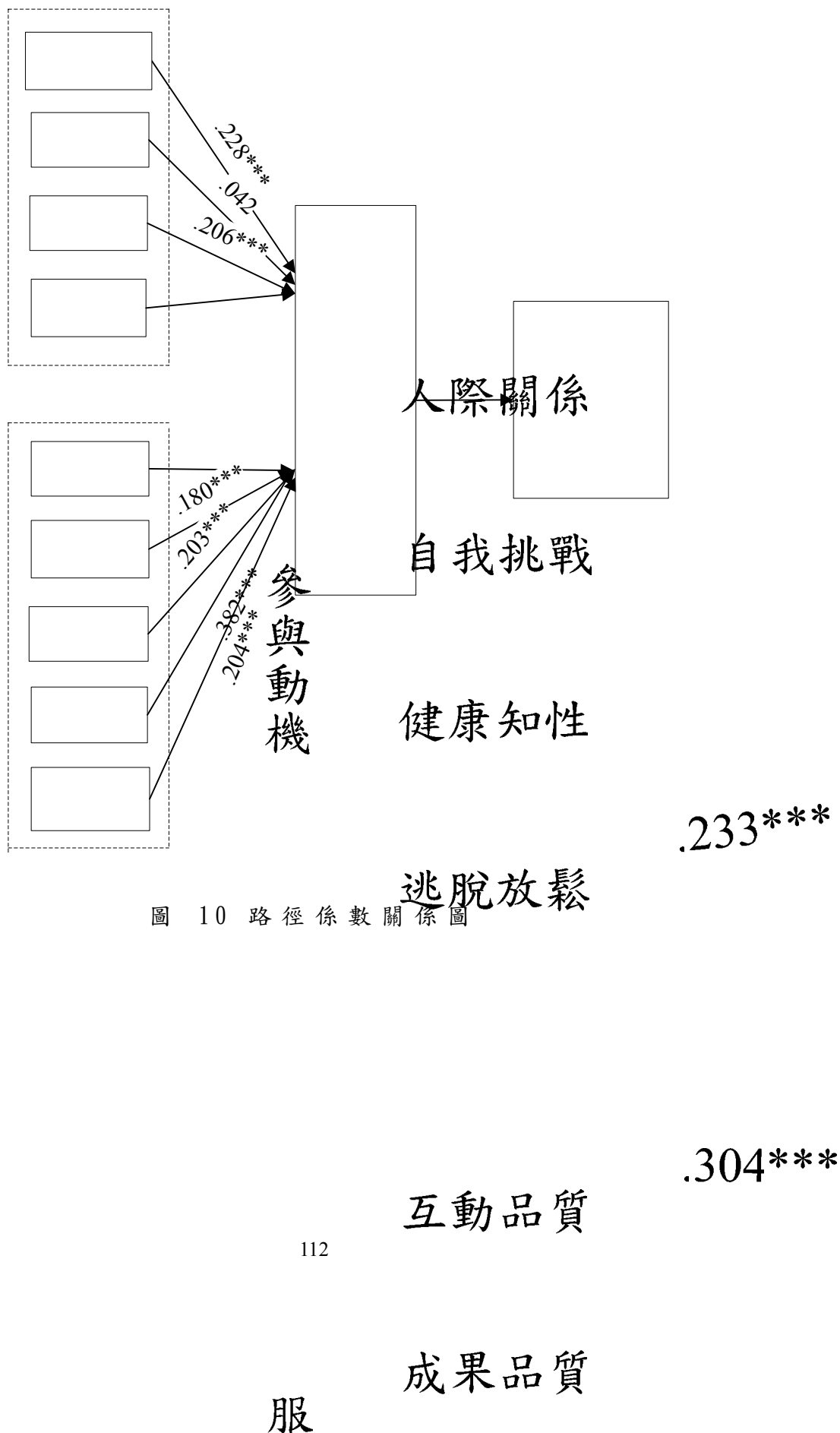


圖 10 路徑係數關係圖

二、假設研究檢定

本研究使用 SPSS for Windows 12.0 套裝軟體，根據路徑分析是否達到顯著水準 (p 值 < 0.05)，所得之統計結果對應研究假設成立與否，茲將結果匯整如下：

表 4- 24 研究假設彙整表

研究假設	結果
H3：參與動機因素對滿意度無顯著影響	
H3-1 人際關係與體驗因素對滿意度無顯著影響	拒絕
H3-2 自我挑戰因素對滿意度無顯著影響	接受
H3-3 健康知性因素對滿意度無顯著影響	拒絕
H3-4 逃脫放鬆因素對滿意度無顯著影響	拒絕
H4：服務品質因素對滿意度無顯著影響	
H4-1 互動品質因素對滿意度無顯著影響	拒絕
H4-2 成果品質因素對滿意度無顯著影響	拒絕
H4-3 環境品質因素對滿意度無顯著影響	拒絕
H4-4 活動品質因素對滿意度無顯著影響	拒絕
H4-5 資訊便利品質因素對滿意度無顯著影響	拒絕
H5：滿意度對再次參加意願無顯著影響	拒絕

本研究整理

第六節 討論

在參與者基本資料顯示，受訪者以男性居多(佔 80%)，與其他參與運動賽會研究結果相同(張家銘、黃芳銘，2005；張良漢、黃孟立，2007)。參與者動機的部分，可分為「人際關係與體驗」、「自我挑戰」、「健康知性」、「逃脫放鬆」四個因素，累積解釋變異量 57.12%，此結果與郭秀玲(2007)針對運動觀光客從事潛水活動的動機相近。以集群分析將參與動機因素進行區隔後，可分為「自我挑戰」及「健康、人際與逃脫」兩個集群，發現健康、人際與逃脫集群(n=296)人數多於自我挑戰集群(n=168)，並在人口背景統計變項的年齡、教育程度、游泳習慣及是否為游泳俱樂部/協會會員有顯著的差異。

參與者對此泳渡活動服務品質知覺的部分，可分為「互動品質」、「成果品質」、「環境品質」、「活動品質」、「資訊便利品質」五個因素，累積解釋變異量 64.79%，此結果與其他賽會的服務品質相異。(盧瑞山，2005；Ko& Pastore, 2005)以集群分析將參與動機因素進行區隔後，可分為「成果品質」及「互動與活動」兩個集群，發現互動與活動集群(n=260)人數多於成果品質集群(n=204)，可見大多參與者重視活動內容的豐富性、工作人員的專業與服務站設備等。

研究模式的路徑分析部分，參與動機與滿意度的預測變數以人際關係與體驗因素、健康知性因素及逃脫放鬆因素，有正向顯著性關係($R^2=15.1\%$)，顯示參與日月潭泳渡活動的人際關係與體驗、健康知性及逃脫放鬆的動機因素越高，對於泳渡活動整體滿意度越高。服務品質知覺與滿意度的預

測變數以全部變項皆有正向顯著性關係 ($R^2=35.4\%$)，顯示參與日月潭泳渡活動的互動品質因素、成果品質因素、環境品質因素、活動品質及資訊便利品質因素越高，對於泳渡活動整體滿意度越高。滿意度與再次參加意願的預測變數中，兩者有正向顯著性關係 ($R^2=16.3\%$)，顯示日月潭泳渡的參與者滿意度越高，對於再次參加意願就越高。

整體而言以活動品質路徑與滿意度對再次參加意願的影響最大，表示泳渡活動內容的安排及安全設施的規劃必須加強，進而提升參與者滿意度與再次參與意願。

第五章 結論與建議

本研究主要在探討日月潭萬人泳渡活動的參與動機與服務品質對滿意度之影響，以及之間的關聯。透過問卷調查的方式，將蒐集的資料彙整並建檔，並以統計方法對樣本進行分析。本章第一節針對研究問題及實證結果做出結論，並進一步探討本研究所提出的研究假設與結果的意義；第二節則根據研究結果對主辦單位及後續研究及提出具體建議。

第一節 結論

一、日月潭泳渡活動的參與動機部分

以『挑戰自己能否達成泳渡的目標』的平均分數最高為4.29，其次為『我想要保持身體健康』和『我想考驗自己的毅力』平均分數皆為4.28，而『我想要逃離每天忙碌的生活』平均分數為3.68最低。日月潭泳渡活動全長為3,300公尺，因此具有相當難度，並且被游泳好手視為挑戰之指標，由研究結果得知，參與動機主要是因為挑戰和考驗自我，相對逃離每天忙碌生活的因素就較低。

經本研究調查並以因素分析萃取之參與動機因素分別為人際關係與體驗、自我挑戰、健康知性及逃脫放鬆，其中以自我挑戰因素的平均分數為最高，而江中皓(2002)的研究結果則指出，瞭解運動觀光客的參與動機，會影響運動賽的參與人數，同時是主辦單位重要的參考指標。運動觀光客參與日月潭泳渡活動的主要動機為自我挑戰，因此，主辦單位應以挑戰冒險此活動的困難度為號召，以吸引更多的參與者。

根據集群分析，可分為『自我挑戰集群』及『健康、人際與逃脫集群』，以卡分檢定交叉分析不同集群的人口背景之差異，結果發現參與者在年齡、教育程度、游泳習慣及是否為游泳俱樂部/協會會員有顯著的差異。自我挑戰集群（集群 I）的參與者年齡以 21~30 歲為最多；健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者年齡以 41 歲以上為最多。自我挑戰集群（集群 I）的參與者為大專及碩博士為最多；健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者為高中職及大專生為最多。自我挑戰集群（集群 I）的參與者以無游泳習慣為最高；健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者游泳習慣以每週三次以上為最高。自我挑戰集群（集群 I）的參與者年齡為游泳俱樂部或協會會員的佔 70.2%，非會員佔 29.8%，健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者為游泳俱樂部/協會會員的佔 55.4%，非會員佔 44.6%。依據參與者動機的集群分析顯示，年齡、教育程度、游泳習慣及是否為游泳俱樂部/協會會員，皆以健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者人數及比例為最高。若以健康、人際與逃脫集群（集群 II）的參與者為目標市場，該集群主要重視健康、水域知識、人際關係交流及放鬆身心等概念，因此，建議主辦單位在活動宣傳期間可加強健康形象的宣傳，並以當地日月潭風光明媚的自然景觀號召，以提高參與者的滿意度及再次參加意願。

二、日月潭泳渡活動的服務品質部分

經調查結果，以『活動舉辦的時間及季節相當合適』的平均分數最高為4.30，其次為『活動進行中有足夠的安全設施及救生員』平均分數為4.28，而『我認為停車場的數量足夠的』平均分數為3.22最低。由研究結果得知，參與者對服務品質知覺平均分數最高的是互動品質因素，包括工作人員的專業及服務站的設立等，而對於環境品質因素較低，包括公共設施足夠、交通運輸便利及停車場數量等問題。

根據集群分析，可分為『成果品質集群』及『互動與活動品質集群』，利用卡方檢定來檢視兩集群間在人口背景是否有差異，結果顯示並無顯著的差異。但依兩集群的次數分配來看，互動與活動品質集群（集群II）人次高於成果品質集群（集群I）。因此，主辦單位若希望增加更多的參與人數，應針對互動與活動品質集群（集群II）為目標市場，此集群重視是活動內容的豐富性、工作人員的專業與服務站設備等，因此主辦單位必須重視活動的編排及設計，加強工作人員的職前訓練，並設立更完善的服務站，以提高參與者的滿意度及再次參加意願。

三、路徑分析結果探討

本研究將參與動機與服務品質設為自變數，滿意度為中介變數，再次參與意願為依變數。接著進行路徑分析，求出各個路徑係數值，並判定其路徑是否具有顯著影響，以確立最終路徑關係。

(一) 直接影響滿意度之路徑

參與動機與滿意度的預測變數中，其中以人際關係與體驗因素、健康知性因素及逃脫放鬆因素，有顯著性關係，且係數為正。顯示參與日月潭泳渡活動的人際關係與體驗、健康知性及逃脫放鬆的動機因素越高，對於泳渡活動整體滿意度越高。

服務品質知覺與滿意度的預測變數中，以全部變項皆有顯著性關係。顯示參與日月潭泳渡活動的互動品質因素、成果品質因素、環境品質因素、活動品質及資訊便利品質因素越高，對於泳渡活動整體滿意度越高。

(二) 直接影響再次參加意願之路徑

滿意度與再次參加意願的預測變數中，兩者有正向顯著性關係。顯示日月潭泳渡的參與者滿意度越高，對於再次參加意願就越高。

(三) 間接影響再次參加意願之路徑

探討參與動機、服務品質經由滿意度中介變項，對再次參加意願之影響。其中以活動品質與滿意度對再次參加意願的影響最大，表示泳渡活動內容的安排及安全設施的規劃必須加強，進而提升參與者滿意度，並使之願意參與下屆泳渡活動，以達到永續經營之目的。

第二節 建議

一、對未來舉辦日月潭泳渡活動之建議

根據研究結果與討論，本研究對日月潭泳渡活動提出以下建議：

(一) 在本研究結果發現，服務品質知覺越好，參與者的滿意度及再次參與意願就高，其中以活動品質的影響力最高，因此主辦者應該強化活動內容的規劃與安排，以提升整體活動的吸引力。此外，服務品質題項以『大眾交通運輸的便利性』及『停車場數量是足夠的』平均分數最低，建議主辦單位應配合南投縣政府，在活動當天實施道路交通管制，並開放公有停車場，及加開公車及接駁車車次，不斷提升服務品質，是吸引更多參與者最重要的一環。因此環境品質的改善遂成為是主辦單位應立即解決的問題。

(二) 在參與者個人資料分析中發現，教育程度以大學(含專科)及碩士為主，平均月收入以 2 萬-6 萬為大多數，若主辦單位能利用當地觀光資源，結合更多休閒文化遊程，使參與者停留時間增長，預期為當地創造經濟效益，並更能提升活動豐富性及吸引力。

二、對後續相關研究之建議

本研究有許多研究限制及不完善之處，須仰賴後續研究者進行更深入完整的研究分析。因此提供以下建議，作為日後研究者之參考。

- (一) 本研究未針對再次參與意願細項探討，未來的研究可以加強對忠誠度之探討，因為運動賽會已經成為一種品牌，參與者的忠誠度是活動永續舉辦的關鍵因素。
- (二) 本研究因為人力及時間限制，將受試者侷限為國內的運動觀光客，但是日月潭泳渡活動吸引各國的游泳好手，未來的研究可以將其他國家的參與者納入研究對象，以提升樣本的完整性。
- (三) 建議後續研究者可針對環境品質，以及服務條件改善後對泳渡活動的影響進行研究，提供相關意見，可以給予協助主辦單位永續辦理泳渡活動。

參考文獻

一、中文部分

- 方信淵(2004)。台灣地區大專院校運動觀光課程發展研究。未出版博士論文，國立台灣師範大學，台北市。
- 王薰禾(2004)。高雄地區國民小學學童休閒運動參與動機及休閒阻礙之研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 江中皓(2001)。運動觀光高爾夫假期遊客參與動機與滿意度之研究。未出版碩士論文，國立體育學院所，桃園縣。
- 江中皓(2003)。我國運動觀光發展契機與潛力之評估—以高爾夫球假期為例。國民體育季刊，138，12-17。
- 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(2007)。SPSS與統計應用分析。台北市：五南圖書。
- 吳宗宏、黃宗成(2001)。玉山國家公園管理處服務品質之研究-以遊客滿意度為例。國家公園學報，11(2)，117-135。
- 李城忠、沈德裕(2007)。運動觀光特色對遊客認知價值與滿意度影響之研究—以日月潭萬人泳渡為例。人文暨社會科學期刊，3(1)，17-26。
- 李俊鴻、黃錦煌、王郁方(2006)。節慶活動顧客服務品質、關係品質及忠誠度之關聯性分析。第四屆土地研究學術研討會。台北市：文化大學。
- 林素面(2005)。地方稅務機關服務品質對民眾納稅不滿意度之影響—兼論地方政府施政之干擾效應。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。

- 林俊昇(2005)。不同類型旅客的遊憩動機與滿意度對重遊意願之關聯性分析-以渡假型休閒農場為例。戶外遊憩研究，18(2)，25-47。
- 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、蔡進發、張良漢、劉又慈(2007)。國際運動賽會對地方運動觀光發展影響之研究。休閒暨觀光產業研究，2(1)，27-49。
- 林昌國、余幸秀(2007)。臺北市社區大學學員休閒運動參與動機與滿意度之相關性研究。嘉大體育健康休閒期刊，6(2)，12-23。
- 周嘉琪、胡凱揚(2005)。健身運動參與動機量表的編製。大專體育學刊，7(1)，117-129。
- 邵日道(2000)。親子套裝團體旅遊服務品質與滿意度之研究。未出版碩士論文，中國文化大學，台北市。
- 范智明(1999)。臺北市運動健身俱樂部會員消費者行為之研究。未出版碩士論文，國立台灣師範大學所，台北市。
- 侯錦雄(1990)。遊憩區遊憩動機與遊憩認知關係之研究。未出版博士論文，國立台灣大學園藝研究所，台北市。
- 施佑冠(2003)。台灣健康俱樂部之服務品質對顧客滿意度與再購意願的影響。未出版碩士論文，大同大學，台北市。
- 馬上閔(2001)。運動賽會參與者對承辦單位觀光服務需求與滿意度之調查研究-以民國九十年全國大專院校運動會為例。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 高俊雄(2003)。國民運動觀光之規劃與發展。體育季刊，138，7-11。

- 高俊雄 (2002)。運動休閒事業管理。台北市：志軒。
- 張春興(1994)。教育心理學-三化取向的理論與實踐。台北市：東華書局。
- 張紹勳(2001)。研究方法。台北市：滄海書局。
- 張良漢 (1992)。休閒運動參與動機、身體活動態度、休閒運動阻礙及滿意度之相關研究－以臺灣中部地區大專院校學生為例。台北市：師大書苑。
- 張火燦、余月美(2008)。服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究。明新學報，34(1)，127-140。
- 張家銘、黃芳銘(2006)。2005 New Balance 澎湖國際馬拉松賽會之運動觀光客參與動機之研究。休閒暨觀光產業研究，1(1)，34-54。
- 張昆生(2005)。活動服務品質與遊客忠誠度關係之研究－以日月潭泳渡為例。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。
- 張孝銘(2005)。觀光客探索性運動觀光參與體驗之研究。建國科大學報，24(3) 119-138。
- 陳依禎(2007)。田尾公路花園旅客休閒動機、環境品質及滿意度分析。未出版碩士論文，明道大學，彰化縣。
- 郭秀玲(2007)。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，國立臺灣體育學院，台中市。
- 彭宗弘(2004)。台灣地區水肺潛水參與動機與休閒阻礙調查之研究。未出版碩士論文，國立台北市立體育學院，台北市。

- 游宗仁(2002)。全國 YMCA 運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。
- 湯擷嘉(2003)。運動觀賞者對出國觀賞運動的旅遊需求、動機及期望之研究。未出版碩士論文，中國文化大學，台北市。
- 黃映瑀(2005)。體驗行銷、體驗價值、顧客滿意、品牌形象與行為意向關係之研究。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。
- 黃淑君、何宗隆(2002)。臺北縣坪林茶葉博物館遊客滿意度對重遊意願之影響。觀光研究學報，7(2)，111-123。
- 黃孟立、蔡瑋捐、謝曜鍾(2006)。泳渡日月潭參與動機之研究。運動與遊憩研究，1(2)，24-44。
- 葉沛涵(2008)。遊客對華山登山步道服務品質、滿意度與忠誠度之研究。2008年運動休閒產業管理學術研討會論文集。
- 楊朝堂(2002)。顧客服務品質再探討。未出版碩士論文，大同大學，台北市。
- 管夢麟(2005)。國中文理補習班服務品質與顧客滿意度之研究—以台北縣巨登補習班為例。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。
- 蔡鳳兒(2005)。遊客體驗、旅遊意象、滿意度及忠誠度關係之研究—以日月潭國家風景區為例。未出版碩士論文，南華大學，嘉義縣。
- 鄭嘉韻(2008)。探討運動觀光之發展—以2007年太魯閣國際馬拉松為例。未出版碩士論文，國立東華大學，花蓮縣。

- 鄭少康(2001)。休閒技擊運動事業服務品質調查研究-以國術為例。未出版碩士論文，國立臺灣體育學院，台中市。
- 盧瑞山、張家銘、黃芳銘(2006)。路跑賽活動服務品質量表編製之研究:以泰瑞克斯路跑賽為例。大專體育季刊，7(2)，59-73。
- 盧瑞山(2005)。台灣地區馬拉松賽會活動服務品質之研究-以2004澎湖首屆世界華人馬拉松賽為例。未出版碩士論文，國立嘉義大學，嘉義縣。
- 賴美芬(2006)。消費者對運動觀光體驗感受之研究-以F1賽車旅遊為例。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 賴富山(2003)。遊客遊憩滿意度影響因子之研究-階層線性模式之運用。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。
- 賴子敬(2002)。台中市高爾夫參與者參與動機和參與行為之研究。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。
- 魏弘發(1995)。遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究-以台灣民俗村為例。未出版碩士論文，逢甲大學，台中市。
- 魏依玲(2007)。運動觀光產業發展與趨勢分析。工研院 I KE-IT IS 計畫。
- 觀光局(2007)，九十六年國人旅遊狀況調查報告[線上資料]，來源：
<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/year.asp>

二、外文部分

- Anderberg, M.(1973).*Cluster Analysis for applications*, New York: Academic Press,185-190,
- Baker, D. A. & Crompton, J. L. (2000). Quality, Satisfaction Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Beard, J. G., & Ragheb, K. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12, 20-33.
- Bitner, M. J., Bernard, H. B., and Mohr, L. A. (1994). Critical service encounter : The employee's viewpoint. *Journal of Marketing*,58, 95-106.
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee response. *Journal of Marketing*, 5,69-582.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierrarchical approach. *Journal of Marketing*, 65, 34-49.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3),55-68.
- Cronroos,C.(1984). A Service Quality Model and its Marking Implications, *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.
- Cuieford, P. (1965) . *Fundamental Statistical in Psychology and Education*, 4th ed. New York: Mcgrain Hill.

- Czepiel, J. A. (1974). *Perspective on Customer Satisfaction. AMA Conference Proceedings, 8, 119-123.*
- Dabholkar, P. C., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1996). A measure of service quality for retail stores. *Journal of the Academy of Marketing Science, 24(1), 3-16.*
- Day, R. L. (1988). Extending the Concept of Consumer Satisfaction. *Atlanta Association of Consumer Research, 4(20), 149-154.*
- De Knop, P. (1990). Sport for All and Active Tourism. *World Leisure and Recreation, 32, 30-36*
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1987). The support of autonomy and the control of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 53, 1024-1037.*
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer. The Swedish Experience. *Journal of Marketing, 55, 1-21.*
- Frogner, E. (1991). *Sport in Lebenslauf*. Stuttgart: Ferdinand Enke.
- Gammon, S. & Robinson, T. (1997). Sport and Tourism : A conceptual framework. *Journal of Sport Tourism, 4(3), 8-24.*
- Gibson, H. J. (1999). Sport tourism. The rules of the game. *Parks & Recreation, 34(6), 6-44.*
- Gold, Seymour (1972). Nouns of neighborhood park . *Journal of American Institute of Planners, 38 (3), 369-378.*

- Gratton, Dobson & Shibli (2000). The economic importance of major sports events: a case-study of six events. *Managing Leisure*, 5, 17-28.
- Griffin, J. (1996). The Internet expanding role in building customer loyalty. *DIRECT Marketing*, 59(7), 50-53 .
- Hall, C. M. (1992). *Hallmark tourist events: Impacts, management and planning*. London: Belhaven.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings* (4rd ed) .
- Hinch, T.D., & Higham J.E. S. (2001). Sport tourism : A framework for research. *International Journal for Tourism Research*, 3, 45-58.
- Hurley, R. F. & Hooman, E.(1998). Alternative indexes for monitoring customer perceptions of service quality: a comparative evaluation in retail context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26, pp.115-127.
- Iso-Ahola, S. E., (1989). Motivation for leisure. In Jackson E.L. & Burton T.L. (EDS) *Understanding Leisure and Recreation* State College, PA: Venture.
- Iso-Ahola, S. H., & Park, C. J (1997). Leisure-relelated social support and self-determination as buffer so stress-illness relationship. *Journal of Leisure Research*, 28 , 169-187.
- James, J. D., & Ridinger, L. L. (2002). Female and male sport fans: A comparison of sport consumption motives. *Journal of Sport Behavior*, 25(3), 260-278.

- Kaiser, H. F. (1974) . An index of factorial simplicity.
Psychometrics, 39 (1) , 31-36.
- Ko, Y. J. & Pastore, D. L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2), 84-97.
- Kotler, P . (1997). *Marketing Management-Analysis. Planning Implementation and Control*, 9th ed. NJ: Prentice Hall Inc.
- Kozak, M. (2001). Repeater's behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807.
- Lethinen, U. & J. R. Lethinen. (1991). Two Approaches to Service Quality Dimensions . *Service Industries Journal*, 11(3), 287-303.
- Lee, C. K., Lee, Y. K., & Wicks, B. E. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction, *Tourism Management*, 25, 61-70.
- Lisa Delpy (1998). An overview of sport tourism: Building towards a dimensional framework .*Journal of Vacation Marketing*, 4, 23-38.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.
- McDonald, M. A., Milne, G. R., & Hong, J. B. (2002). Motivational factors for evaluating sport spectator and participant markets. *Sport Marketing Quarterly*, 11(2), 100-113.

- McLean, D. D. , Hurd, A. R. & Rogers, N. B. (2005).
Recreation and Leisure in Modern Society (7rd ed), Jones
and Bartlett Publishers International.
- Oliver, R. L. (1994). Conceptual issues in the structural
analysis of consumption emotion. satisfaction, and
quality: Evidence in a service setting. *Advances in
Consumer Research*, 21, 16-22.
- Oliver, Richhard L.(1980). A Cognitive Model of Antecedents
and Consequences of Satisfaction Decisions, *Journal of
Marketing Research*, 17, 460-469.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991).
Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale.
Journal of Retailing, 67(4), 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A
conceptual model of service quality and its implications
for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988).
SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring
consumers perceptions of service quality. *Journal of
Retailing*, 64(1), 22-37.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994).
Reassessment of expectations as acomparison standard in
measuring service. quality: Implication for further
research. *Journal of Marketing*, 58, 111-124.
- Parker, C.& Mathews, B. P.(2001). Marketing Intelligence and
Planning. *Brad ford*. 19(1), 38.

- Roski, G. F., & Peter, M. (1989). Complex Analysis of the Motivation of Going in for Sports during leisure time among young working people & apprentices, *International Review for Sociology of Sport* , 24(4), 345-357.
- Singh, J.(1991). Understanding the Structure on Customer Satisfaction Evaluation of Service Delivery. *Journal of the Academy of Marketing Science*,19, 223-234.
- Solberg & Preuss (2007). Major Sport Events and Long-Term Tourism Impacts. *Journal of Sport Management*, 21, 213-234.
- Spreng, R. A., & Mackoy, R. D. (1996). An empirical examination of a model perceived service quality and satisfaction. *Journal of Retailing*, 72, 201-214.
- Standeven, J. & De Knop, P. D. (1999). *Sport tourism*. Champaign: Human Kinetics publishers.
- Tinsley, H. E., & Kass, R. A. (1978). Leisure activities and need satisfaction : A replication and extension. *Journal of Leisure Research*, 10, 191-202.
- Thomas, J. R.,& Nelson, J. K.(1990).*Research methods in physical activity*. Champaign: Human kinetics Publishers.

附錄一 預試問卷
大鵬灣泳渡活動參與者的動機、服務品質與滿意度之問卷

親愛的參與者您好:

本問卷是您參加大鵬灣泳渡活動的動機、服務品質與滿意度之調查。懇請您撥出寶貴的時間填寫這份問卷，問卷填答採不記名方式，純粹做為學術研究之用，請您安心作答。您的寶貴意見將有助於我們對大鵬灣泳渡的改善建議，非常感謝您的參與。

敬祝您 旅途愉快！

國立臺灣體育大學運動管理學系碩士班
指導教授 林文郎 博士
研究生 陳怡婷 敬啟

第一部份 運動觀光之參與動機

請就您個人的感受與體會勾選下列問題

您參加大鵬灣泳渡活動是因為

	非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非常 不同 意
1. 我想要體驗新奇的事物.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我想要保持身體健康.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我想要增進游泳技能.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我是慕名而來(指此次的泳渡活動).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我想要多參與不同的水上活動.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我想要利用閒暇時間，參與有意義的活動.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我想要增強我的體能.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我想要增加水域的相關知識.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我想要建立友誼，認識志同道合的朋友.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我想要增加與家人的互動.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我想要增加與朋友的互動.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我想要將我的游泳經驗，分享給其他人.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
13. 我想要利用泳渡活動，加入游泳協會.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 我想從泳渡活動得到刺激感.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 我想挑戰自己，能否達成泳渡的目標.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 我想知道自己的游泳能力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 我想考驗自己的毅力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 我想滿足自己的好勝心.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 我想要完成一件困難的事情.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 我想利用泳渡活動，增強成就感.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 我想參加泳渡活動，以得到別人的讚賞.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 我想要做一些我擅長的活動，例如：游泳.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 我想參加泳渡活動，因為這是一件了不起的事.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. 我想要逃離每天忙碌的生活.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. 我想要放鬆身心、抒解壓力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. 我想要打發時間、避免無聊.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. 我想要放慢生活步調.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. 我想要接觸大自然，欣賞優美的風景.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. 我想要暫時離開擁擠的城市.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第二部份 參與者對於服務品質的知覺

請就您個人的感受與體會勾選下列問題

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
對你而言，大鵬灣泳渡活動的服務品質為何？					
1.在活動進行中有足夠的安全設施及救生員.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我認為此泳渡活動舉辦的時間及季節是相當合適的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我認為此泳渡活動能按照預定時間流程完成.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我認為此泳渡活動的報名方式是相當便利的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我認為關於此泳渡活動的資訊是相當容易取得的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我認為整個活動內容是豐富的(泳渡活動、表演節目)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我認為整個活動內容是吸引人的(泳渡活動、表演節目)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.我認為服務人員的態度是有禮貌的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.我認為服務人員的態度是友善的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.我認為服務人員有足夠專業知識，能為我解答.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.我認為服務人員處理問題的能力，是值得讚賞的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.我認為服務人員樂意主動幫忙、詢問參與者的需求.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.我認為參與此活動後，體能水準有所提升.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.我認為參與此活動後，游泳技巧更加熟練.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.我認為參與此活動後，讓我更有成就感.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.我認為參與此活動後，讓我做事更有信心.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.我認為參與此活動後，能增進人際關係.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.我認為參與此活動後，能體驗到運動的樂趣.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.我認為參與此活動後，讓我感到全身舒暢.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
20.我認為此泳渡活動的環境(沙灘、海水)品質很好.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.我認為公共設施很乾淨(廁所、淋浴間)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.我認為公共設施數量足夠(廁所、淋浴間)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.我認為交通運輸(公車、火車)很便利.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.我認為停車場的數量足夠.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.我認為主辦單位動線規劃及引導相當明確.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.我認為主辦單位所提供的各種服務處相當完備 (如:飲水站、醫護站)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部份 參與者對於滿意度的知覺

請就您個人的感受與體會勾選下列問題

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
這次您參與大鵬灣泳渡活動的滿意度為何?					
1.大眾運輸工具之便利性(公車、火車)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.泳渡活動環境的整潔與衛生.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.主辦單位對安全管理方面的重視.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.服務人員的態度與專業.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.活動路線的引導指示牌.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.大鵬灣泳渡活動的規劃與安排.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.大鵬灣泳渡活動的整體滿意度.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.您是否推薦親朋好友參加下屆的泳渡活動? <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否					
9.您是否願意參加下屆的泳渡活動? <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否					

第四部分 個人基本資料

- 1.性別：(1)男 (2)女
- 2.婚姻：(1)已婚 (2)未婚
- 3.年齡：(1)20歲以下 (2)21~30歲 (3)31~40歲 (4)41~50歲
(5)51~60歲 (6)61歲以上
- 4.教育程度：(1)國小(含)以下 (2)國中 (3)高中(職) (4)大學(含專
科) (5)研究所以上
- 5.職業：(1)農林漁牧 (2)工 (3)商 (4)服務業 (5)軍公教
(6)自由業 (7)家管 (8)學生 (9)無/待業 (10)其它
- 6.個人平均月收入(1)20,000元以下 (2)20,001~40,000元 (3)40,001~
60,000元 (4)60,001~80,000元 (5)80,001元以上
- 7.隸屬俱樂部/協會：有 無 請寫出名稱：_____
- 8.您居住在_____縣(市)_____鎮(鄉、市、區)
- 9.請問您參加泳渡活動的次數(含本次)，共_____次
- 10.請問您前往泳渡活動所使用之交通工具為？
(1)自用汽車 (2)機車 (3)腳踏車 (4)遊覽車
(5)公用汽車 (6)計程車 (7)其他_____

附錄二 正式問卷
日月潭泳渡活動參與者的動機、服務品質與滿意度之問卷

親愛的泳渡者您好:

本問卷是您參加日月潭泳渡活動的動機、服務品質與滿意度之調查。懇請您撥出寶貴的時間填寫這份問卷，問卷填答採不記名方式，純粹做為學術研究之用，請您安心作答。您的寶貴意見將有助於我們對日月潭泳渡的改善建議，非常感謝您的參與。

敬祝您 旅途愉快！

國立臺灣體育大學運動管理學系碩士班
指導教授 林文郎 博士
研究生 陳怡婷 敬啟
0919-050880
Showjolin2001@yahoo.com.tw

第一部分 個人基本資料

- 1.性別：(1) 男 (2) 女
- 2.婚姻：(1) 未婚 (2) 已婚-無小孩 (3) 已婚-有小孩 (4) 寡居期 (5) 其他
- 3.年齡：(1) 20歲以下 (2) 21~30歲 (3) 31~40歲 (4) 41~50歲 (5) 51~60歲 (6) 61歲以上
- 4.教育程度：(1) 國小(含)以下 (2) 國中 (3) 高中(職) (4) 大專 (5) 碩士 (6) 博士
- 5.職業：(1) 農林漁牧 (2) 工 (3) 商 (4) 服務業 (5) 軍公教 (6) 自由業 (7) 家管 (8) 學生 (9) 退休人員 (10) 其它
- 6.個人平均月收入(1) 20,000元以下 (2) 20,001~40,000元 (3) 40,001~60,000元 (4) 60,001~80,000元 (5) 80,001元以上
- 7.您平常是否有游泳的習慣：(1) 每週三次以上 (2) 每週二次 (3) 每週一次 (4) 無
- 8.您參加日月潭泳渡活動的次數(含本次)，共_____次。
- 9.隸屬游泳運動俱樂部/協會：有 無 請寫出名
稱：_____
- 10.您居住在_____縣(市)_____鎮(鄉、市、區)
- 11.請問您前往泳渡活動所使用之交通工具為?
(1) 自用汽車 (2) 機車 (3) 腳踏 (4) 遊覽車 (5) 公用汽車
(6) 計程車 (7) 其他_____

第二部份 運動觀光之參與動機

請就您個人的感受與體會勾選下列問題

您參加日月潭泳渡活動是因為

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 我想要保持身體健康.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我想要增進游泳技能.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我想要增強我的體能.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我想要增加水域的相關知識.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我是慕名而來(指此次的泳渡活動).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我想要多參與不同的水上活動.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我想要利用閒暇時間，參與有意義的活動.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我想要建立友誼，認識志同道合的朋友.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我想要增加與家人或朋友的互動.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我想要將我的游泳經驗分享給其他人.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我想從泳渡活動得到刺激感.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我想挑戰自己能否達成泳渡的目標.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 我想考驗自己的毅力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 我想滿足自己的好勝心.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 我想要完成一件困難的事情.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 我想要逃離每天忙碌的生活.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 我想要放鬆身心、抒解壓力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 我想要放慢生活步調.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
19. 我想要接觸大自然，欣賞優美的風景.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部份 參與者對於服務品質的知覺

請就您個人的感受與體會勾選下列問題

對你而言，日月潭泳渡活動的服務品質為何？

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 我認為關於此泳渡活動的資訊是相當容易取得的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我認為此泳渡活動的報名方式是相當便利的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 在活動進行中有足夠的安全設施及救生員.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我認為整個活動內容安排是吸引人的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我認為此泳渡活動能按照預定時間流程完成.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我認為此泳渡活動舉辦的時間及季節是相當合適的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我認為工作人員的態度是有禮貌的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我認為工作人員有足夠專業知識能為我解答.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我認為工作人員處理問題的能力是值得讚賞的.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我認為工作人員樂意主動幫忙並詢問參與者的需求.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我認為所設立的各種服務處相當完備(如:飲水站、醫護站)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我認為參與此活動後，讓我更有成就感.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 我認為參與此活動後，讓我做事更有信心.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 我認為參與此活動後，能增進人際關係.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 我認為參與此活動後，能體驗到運動的樂趣.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
16.我認為此泳渡活動的環境(岸邊、湖水)品質很好.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.我認為公共設施數量足夠(廁所、淋浴間).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.我認為交通運輸很便利(如:公車、接駁車).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.我認為停車場的數量足夠.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份 參與者對於滿意度的知覺

請就您個人的感受與體會勾選下列問題

這次您參與日月潭泳渡活動的滿意度為何?

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1.大眾運輸工具之便利性(公車、接駁車).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.泳渡活動環境的整潔與衛生.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.主辦單位對安全管理方面的重視.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.工作人員的服務態度與專業.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.泳渡活動的規劃與安排.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.泳渡活動的整體滿意度.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 您是否願意參加下屆的泳渡活動? <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否					

附錄三

問卷專家效度審查同意函

○教授○○您好：

本人為國立臺灣體育大學運動管理學系碩士班之研究生，目前正著手進行碩士論文「運動觀光客參與動機、服務品質及滿意度之研究」問卷，本函的主要目的為誠摯的邀請您擔任本研究問卷專家效度審查小組的成員。

尊悉 台端在人文社會科學領域之學識淵博並具有卓越成就，對該領域學術研究或實務工作均具有崇高的聲望，在此誠懇邀請您擔任本研究專家效度審查小組的成員，期望能藉由您在該領域的專業知識與宏觀見解，對本研究之問卷內容予以修正並提出您寶貴的意見，俾使本研究更臻完美。

本審查過程約花費 10-30 分鐘，如獲您的同意，請於 97 年 4 月 31 日前將回函以所附回郵信封寄至：嘉義市中興路 9 號，或傳真至：05-3628436，本人在收到您的回函後，將本研究問卷初稿與感謝函以掛號方式郵寄給您。

最後，衷心期盼您對本研究提出指正與建議，非常感謝您的支持與協助。

敬祝

身體健康 諸事順心

國立臺灣體育大學運動管理學系碩士班

指導教授：林文郎 博士

研究生：陳怡婷 敬上

附錄四

問卷專家效度審查與意願回函

題目：運動觀光客參與動機、服務品質及滿意度之研究

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：(O) _____；(H) _____

傳真：_____ E-mail: _____

煩請於4月31日前傳真或郵寄回覆此函，感謝您的支持與協助。

國立臺灣體育大學運動管理學系研究生 陳怡婷 敬上

通訊地址:嘉義市中興路9號 FAX: 05-3628436

行動電話:0919-050880

E-mail:showjolin2001@yahoo.com.tw

附錄五

問卷專家效度審查感謝函

○教授○○您好：

感謝您同意擔任「運動觀光客參與動機、服務品質及滿意度之研究」問卷專家效度審查小組的成員，本研究旨在透過參與泳渡賽會的運動觀光客之調查。探討參與動機、賽會服務品質及體驗的滿意度，並以人口背景比較各變項間的差異，並期將本研究結果提供主辦單位提升賽會品質並作為行銷策略推廣之參考。

本專家問卷包括：(一) 個人資料；(二) 參與者動機量表；(三) 活動賽會服務品質量表；(四) 知覺滿意度與再參加意願及；(五) 開放性問題等五個部分。請您詳細閱讀本調查問卷的題目，對其文字陳述及題目的增減加以指正與修改。同時，也希望對本問卷的整體架構提供您寶貴的建議。

如文字說明有語意含糊不清之處，請您直接在題目上標記或修改；感謝您的合作與協助。請您將問卷與審查結果評估表，於97年4月31日前將回函以所附回郵信封寄至：嘉義市中興路9號，或傳真至：05-3628436，本人在收到您的回函後，將本研究問卷初稿與感謝函以掛號方式郵寄給您。

最後，衷心期盼您對本研究提出指正與建議，非常感謝您的支持與協助。

敬祝

身體健康 諸事順心

國立臺灣體育大學運動管理學系碩士班

指導教授：林文郎 博士

研究生：陳怡婷 敬上

附錄六

問卷專家效度審查委員名錄

感謝下列八位學者專家擔任本研究問卷專家效度審查委員，為本研究問卷之編製題供寶貴的意見與指導。

姓名	服務單位/職稱
王秀夫	中華民國成人游泳協會/中區會長
林文郎	國立臺灣體育大學運動管理學系/教授兼教務長
李炳昭	國立台中教育大學體育學系/助理教授
陳貴參	埔里四季早泳會/會長
黃錦煌	國立臺灣體育大學運動管理學系/助理教授
黃彥翔	國立臺灣體育大學運動管理學系/副教授兼系主任
鄭桂玫	國立臺灣體育大學運動管理學系/助理教授
盧瑞山	真理大學運動管理系/副教授

(依姓氏筆畫順序排列)