

國立臺灣體育運動大學運動管理學系
碩士班碩士學位論文

100年全國中等學校運動會參與者動機
、涉入程度、滿意度之研究

THE 2011 NATIONAL HIGH SCHOOL
ATHLETIC GAMES PARTICIPANTS
MOTIVATION INVOLVEMENT EXTENTS AND
SATISFACTION



研究生：林柏遠 撰
指導教授：王慶堂 博士

中華民國一百零二年六月

論文名稱：100年全國中等學校運動會參與者動機 總頁數：158頁
、涉入程度、滿意度之研究

院校所組別：國立臺灣體育運動大學運動管理學系碩士班

畢業時間及提要別：一百學年度第二學期碩士學位論文提要

研究生：林柏遠

指導教授：王慶堂 博士

中文摘要

本研究旨在探討100年全國中等學校運動會參與者，不同人口統計變項之「參與動機」、「涉入程度」、「滿意度」之差異及相關情形。本研究採用問卷調查法，針對100年全國中等學校運動會參與者為研究對象；以自編之「100年全國中等學校運動會參與者動機、涉入程度、滿意度之研究調查問卷」為研究工具進行資料的收集，共計有效問卷494份，有效回收率達98.7%。資料處理採用SPSS12.0 for Windows中文版進行統計分析，統計方法採描述性統計、項目分析、信度分析、因素分析、t檢定、單因子變異數分析、雪費法(Scheffe's)事後檢定、皮爾森積差相關等分析，結果發現：（一）100年全國中等學校運動會參與者以男性居多，占總樣本數的54%；「年齡」層面參與者以17~21歲居多，占總樣本數的37.7%；「教育程度」層面參與者以高中（職）居多，占總樣本數的38.5%；「職業狀況」層面參與者以學生居多，占總樣本數的78.3%；「居住地」層面參與者以中部居多，占總樣本數的45.7%；「參與者身份」層面參與者以選手居多，占總樣本數的47.0%；「第幾次參與全中運」層面參與者以第四次以上者居多，占總樣本數的53.0%。（二）100年全國中等學校運動會不同人口統計變項之參與者在參賽動機、涉入程度與滿意度上有部分顯著差異。（三）100年全國中等學校運動會參與者參與動機、涉入程度與滿意度間呈現顯著正相關。研究結果可作為往後舉辦賽會之參考。

關鍵詞：全國中等學校運動會、參與動機、涉入程度、滿意度

Title of Thesis: THE 2011 NATIONAL HIGH SCHOOL ATHLETIC GAMES
PARTICIPANTS MOTIVATION INVOLVEMENT EXTENTS AND
SATISFACTION

Name of Institute: Graduate Institute of Sport Management

Graduate date: July, 2012

Degree Conferred: M.P.E

Name of student: Lin Bo-Yuan

Advisor: Dr.Wang, Ching-Tang

Abstract

The purpose of this study is to investigate the 2011 national high school athletic games participants the different demographic variables of the differences and relevant circumstances of involved in motivation, involvement and satisfaction. In this study, questionnaire survey method for the 2011 national high school athletic games participants; was designed the questionnaire of participant motivation, involvement, satisfaction by the 2011 national high school athletic games as a collection of research tool data.Total 494 effective questionnaires that effective recovery rate is 98.7%.Data processing using SPSS 12.0 for Windows Chinese version to do the statistical analysis, statistical methods included descriptive statistics, item analysis, reliability analysis, factor analysis, reliability analysis, one-way ANOVA analysis, Scheffe's post hoc test and Pearson product moment correlation analysis. The results showed that: (1) the 2011 national high school athletic games participants mostly male,54% of the total number of samples;37.7% of the total number of samples for level participants of the age 17 to 21-year-old majority,38.5% of the total number of samples of Educational level,78.3% of the total number of samples of Employment status level participants are mostly students, 45.7% of the total number of samples of Residence level participants in central mostly,47.0% of the total number of samples of Participant status level participants are mostly players,53.0% of the total number of samples of "several times to participate in the transport" level participants are mostly above the fourth.(2) the 2011 national high

school athletic games different demographic variables of participants in the competition motivation, involvement and satisfaction some significant differences.(3) the 2011 national high school athletic games participants involved in motivation, involvement and satisfaction showing a significant positive correlation. The results can be used as reference of later to hold the tournament.

Keywords: National High School Athletic Games, Motivation, Involvement, Satisfact

謝誌

轉眼間，碩士學位即將結束！回想起在學期間的點點滴滴，心中的感觸真是百感交集，這一路走來，要感謝的人太多了。首先，感謝我的指導教授-王慶堂博士、口試委員-邱東貴教授與陳逸政教授及系上所有教授。說真的，沒有這些教授們細心與無私的指導，我是無法獨自完成在學期間的每一個挑戰，也因為有教授們的嚴格要求，才能練就我獨自做研究的功力。再來是曾經幫助與鼓勵過我的朋友，沒有你們每一句的「加油，你可以的！」就不會有今天這篇論文的產生。

還有，最重要的是我的家人，沒有家人的支持與鼓勵，就不會有今天的我，因為父母的支持與鼓勵，才能讓我無後顧之憂地拿到碩士學位，希望未來的日子裡，我能秉持著自我所要求的三一哲學「一生學習、一生奮鬥、一生感謝」繼續走向未來的每一步，這不是終點而是起點，我會抱持著大家的教誨與鼓勵，不斷的突破，更加精進自我學術，使所聽、所學教導給未來的學子。

最後僅以此論文，獻給所有曾參與此篇論文的每一個人，在此與你們分享這份榮耀。

林柏遠 謹誌

中華民國一百零一年六月

目 錄

中文摘要	I
英文摘要	III
謝 志	V
目 錄	VI
表 目 錄	VIII
圖 目 錄	XI
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	3
第四節 研究假設	3
第五節 研究範圍與限制	4
第六節 名詞操作性定義	5
第 貳 章 文 獻 探 討	
第一節 參與動機之相關理論	7
第二節 涉入程度之相關理論	19
第三節 滿意程度之相關理論	26
第 參 章 研 究 方 法	
第一節 研究架構	35
第二節 研究工具及信效度考驗	36
第三節 研究對象	50
第四節 研究流程	51
第五節 資料分析方法	53

第肆章 結果與討論	
第一節 100年全中運參與者樣本分佈情形	55
第二節 100年全中運參與者對參與動機、涉入程度與 滿意度現況分析	58
第三節 100年全中運參與動機、涉入程度與滿意度在 不同人口統計變項之差異性分析	66
第四節 100年全中運參與動機、涉入程度與滿意度間 相關分析	113
第五節 討論	115
第伍章 結論與建議	
第一節 結論	119
第二節 建議	122
參考文獻	125
附錄一 預試問卷	138
附錄二 正式問卷	143

表目錄

表 2-1	動機定義之整理	10
表 2-2	麥魁爾的心理動機	14
表 2-3	運動賽會參與動機相關文獻彙整	17
表 2-4	涉入的定義之整理	20
表 2-5	運動涉入程度研究之相關文獻整理	24
表 2-6	滿意度定義相關文獻彙整表	28
表 3-1	參與動機量表項目分析結果摘要表	40
表 3-2	涉入程度量表項目分析結果摘要表	41
表 3-3	滿意度量表項目分析結果摘要表	42
表 3-4	參與動機量表因素分析結果摘要表	45
表 3-5	參與動機量表之內部一致性分析結果摘要表	46
表 3-6	涉入程度量表因素分析結果摘要表	47
表 3-7	涉入程度量表之內部一致性分析結果摘要表	48
表 3-8	滿意度量表因素分析結果摘要表	49
表 3-9	滿意度量表之內部一致性分析結果摘要表	50
表 4-1	人口統計變項統計表	57
表 4-2	參與動機各題項平均數和標準差	59
表 4-3	參與動機各構面平均數和標準差	61
表 4-4	涉入程度各題項平均數和標準差	62
表 4-5	涉入程度各構面平均數和標準差	63
表 4-6	滿意度各題項平均數和標準差	63
表 4-7	滿意度各構面平均數和標準差	65
表 4-8	不同性別之參與者在參與動之差異分析摘要	67
表 4-9	不同年齡的參與者在參與動機的多變量變異數分析表	68

表 4-10	不同教育程度的參與者在參與動機的多變量變異數分析表	71
表 4-11	不同職業狀況的參與者在參與動機的多變量變異數分析表	73
表 4-12	不同居住地的參與者在參與動機的多變量變異數分析表	75
表 4-13	不同參與者身分的參與者在參與動機的多變量變異數分析表	77
表 4-14	不同參與次數的參與者在參與動機的多變量變異數分析表	79
表 4-15	不同人口統計變項在參賽動機變異數分析之結果摘要表	81
表 4-16	不同性別之參與者在涉入程度之差異分析摘要表	83
表 4-17	不同年齡的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表	84
表 4-18	不同教育程度的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表	85
表 4-19	不同職業狀況的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表	86
表 4-20	不同居住地的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表	87
表 4-21	不同參與者身分的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表	88
表 4-22	不同參與次數的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表	90

表 4-23	不同人口統計變項在涉入程度變異數分析之結果摘要表	92
表 4-24	不同性別之參與者在滿意度之差異分析摘要表 ...	94
表 4-25	不同年齡的參與者在滿意度的多變量變異數分析表	96
表 4-26	不同教育程度的參與者在滿意度的多變量變異數分析表	99
表 4-27	不同職業狀況的參與者在滿意度的多變量變異數分析表	102
表 4-28	不同居住地的參與者在滿意度的多變量變異數分析表	104
表 4-29	不同參與者身分的參與者在滿意度的多變量變異數分析表	106
表 4-30	不同參與次數的參與者在滿意度的多變量變異數分析表	108
表 4-31	不同人口統計變項在滿意度變異數分析之結果摘要表	111
表 4-32	參與動機與涉入程度間之相關係數	113
表 4-33	涉入程度與滿意度間之相關係數	114
表 4-34	參與動機與滿意度間之相關係數	114

圖目錄

圖 2-1	馬斯洛需求層次理論	12
圖 3-1	研究架構	35
圖 3-2	量表建構流程圖	38
圖 3-3	研究流程	52

第壹章 緒論

學校體育是推展國家體育的基礎，而在學校體育的領域中，全國中等學校運動會（以下簡稱全中運）又是國內學校體育大型賽會的基石。前行政院體育委員會主委陳全壽指出，現今的運動賽會不僅是運動競技，亦有科技與文化的展現，及經濟價值的創造，足見現代運動賽會的重要（程紹同，2004）。透過運動賽會，不但可以宣傳運動，吸引人們參加體育鍛鍊，並進而推動運動相關活動（許樹淵，2003）。因此，運動賽會之舉辦對體育運動的推展是相當重要的。

第一節 研究背景與動機

體育推廣單位也期望藉由運動賽會的進行來提升國人運動風氣，以達成體育的目標，而許多組織也會藉由舉辦運動會來促進員工休閒及增進員工感情之活動（吳佩璟，2009）。就運動行銷的觀點而言，每一個運動賽會皆是運動商品，而核心商品便是賽會本身，而商品效益的產出關鍵就在參與者。因此，若參與者對於賽會滿意度低，商品效益的產出就會受到影響，贊助運動賽會的企業也會感到不滿意。最終，企業及參與者皆會失去參與賽會的意願，而該運動的發展便會漸漸沒落。因此，一個成功的運動賽會，參與者的滿意度、參與動機及涉入程度是極為重要的。

教育部每年舉辦一次全中運，由承辦縣市統籌辦理，而大型運動賽會的辦理項目繁雜，各種行政事務千頭萬緒，主辦單位若沒有辦理大型運動賽會的經驗，都會行事不彰，加上每年全中運皆由不同的縣市承辦，前人辦理全中運的經驗

是否能有效的接續傳承，也是全中運能否辦理成功的關鍵。

一個成功的運動賽會，除了參與者的滿意度之外，其瞭解參與動機與涉入程度也相當重要，這三個變項會導致參與者未來是否想再次參加運動賽會的想法亦為重要。目前國內有很多研究運動賽會之相關文章，但都以全國性運動會為主而且研究之變項並未同時出現參與動機、涉入程度與滿意度等三個變項，所以本研究將對這三個變項同時針對參與 100 年全國中等學校運動會之參與者做探討。

本研究將針對 100 年全中運參與者之「參與動機」、「涉入程度」、「滿意度」進行研究，並期研究結果，得成為提升全國中等學校運動賽會舉辦品質之助力。

第二節 研究目的

本研究目的旨在於瞭解 100 年全中運參與者動機、涉入程度、滿意度之研究，且希望根據本研究以下研究目的所獲得的結果，作為未來國內承辦全國中等學校運動會之相關單位規劃、管理的參考。

- 一、瞭解 100 年全中運參與者之參與動機。
- 二、瞭解 100 年全中運參與者之涉入程度。
- 三、瞭解 100 年全中運參與者之滿意度。
- 四、瞭解 100 年全中運參與者之參與動機、涉入程度及滿意度之間關係。

第三節 研究問題

本研究根據上述研究目的提出以下研究問題：

- 一、探討 100 年全中運參與者之參與動機為何？
- 二、探討 100 年全中運參與者之涉入程度為何？
- 三、探討 100 年全中運參與者之滿意度為何？
- 四、探討 100 年全中運參與者之參賽動機、涉入程度及滿意度之間關係為何？

第四節 研究假設

本研究提出之假設如下：

- 假設一：不同人口統計變項之參與者參與動機無顯著差異。
- 假設二：不同人口統計變項之參與者涉入程度無顯著差異。
- 假設三：不同人口統計變項之參與者滿意度無顯著差異。
- 假設四：參與者參與動機與涉入程度間無顯著相關。
- 假設五：參與者涉入程度與滿意度間無顯著相關。
- 假設六：參與者參賽動機與滿意度間無顯著相關。

第五節 研究範圍與限制

一、研究範圍

本研究以 100 年全中運不同人口統計變項（性別、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身份、第幾次參與全中運等）之參與者，為主要研究對象，透過問卷調查的方式，瞭解 100 年全國中等學校運動會不同人口統計變項〔性別、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身份、第幾次參與全中運等〕之參與者，對於本次 100 年全中運參與者對於參與動機、涉入程度及滿意度之影響程度為研究範圍。

二、研究限制

- （一）本研究採用自陳量表為測驗工具，並由 100 年全中運參與者評斷本身之參與動機、涉入程度與滿意度之感受，因研究者未能了解受試者回答之真實程度，故僅能假設所有受試者皆屬真實回答。
- （二）因本研究乃是以 100 年全中運為研究主體，此研究結果並不一定可以類推至其他運動賽會上，因此本研究結果僅供全中運作為參考。

第六節 名詞操作性定義

一、全國中等學校運動會

全國中等學校運動會係指民國89年後，由行政院體育委員會主導，由台灣區中等學校運動會改制而成的。第1屆（民國89年）全國中等學校運動會由苗栗縣辦理；由花蓮縣政府辦理的第2屆（民國90年）全國中等學校運動會，則是再改由行政院體育委員會及教育部共同主導；至於台北縣所辦理的91年全國中等學校運動會是台灣區中等學校運動會改制後第三屆舉行比賽，其主導權再次改為教育部。依據教育部90年12月4日台（90）參字第90171200號函頒之「全國中等學校運動會舉辦準則」，全國中等學校運動會由教育部指導，各直轄市及縣（市）政府主辦，有關機關團體協辦；並於每年四月間舉辦，會期以不超過7天為原則。

二、參與動機

本研究所指的參與動機是指參加100年全中運的參與者參加全中運的各種內、外在因素及其參與運動賽會的原動力，並以本研究中參與動機量表所得之分數反應為標準。

三、涉入程度

涉入(Involment)簡單來說是個人對於標的物所感受到的攸關程度，或者可以說是某特定情境下，由某一刺激所激發而知覺到個人興趣的水準（廖文正，2003）。本研究之涉入程度是指參加100年全中運的參與者對於參與全中運的投入程度。

四、滿意度

滿意度是一種多層面的建構，是個人對其從事環境中實際獲得的價值，與預期應獲得的價值之間的差距。差距越小則滿意度越高，差距越大則滿意度越低（吳佩璟，2009）。

本研究所指之滿意度，意指運動賽會參與者對於承辦單位所提供之各項服務的滿意程度。

五、參與者

本研究所指的參與者是指參與 100 年全中運不同人口統計變項，包括性別、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身分、第幾次參與全中運等，並以本研究中不同人口統計變項之參與者基本資料所得之選項為標準。

第貳章 文獻探討

第一節 參與動機之相關理論

一、動機的定義

賴文彬(1990)指出動機(motivation)是由拉丁語「movere」而來，是引起動作或是內在力量(innerforce)驅使的意思，它是行為的原動力，它才能促進有機體產生行為。另外，張春興(1991)動機，是指引起個體的活動，讓那一種活動，朝向某一個目標進行的一種內在過程。從心理學的觀點，就是有機體在心理上與生理上有了需求(need)或是驅力(drive)，開始朝向環境中相關的目標或是刺激(stimulus)，啟發持續性的活動，以滿足需求，紓解情緒上的不安，解除壓力，身心達到平衡。蔡瑞宇(1996)指出，動機是決定行為的最主要因素之一，通常人類行為的產生，主要來自於個人的內在動機，由動機而引發行為；動機可以被視為是一種個人內在的驅力，這種驅力促使個人採取行動。樓永堅(2003)將動機定義為：「一種不能觀察到的內在力量促使人們產生行為，並導引該行為(活動)朝向某一目標(個人需求滿足)的過程。」

動機的定義，學家因類別之不同，對於動機的定義也有所不同。國內陸君約(1984)指出動機是引起動作或內在力量(inner force)驅使的意思，它是行為的原動力，它才能促進有機體產生行為。張春興(1991)認為動機是指引起個體活動或維持已引起的活動，並使該種活動朝某一目標進行一種內在作用。林靈宏、劉水深、洪順慶(1994)則表示動機的定義有兩個共同點，分別為涉及人類想要滿足的需求及促使人們採取行

動的動力。張春興（1991）認為動機是促使個體從事某種活動的內在主要原因。黃俊英、賴文彬（1990）則認為動機是一種被刺激的需要，他足以促使一個人去採取某項行動以滿足需要。林欽榮（2002）定義動機是一切行為的原動力，凡是行為都是由動機而引發的，而消費者行為亦然。葉重新（2005）則指出動機是行為的原動力，它會影響知覺。

動機主要是個體內在的一種歷程，是許多相關因素連結而成，所以一個動機未必能引起某特定相同行為，而一項行為的背後，也有可能不只一個動機（楊美貞，2004）。動機是促進學習的趨力，在運動心理學領域裡，有關動機的探討包括：一、參與動機：探討個體開始、持續或中斷某一行為的原因。二、內、外在動機：反映出運動員的挑戰與樂趣，對於個體所引發的行動慾望或好奇心，或外來的獎賞、鼓勵所引起的行為動機。目標設定取向：強調工作導向或自我導向所引起的動機之間的對照（韓大衛、郭正煜，2002）。在行為科學中，決定行為的主要因素是「動機」，動機的產生有兩個主要原因：其一為內在的心理需求，其二為外在的環境刺激，二者共同經由動機對行為表現之影響，而動機與行為是兩個相對的概念，行為是個體外顯的活動，動機是促使個體活動的內在歷程，也就是動機是指啟動、指引和維持身體與心理活動機能，並引導該活動朝向某一目標進行的一種內在歷程。因此，動機的作用在保護、滿足個人或提高個人的身價。

動機涉及個人從事目標指向的行為狀態和條件，首先它涉及人類想要滿足的需求，其次是使人們採取行動的一種動力。動機的發生會帶動某些需要，或問題的體認，而且會影響到資訊的搜尋、資訊的處理和購買行為。動機本身有可能是顯性的或隱性的（王居卿、張威龍、陳明杰，2002）。因為人類的需求，來自於不同的動機，動機使人類的行為產生變動，不同環境與社會中的個體，其對需求有著不同的慾望，透過慾望來獲得滿足（陳水源，1988）。

因此，本研究將各學者對於動機定義相關文獻整理如表 2-1 所示，以期能更進一步了解動機之定義。

表 2-1

動機定義之整理

學者	年份	動機之定義
周紹忠、岑漢康	2000	<p>人的行為動機是生理組織和社會組織要求相結合的產物；前者是形成動機的自然基礎，後者是形成動機的社會基礎。</p>
林欽榮	2002	<p>動機是產生行為的原動力，也是決定人類行為最主要的因素，人類若缺乏動機，將無以產生或採取行動。因此，任何行為都是由動機引發的，個人的消費行為亦源自於購買的動機。此外，動機又來自於個人的需求，與內外在此的刺激。由於個人有了需要滿足的慾望和受到刺激，而產生了動機，並引發了行為。</p>
楊智強	2002	<p>個體為滿足其內在需求，而產生影響其外在行為的驅動力。</p>

(續下頁)

學者	年份	動機之定義
盧俊宏	2003	動機是引起個體活動並維持此項活動朝向某一目標進行的內在歷程。
李文瑞	2007	促成某種行動並提供行動方向的內在力量，促使我們從事某種行為的無形因素。
吳坤瑤	2009	動機是個體努力的方向和強度。努力的方向是有關一個人是否尋求方法，或者被吸引到某些情境。努力的強度是有關一個人在特定的情境付出多少努力。

資料來源：本研究整理

綜合上述學者對動機的定義，本研究認為動機為個人行為的起源，亦是導引個人活動朝向需求滿足或目標達成的驅動力。由於個人有了需要滿足的慾望和受到刺激，而產生了動機，並引發了行為。

二、動機的理論基礎

本研究將各學者對於動機理論基礎其整理如下：

(一) 馬斯洛(Maslow)的需求層次論

馬斯洛強調內在動機的重要，而以不同層次的需求來解釋人類的動機，他認為這種需求的先後順序是固定的，在低層次（較基本）的需求沒有滿足前，不會產生更高層次的需求。馬斯洛將人類的需求歸納為生理需求、安全需求、社會需求、自尊需求及自我實現的需求等五種層級（如圖 2-1）。

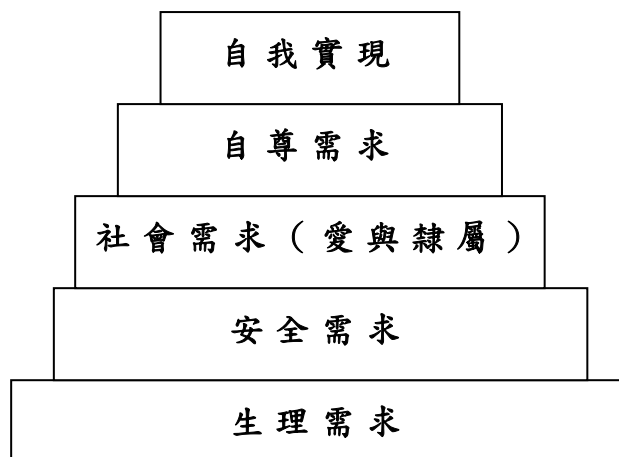


圖 2-1 馬斯洛需求層次理論

(二) 佛洛伊德(Sigmund Freud)的動機理論

佛洛伊德認為影響人類行為的真正心理因素是潛意識的，在我們成長的過程中，在社會的規範下，會壓抑某些衝動。

(三) 赫茲伯格(Frederick Herzberg)的雙因子理論

赫茲伯格所提出的雙因子理論中，維持因子是預防消費者不滿足的因素；激勵因子是能夠提供滿足的因素。根據其理論，消費者除去了不滿意的因素之後，仍然不會滿意，只有提供激勵因素才會造成消費者的滿意。

(四) 麥克里蘭(Mc Clelland)成就動機理論

麥克里蘭將人類的動機分為權力(Power)、感情(Affiliation)和成就(Achievement)三種，這些需求與艾德佛(Alderfer)或馬斯洛(Maslow)的分類有關聯，且每種需求對顧客的行為也有不同的影響。

一、權力的需求是指顧客想要控制他的周圍環境，包括對他人和各種事物的制。

二、感情的需求是指顧客的行為受到需要有朋友、歸屬的感覺及被接受的影響，具有高度感情需求的人，對於其他人的社會依賴程度高，他們會喜歡那些可以與他人一起消費，或降低寂寞感，或選擇那些可獲得朋友認同的產品或服務。

三、成就需求是指顧客如果是高成就動機的人，會把追求個人成就的過程當成一種目標，它與馬斯洛的自我實現需求和艾德佛的成長需求有很大的關係。

(五) 麥魁爾(Mc Gwire)的心理動機

麥魁爾的動機分類系統較馬斯洛的需求層次論要來得明確。他將人類的動機分為：內部或非社會動機；外部或社會動機兩類，如表 2-2 所示：

表 2-2

麥魁爾 (Mc Gwire) 的心理動機

內部或非社會動機

一致性： 內部平衡的需求。

原因： 決定何者導致事情發生的需求。

分類： 建立能夠提供架構或參考的分類之需求。

線索： 需要可觀察之線索或符號， 以利我們作推論。

獨立性： 自我主導控制的需求。

新奇性： 多樣差異性的需求。

外部或社會動機

自我表達： 自我表白的需求。

自我防衛： 自我保護的需求。

肯定： 增加自尊的需求。

增強性： 希望別人會獎賞的行為方式之需求。

親和性： 發展與他人互相滿足的關係之需求。

模範性： 以他人行為為基準之需求。

資料來源： 本研究整理

綜合上述，動機之所以產生是因為參與者具有需求，因此參加賽會之參與者需求能否獲得滿足將是參與者參加 100 年全中運的重要因素之一。

三、觀眾參與者的動機之相關研究

謝智謀 (1991) 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。

王居卿等人(2002)認為由許多的時正研究可以證實，人們參與活動是為滿足各種不同的參與動機，若能對不同動機的參與群體進行分類，作為活動地區的規劃與經營管理的依據，將更能直接滿足不同體驗之滿足的需要。

學習取向中的「獨立自主」「參與規劃」與「實務應用」對心理社會發展具有決定性的影響；了解參與動機能影響學習取向，所以參與動機與學習取向，同時影響了心理社會的發展，也就是會促進心理、生理上更加愉悅，其也顯示內在動機的重要性(鍾志強，2005)。

呂宛蓁(2006)研究觀眾的行為，研究發現大部分觀眾的感覺和行為，會因為(一)觀賞地點不同；(二)獨自觀賞或與家人朋友一起觀賞不同。蔡明達(1989)研究體育競賽活動觀賞行為。結果發現觀賞棒球比賽的觀賞者，自主性高，較愛戶外活動，對棒球涉獵較深，且以男性居多。Wenner(1989)研究體育運動電視節目觀賞動機，結果發現體育運動電視節目觀賞動機為：(一)喜愛隊伍或運動員比賽；(二)比賽緊張、刺激；(三)學習；(四)放鬆。二年後，Gantz and Wenner(1991)再探討男性與女性對體育運動電視節目觀賞動機的差異，結果研究發現，體育運動電視節目觀賞的動機是：(一)比賽緊張、刺激；(二)熱愛運動；(三)娛樂；(四)學習；(五)放鬆及(六)陪伴家人或朋友觀賞。鍾志強(1992)在「職業棒球現場觀眾俱樂部消費者行為」研究指出，現場觀眾最重視的是「社會價值取向」，最滿意部分為「球場看球氣氛」。Eillman, Bryant and Sapolsky(1979)表示運動員所展現特殊的天賦與技巧、觀眾支持的傾向、觀眾從比賽中獲得的樂

趣、球場的戲劇性、群體影響、比賽不確定性，是影響觀眾觀賞運動比賽動機的因素。Gantz(1981)則發現觀賞運動節目的現場觀眾有三個特殊動機：(一)觀看節目產生共鳴的參與感、(二)觀看節目感到不受約束的感覺、(三)透過自己可獲得有關球員及比賽相關資訊的樂趣。洪司桓(2003)認為運動觀賞動機和運動參與動機可相通解釋，並且認為動機會隨著各種情境與各種類型的運動而有所差別。

許樹淵(2003)認為影響參與者出席活動決策因素有下列五大類：(一)總體環境因素，如：社會力、政治力；(二)文化因素，如：次文化、社會階級；(三)社會因素，如：意見領袖；(四)心理因素，如：個性、態度；(五)個人因素，例如：經濟狀況、生活型態。陳肇芳(2007)指出參與者對運動需求動機越高，會強烈反應他們從媒體攝取相關資訊行為，且動機是決定運動消費者行為重要因素，參與者需有動機才會引發觀賞行為。王沛泳(2001)認為參與動機即是參與者進場看比賽的驅力，並且將參與者參與職棒觀賞動機歸納為媒體效應、娛樂性、球賽精彩。運動的參與動機，也會因為個人特質的不同而有所差別。Bernthal and Graham(2003)指出女性的觀賞動機偏向於社會理由，如陪同家人或朋友而去；男性則是出於觀看具有競爭激烈性質比賽要求。

Al-Thibiti(2004)表示動機使一個人支持球隊、對球隊產生忠誠度、讓觀賞者去購買支持對象的相關商品，或是觀看及參與運動活動的理由。Rim HJ(2005)發現影響日本現場觀眾看MLB的動機有對棒球的愛好、比賽水準及對於球員的喜愛，本研究將各學者對於運動賽會參與動機相關文獻彙整如表2-3所示：

表 2-3

運動賽會參與動機相關文獻彙整

學者	年份	參與動機之構面
何燕娟	2000	健康適能、成就動機、社會需求、壓力避免、知識需求等五個構面。
陳學綿	2001	社會需求、身心健康需求、知性需求、成就需求、愛與隸屬需求等五個構面。
楊書銘	2003	休閒娛樂、社會活動、身心健康、自我實現等四個構面。
林曉怡	2005	健康適能、成就需求、社會需求、刺激避免、技術需求等五個構面。
陳挺豪	2005	健康體適能、知性需求、社交參與、技能認知等四個構面。
陳建璋	2007	無動機、外在調節、內射調節、認同調節、內在動機等五個構面。
吳坤瑤	2009	增進身心健康、社會關係、自我實現等三個構面。
吳佩璟	2009	「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自我實現需求」等四個構面。

資料來源：本研究整理

根據以上有關參與動機之相關研究文獻得知，人們參與運動賽會的動機是多元而廣泛的，並且以學習者具有正向的樂趣及情感為主，因而促使他朝向目標的原動力。本研究的參與動機指的是參加全國中等學校運動會的參與者各種內、外在因素及其他參與運動賽會的原動力，並將 100 年全中運參與者的參與動機分成「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」等五個構面。

第二節 涉入程度之相關理論

一、 涉入定義

Sherif and Cantril (1947)在社會心理學的研究中，為了衡量個人的態度，根據社會判斷理論提出「涉入」的概念。Bavtor (1958)將涉入的觀念引進消費者行為理論中，Krugman (1965)將涉入的觀念應用於廣告學領域，以「低涉入」的概念來解釋電視廣告的效果，此一「低涉入」的概念，對以消費者行為理論為中心的行銷研究產生巨大影響（方怡堯，2002）。

Zaichkowsky (1985)的定義：「個人基於本身的需求、價值觀和興趣，而對某項事物所感覺到的攸關程度」，也就是說消費者對某一產品產生興趣的程度，所謂高涉入程度是指在購買決策的金錢付出、自我肯定、社會價值與創新程度都很高的情形，此時消費者有較高的風險，因此在購買決策中會有較多的注意力。Krugman (1967)將涉入定義為一種無法觀察的興趣狀態，來自於特殊的刺激情境或者兩者兼具。黃俊英、賴文彬（1990）指出涉入是以個人的認知狀態來定義的構念，具有兩大特性，分別為（一）個人內變異性（二）時間與空間的情境性。而林衢良（2003）指出涉入的本質在於消費者個人對其自身攸關性的知覺程度。

涉入的觀念運用層面很廣泛，使用在各領域中，但由於研究對象及目的之特殊性、個別差異，使得涉入的定義及衡量方式相當分歧，沒有一個完整且明確的定義，這也說明了涉入是一個多角度的觀念，茲各家學者對涉入的定義整理如下表2-4。

表 2-4

涉入的定義之整理

學者	年份	涉入之定義
Wright	2001	涉入是個人切身相關的程度，會影響消費者接收與處理訊。
Krugman	2001	注意個人的攸關或重要性程度及處理時的深度。
Bettman and Jacoby	2002	涉入是激發個人解決衍生問題的行為。
Charters and Pettigrew	2002	某一事件所引起的興趣程度。
Houston and Rothschild	2003	消費者對購買的個人關心程度。
林衢良	2003	涉入的本質在於消費者個人對其自身攸關性的知覺程度。 涉入是個人對於事件保持某一
陳薇先、邵于玲	2006	種程度的興趣與關心，而無須考慮特別的場。
陳弘慶	2007	當參與者對某一事件產生好奇或興趣時會對該事件產生關心或積極的行動。
吳佩璟	2009	個人基於本身的需求、價值觀和興趣而對某事物所感覺到攸關的程度。

資料來源：本研究整理

綜合上述研究可知，有關涉入的定義各家學者眾說紛

紘，Zaichkowsky (1985)對於涉入之定義其認為涉入可說是個人對標的物所感覺到的關心程度。而本研究之涉入程度是指參加 100 年全中運的參與者對參與 100 年全中運的投入程度。

二、涉入程度的理論

以涉入程度的理論來說，Houston and Rothschild (2003)認為可區分為情境涉入、持久涉入及反應涉入，茲說明如下：

(一) 情境涉入(Situation Involvement)：情境涉入的起因是外在的 Clarke and Belk (1978)，是指消費者在特定的情況下，對某一事物的短暫關注。所謂情境，根據 Clarke and Belk (1978)的定義，是指凡屬於特定的時間或地點，對進行中的行為造成可觀察而有系統的影響因素；而這些因素不是和個人內在條件或產品因素有關的。購買或使用產品時，個體所面對的社會心理環境因素，均可能是涉入的原因。

Zaichkowsky (1985)指涉入乃基於人固有需要，價值觀與興趣，對個體所產生相關程度的認知。

(二) 持久涉入(Enduring Involvement)：持久涉入的起因是源自於個人內在的，係指個人對某事物長久而深入的關注(Tyebjee,1979)。所謂「持久，是與特殊情況或是暫時性相對的，不會因情況不同而有所改變(黃俊英、賴文彬，1990)。而 Houston and Rothschild (2003)指出，持久涉入是個人對產品過去的經驗和相關價值共同作用的結果。持久涉入的起因有二，一是主觀價值系統，例如消費者的自我觀念、價值觀、個性、需求等。二是對事物的先前經驗，例如產品的經常使用者或是忠實顧客等，都可能會有較高的持久涉入；但消費者對一項產品具有持久涉入，不一定與購買或使用該產品有

關，主要是因為該產品能滿足消費者內在持續的需求（方怡堯，2002）。

（三）反應涉入(Response Involvement)：反應涉入是由情境涉入與持久涉入交互作用所產生的心理狀態，兩者的結合是一複雜狀況下的反應。

三、涉入程度的衡量

涉入是一抽象的中介變數，難以直接衡量，必須藉助其他變數加以推測。早期學者將涉入視為單構面的概念，僅就單一指標來考慮個體的程度，以認知、自我關聯或自我觀念單獨衡量個體的涉入程度。部分學者則認為單一的指標不足以描述或預測「涉入」(Laurent & Kapferer, 1985)，因為涉入的本質具有多元複雜的構面，有多種因素會影響涉入，因此涉入的衡量必須具備多面向的指標概念。

Zaichkowsky(1985)認為沒有一個個別測量變項可以充分的度量涉入的概念，必須建構一購買決策、產品決策與廣告決策之概化性量表，因此其利用影響消費者涉入的因素，包括個人、產品、情境因素，設計出 20 個語意差異兩極化的題目，遂發展成為個人涉入量表 PII。而 Mcquarrie and Munson (1987)則修改 PII 量表為 10 組衡量題目，8 組源自於 PII，2 組則是另外加上，提出了 RPII(Revised Personal Involvement Inventory)量表。

Major(1989) 也發展出衡量持久涉入的EI量表(Enduring Involvement)並以重要性、愉悅性、自我表現及中心性為構面，作為衡量持久涉入的方式。而以上各種衡量方式均屬於以社會心理涉入的觀點，來衡量消費者的涉入程度。

Kim,Scott and Crompton(1997) 則是以社會心理涉入層面及行為涉入層面來共同描述遊客之涉入程度，例如以重要性、愉悅價值、象徵價值及風險來衡量社會心理涉入，而以參與活動的天數及次數、擁有工具、參考書籍、夥伴人數及旅遊哩數來衡量行為涉入。

由於涉入是個人的內在心理狀態，屬於抽象的中介變數，無法直接加以觀察或衡量，因此必須由其他變數間接推測涉入程度，經由對涉入前因或後果來考慮影響消費者對產品之主觀認知的種種因素，加以衡量且了解消費者的涉入水準。李孟陵(2002)在涉入前因的研究方面，依研究重點的不同，對「涉入前因」所考量的構面也有不同的看法，一般來說可分成以下兩個層面：

(一) 單一構面

早期研究多以單一指標來衡量，例如以自我相關程度或有研究認為涉入的前因是以認知、規範重要性或自我觀念等單一構面來定義，但事實上這些構面的信度都不高，沒有一個單一指標足以描述、解釋或預測涉入的全貌，因此之後的學者大部分都以多重構面來解釋涉入。

(二) 多重構面

多重構面有兩個較常用的衡量方式分別為消費者涉入剖面(Consumer Involvement Profile；CIP)和個人涉入量表(Personal Involvement Inventory，PII)。

綜觀上述涉入程度之衡量可發現，一般而言都以社會心理涉入層面和行為涉入層面兩者為主要依據，前者主要是以心理層面的主觀知覺為依據，後者則是以實際行為測量方式。而不論是何種測量方式，大多以多面向的指標概念，來測量涉入程度的高低。

四、運動涉入程度相關研究

本研究整理出國內各學者針對運動涉入程度研究之相關文如下表 2-5 所示：

表 2-5

運動涉入程度研究之相關文獻整理。

研究者	題目	構面內容	研究結果
劉照金	大學生對全校	修改EI量	1.女性涉入程度高於
莊哲仁	運動會的認同	表單一構	男性
沈裕盛	取向、涉入程	面	2.二、三、四年級學
(2002)	度、外在影響		生涉入程度高於一
	程度及參與率		年級
	之研究		3.技術學院學生涉入
			程度高於科技大學
			4.日間部學生涉入程
			度高於進修部

(續下頁)

研究者	題目	構面內容	研究結果
林衢良 (2003)	大學生撞球參與者撞球場滿意度、涉入程度與忠誠度之關係研究	RPII 量表 單一構面 1. 高涉入 2. 低涉入	1. 滿意度各構面與涉入程度均達顯著正相關 2. 涉入程度與忠誠度達顯著正相關
賀力行 鍾政偉 陳桓敦 (2005)	應用冒險模型探討飛行傘活動參與者行為之研究	修改 E I 量表重要性愉悅與滿足自我個性表現生活型態中心	1. 風險認知與涉入程度呈現正相關 2. 社會特性與涉入程度呈現正相關 3. 隨著涉入程度的增加，參與活動頻率、年數、等級皆增加
陳薇先 邵于玲 (2006)	2004台北國際馬拉松參賽者涉入度、滿意度及再參加意願之研究	單一構面 1. 高涉入 2. 中涉入 3. 低涉入	1. 運動賽會參賽者的涉入程度與滿意度呈正相關 2. 涉入程度高者，在滿意度及再參加意願上較低 涉入者表現強烈 3. 涉入程度越高，其對滿意度之影響越大

(續下頁)

研究者	題目	構面內容	研究結果
陳弘慶 (2007)	2006年全國大專運動會參與者之涉入程度、體驗行銷、滿意度及忠誠度之相關實證研究	單一構面	1. 涉入程度越高其感受到的體驗行銷也越高 2. 涉入程度對滿意度之影響間接效果優於直接效果

資料來源：本研究整理

由以上運動相關研究結果發現，涉入程度與滿意度、忠誠度等皆有著密不可分的關係，國內有關運動的研究中，修改 CIP 量表作為衡量涉入程度之工具（王敦章，2005；陳彥豪，2004；謝學儀，2003），且經因素轉軸後多為單一構面。

根據以上有關涉入程度之相關研究文獻，本研究將 100 年全中運參與者的涉入程度分成「心理層面」、「行為層面」等兩個構面。

第三節 滿意度之相關理論

一、滿意度的定義

滿意度(satisfaction)是一個含糊且抽象的名詞，「滿意」含有兩種意義：（一）「滿意」是一種感覺或態度，是參與者活動過程的感覺或態度：高興的感覺或積極的態度是「滿意」；不高興的感覺或消極的態度是「不滿意」。（二）「滿意」是指願望或需求的達成，每個人在不同的生命週期有不同的學習需要或願望，假如個人達成這種需求或願望，個人則感到滿意，否則會感到不滿意而可能不再參加。「消費者」與「顧客」在詞意上，實有其雷同之處，很早便有學者提出顧客滿意度的

概念，並且對顧客滿意度進行研究，之後便有學者對此領域從事相關的研究，並提出相關理論（王沛泳，2001）。滿意是一個多面向的概念，休閒滿意度可視為一種個體，經由休閒活動期待而得到的正、反面的直接感受。

滿意度是指一個人所感覺的程度高低，係源自於對產品的功能性知覺以及對產品的期望兩者比較之後所形成Kotler (1998)。滿意度為可直接評估的整體感覺，消費者將服務與其理想標準做比較，進而形成滿意或不滿意的感覺Fornell (1992)。依辭海（1985）之解釋，「滿意」為一種主觀的感受或態度，是「心裏滿足、意願滿足」。所以「滿意度」是一種感覺或態度，是願望和需求的達成，亦具有與態度有關的認知的、情感的與行為的三種成份。滿意度(satisfaction)是參與者或使用者在參與或使用後，對特殊的經驗產生一種符合或超越個人某種期望的心理狀態或感覺(De Vellis,1991)。鍾志強（2005）認為滿意度是個體對實際表現與目標間差距的一種知覺。Major(1988)亦指出，滿意是指個人在獲得經驗之期望，以及他所感受到該經驗的實際結果之間的一致性，當所感受到的等於或超出所期望的，便覺得滿意；反之，則不滿意。所以，如果一個人對某事的學習感到滿意，則會增加其參與的熱誠和積極的態度，會更樂於參與學習。所以學習的滿意程度對一個人的學習，是很重要的。

陳巧穎（2007）在其研究中指出：賽會主辦單位應提供符合賽會參與者期望之服務，使其對於賽會感到滿意，並進而吸引更多參與者，實為重要課題。隨著時代的進步，運動賽會以顧客導向最為主軸，提供合乎民眾需求的活動策略，顧客對於任何產品都會有期望值與認知，當期望高於認知時，差異越

大，滿意度越低，反之則滿意度越高。而賽會參與者對於運動賽會的滿意度要求，乃由其運動參與過程、經驗與結果的感受。整體而言，運動項目的不同，各種運動項目對於運動賽會的需求及評價亦會不同，參與者對於主辦單位產生的期望，大多由主辦單位提供訊息或是依據以往參加的經驗來構成，當賽會參與者參與賽會活動後，會由一開始對主辦單位的期望即自身運動參與經驗來評價，其評價指標即為「滿意度」。

本研究茲將過去國內各學者針對滿意度研究之相關文獻彙整如表 2-6 所示：

表 2-6

滿意度定義相關文獻彙整表

學者	年份	滿意度之定義
Kramer	2001	滿意度是指一個人對產品功能性的知覺與個人對產品的期望兩者比較後所形成的感覺程度高低。
徐達光	2003	當消費者產生與期望一致的結果時，則感到滿意；產生正面不一致時，則有高度的滿意度；產生負面不一致則會導致不滿意。
蘇明政	2004	滿意度是指事前的投入與事後的獲得的一種比較行為。

(續下頁)

學者	年份	滿意度之定義
艾建宏	2005	顧客滿意度是一種事前期望與事後知覺績效的比較過程。
羅憲元	2006	不論是經由理性的功利或感性的享樂構面，都會激起消費產生正負的情感進而影響對滿意的評量。因此顧客滿意是一種情感性的情緒反應。
楊治賢	2007	隨著市場的激烈競爭以及消費者消費意識的提昇，「顧客滿意度」已經成為當今企業經營之一大利器。
吳佩環	2009	運動員滿意度可分為內、外兩個層面，強調對運動參與過程與結果的感受。

資料來源：本研究整理。

綜合以上文獻的推論，滿意度是一種多層面的建構，是個人對其從事環境中實際獲得的價值，與預期應獲得的價值之間的差距。因此，參與者的期望與實際的體驗間是否達到平衡，將最直接影響到其本身的滿意程度，本研究所指之滿意度，意指100年全中運參與者對於承辦單位所提供之各項服務（大會

形象、運動場設施賽程編排與進行、人員服務、整體滿意度...等)的滿意程度。

二、滿意度之相關理論

近期學者(Bitner, 1990; Folkes, 1984; Albrecht and Zemke, 1985; Oliver and Wayne, 1988)之研究又主張加入「公平」、「歸因」兩個要素,使得影響滿意度的因素增加為五項(方信淵, 1998),茲分述如下:

(一)期望(Expectation) :

所謂的期望,是顧客在消費或使用產品(服務)前對未知的產品(服務)心理所作的期待,如果得到的產品(服務)比預期的期望高,就會有較高的得分,反之如果比預期的期望低,就會得到較低的得分。這裡只說得分是因為並非只有這部份就代表了整體的滿意度。事實上,期望對整體的影響並不大,因為一般認為期望的影響力會在消費期間逐漸的降低,所以研究中強調的是期望對「不確定性」的影響(Albrecht and Zemke, 1985)。

(二)不確認性(Disconfirmation) :

顧客藉著將對產品(服務)的表現知覺與原先的期望做比較,即產生所謂的不確認性(Oliver, 1980)。不確認性的測量是以顧客的期望為基準,而不確認的影響則被認為將會影響顧客在消費過程中情感的經歷。因此,快樂的、正面的不確定性促成了滿意的判斷,而提昇了滿意度;相反的,沮喪、負面的不確定性則將會降低滿意度。

(三)表現(Performance) :

表現即是顧客在購買產品(服務)之後所感受到的評價。對滿意度而言,如果表現可以控制顧客的心理回應的方向,則

產品（服務）表現就對滿意度具有決定性的影響；許多對產品或服務滿意的研究調查中，也都證明了可能產生的影響 (Swan and Trawick, 1981; Swan, 1983)。看來表現與滿意度的關係似乎很合理，但由於缺乏客觀的衡量尺度，產品（服務）表現對顧客所可能造成的影響仍是不確定的 (Oliver & Desarbo, 1988)。

(四) 公平 (Equity) :

公平理論中指出，參與購買行為中的顧客，當自身的投入與產出成一定的比例時，就會因為受到公平的待遇而感到滿意；相反地，如果消費者感受到投入與產出不成比例時，則會感到不滿意。至於，如何衡量投入與產出的比例，卻是因人而異的，顧客會各自有一套自身投入與產出的判斷標準，也許因為環境、以往的經驗或是參考其他消費者而有所不同。舉例來說，顧客可能因為它的投入與產出的比例與其他的顧客不同而有不同的滿意程度，也可能因為相較於以往投入與產出的比例而導致不同的滿意程度。因此，當顧客感受到自己本身的投入與產出較其他顧客為多時，滿意程度就會提昇，相反地，當顧客本身所獲得的投資報酬率較差的時候，則滿意度自然會下降 (Jöreskog & Sorbom, 2000)。

(五) 歸因 (attribution) :

Folks在1984年曾經做過研究，他將消費行為分成「成功」與「失敗」兩個結果，研究中也依據三個方向來導出產生不同消費結果的原因 (Weiner, 1985) (一) 原因的位置 (內在或外在因素) (locus of causality); (二) 原因的穩定性與變動性 (經常性存在); (三) 可控制性。關於歸因的位置，分為內在與外在，內在所發生的原因可歸納為產品（服務）提供者的

能力或努力程度，而外在的發生原因則歸類為工作的困難度或顧客的運氣。研究指出，滿意的受試者對於外在歸因較頻繁 (Folkes, 1984；Oliver and Desarbo, 1988；Weiner, 1985)，也就是說，當顧客發生問題的原因歸類在外在因素時，滿意的程度較高；此外，顧客在選擇產品（服務）時，可能是因為銷售員與廣告的影響，也可能是由自己做決定；因為銷售員或廣告而消費者將會導致外在歸因，而由自己決定的則將會產生內在歸因。

Hurley and 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參與者滿意度的因果順序，認為應該先評估服務品質才會鑑定參與者滿意度。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。

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。

運動賽會之核心是競賽本身，因此就運動賽會觀賞滿意而言，在競賽場所體驗單一比賽的觀賞經驗，即為運動觀賞滿意之要素構，Matsuoka, Chelladurai and Harada (2003)指出球場體驗之滿意要素包括：球賽的精彩度、球場體驗，與球賽氣氛。

然而由於運動賽會觀賞的核心是比賽，因此球賽的精采度，包括對所支持球隊的表現滿意、對比賽輸贏的滿意、對整場比賽雙方攻守的滿意為研究中所探討的重點，結果證實以比賽表現為核心之滿意，對於觀眾再進場意願有顯著的解釋力，而其中以對所支持球隊的表現滿意最具有預測力。在國內研究方面，林千源、王忠茂（2005）針對興農牛球迷調查發現球隊的表現是現場觀賞球迷的滿意要素一。近幾年之研究很多是評估球場的硬體環境及賽會服務品質（洪司桓，2003；陳優華、簡彩完，2005），均強調球場的交通、舒適、場地設施、環境品質是球迷對於球賽滿意要素，並會影響到球迷的再購意願。

陳優華、簡彩完（2005）在中華職棒球迷的滿意度研究中指出，經由典型相關分析，球迷選擇支持球隊關鍵影響因素與球迷體驗滿意度之互動性之後，發現球迷選擇支持球隊關鍵影響因素愈有「重要他人」、「休閒活動與刺激避免」、「球團經營形象」、「拼勁與明星球員」、「戰績與教練團」與「球迷凝聚力與吉祥物」傾向者，在「停車與球場硬體設備」、「周邊商品」、「球場餐飲」、「購買球票與票價」、「交通與現場解說」與售票人員與剪票服務人員」的體驗滿意度皆是愈高可見球迷選擇支持球隊關鍵影響因素與體驗滿意度有顯著的互動關係。

Zhang, et al. (2001)研究指出，球賽除了比賽的核心外，還有娛樂價值的提供，如促銷活動、啦啦隊表演、現場音樂、表演活動等，都可提升比賽的附加價值。球賽的娛樂價值越高、賽場的氣氛越熱絡，比賽有更多與觀眾互動的活動，都是運動觀賞體驗的一部分，亦是增進滿意的要素。

三、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：參與者對賽會的績效高於期望，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，目的在衡量參與者的態度；參與者越喜歡某一賽會代表他對該賽會的滿意程度越高。

（五）情感尺度：仍在衡量參與者對賽會之情感面的反應，正面的情感反應，表示參與者對該賽會感到滿意；反之負面的情感反應，則表示不滿意。

綜觀上述文獻來看國內學者對於運動賽會之滿意度衡量構面均圍繞在大會形象、運動場設施、賽程編排與進行、人員服務與行政措施等。因此本研究針對上述文獻加以歸納整理出滿意度共包括：大會形象、運動場設施、賽程編排與進行、人員服務與行政措施等五個構面。

第參章 研究方法

本章之目的在於說明研究的設計與實施，共分成五部分。分別為第一節：研究架構；第二節：研究工具及信效度考驗；第三節：研究對象；第四節：研究流程；第五節：資料分析方法。

第一節 研究架構

本研究旨是以瞭解100年全中運參與者對於參與動機、涉入程度、滿意度之研究，根據研究目的與文獻探討，本研究選擇透過人口統計變項、參與動機、涉入程度、滿意度等構面，藉此探討100年全中運參與者對於參與動機、涉入程度、滿意度之研究，並試圖了解參與動機、涉入程度、滿意度之間所產生之影響為何，並提出具體的研究架構如下：

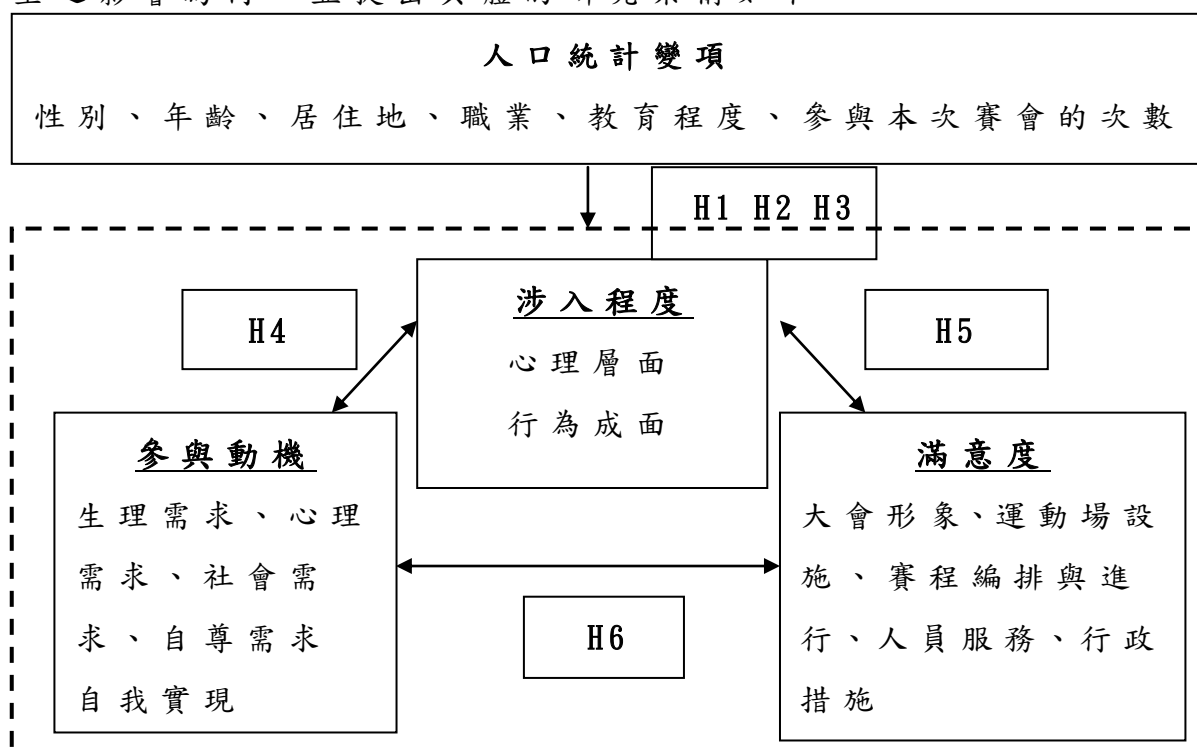


圖 3-1 研究架構

第二節 研究工具及信效度考驗

本研究參考前述相關文獻後，以自編製之【100年全中運參與者對於參與動機、涉入程度、滿意度之研究問卷調查表】作為研究工具。計分方式採 Likert 五點尺度量表，每題從「非常同意」到「非常不同意」，「非常滿意」到「非常不滿意」，各區分為五點區隔，分別給予 5~1 分。

一、問卷編製

問卷內容分為四個部份，共 61 題（詳見附錄 A）。第一部份為填答者基本資料，第二部份為參與動機、第三部份為涉入程度、第四部份為滿意度。

（一）基本資料

本研究主要的基本資料問題包含性別、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身份、參與本項賽會的次數等七個方向設計出七題與本研究相關之題項。

（二）參與動機量表

本研究之參與動機量表主要是參考林曉怡（2005）「台南市國小游泳團隊學童運動參與動機與社會支持之研究」之運動參與動機量表，其總量表之 α 係數達 0.86 以上，累積解釋變異量為 56.18%；陳建瑋（2007）「休閒網球運動者目標取向、運動動機與運動依賴之相關研究」，其累積解釋變異量為 71.86%，各分量表之 α 值介於 0.7 ~ 0.93 之間，因此表示本研究所參考的量表皆有不錯之信、效度。

本研究測試 100 年全國中等學校運動會參與者對於參賽動機量表，主要在測試受試者之全中運參賽動機，並分為「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」等五個構面。

(三) 涉入程度量表

本研究涉入程度衡量表參考陳弘慶(2007)「全國大專運動會參與者涉入程度表」其 α 係數達0.77;賴昇宏(2005)「大專籃球聯賽現場觀眾涉入程度量表」其 α 係數達0.95、累積解釋變異量達73.46%;陳彥豪(2004)「職棒球迷涉入程度量表」其各構面之 α 係數皆 >0.7 、累積解釋變異量達58.21%，因此本研究所參考的量表皆具有不錯的信、效度。

本研究參考以上之量表再挑選合適之題項，編制成適合100年全國中等學校運動會參與者對於涉入程度量表，並分為「心理」與「行為」層面，其主要在測試受試者之100年全國中等學校運動會參與者之涉入程度，總得分愈高者，表示其涉入程度愈高。

(四) 滿意度量表

本研究參與滿意度量表部分，參考林衢良(2003)「大學生撞球參與者撞球場館滿意度、涉入程度與忠誠度之關係研究量表」其 α 係數達0.93、累積解釋變異量達53.64%;倪玉珊(2006)「全國青年盃木球錦標賽參賽選手滿意度量表」其 α 係數達0.94;陳弘慶(2007)「2006全國大專運動會參與者滿意度量表」其 α 係數達0.84，本研究所參考之量表 α 值皆達0.8以上，故信度達可靠性。本研究參考以上量表設計與本研究相關之題項，並分成「大會形象」、「運動設施」、「賽程編排與進行」、「人員服務」與「行政措施」等五個構面。其總得分愈高者，表示參與者對於運動賽會之滿意度愈高。

二、量表建構流程

本研究依循吳明隆、涂金堂(2007)在SPSS與統計應用分析一書中，針對量表建構方式建構量表，並將100年全國中

等學校運動會參與者對於參與動機、涉入程度、滿意度量表建構之流程彙整如圖 3-2 所示。

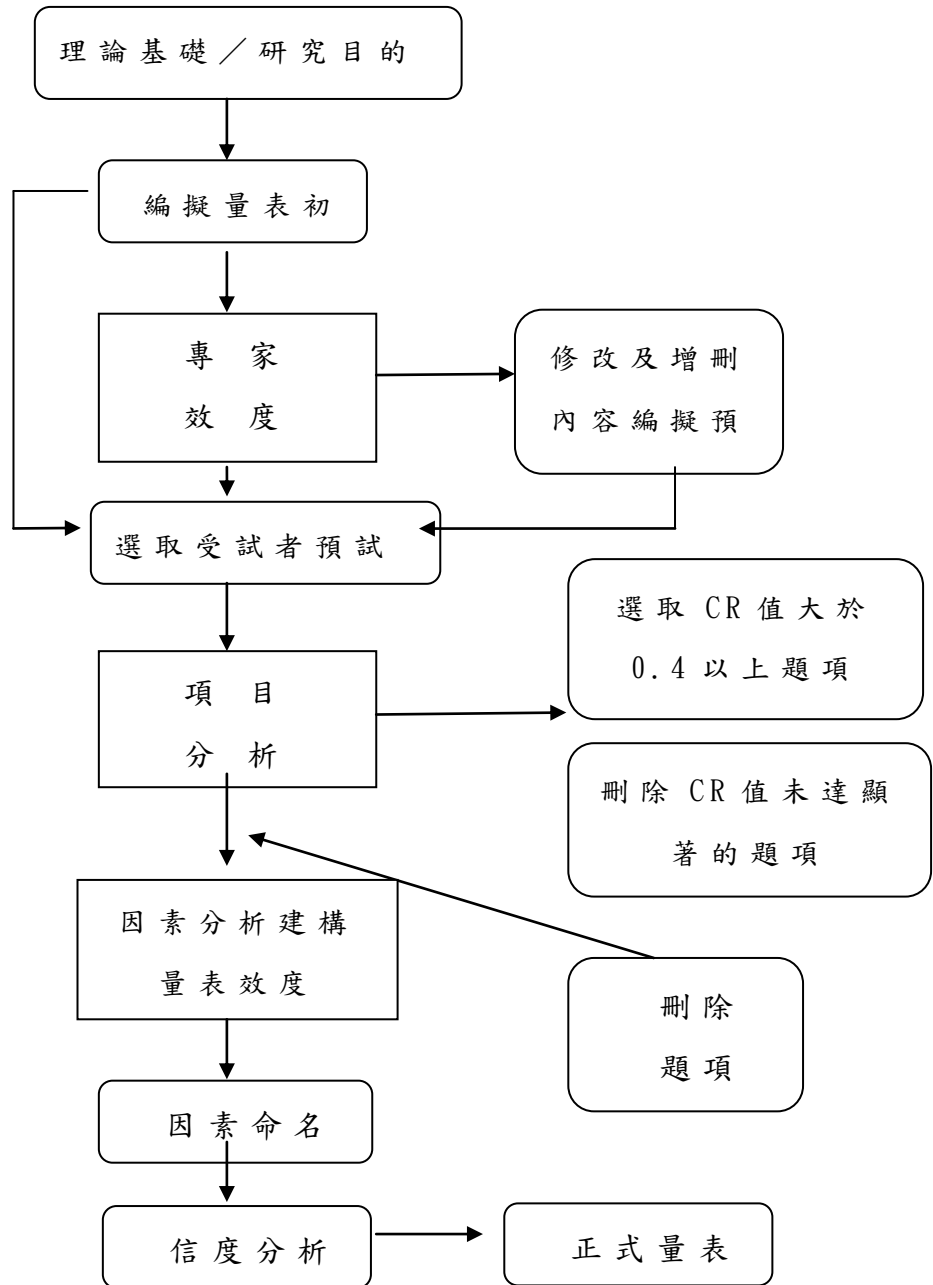


圖 3-2 量表建構流程圖

三、預試問卷信效度考驗

本研究於2011年3月17~19日進行預試問卷的施測，受測對象為2011年港都盃全國中等學校田徑錦標賽現場參與者，以隨機抽樣方式發放，共發放270份預試問卷，經回收後，總計回收260份，再經無效問卷剔除後，抽取254份問卷作為預試問卷分析依據，本研究預試問卷有效回收率達94.07%。

(一) 項目分析

本研究之項目分析採內部一致性效標分析法，指將預試樣本在該量表總分的高低，取極端的27%為高低二組，來進行比較。決斷值(Critical Ratio,CR)達顯著水準者，即表示該題項能鑑別不同受試者的反應程度。接著施以獨立樣本T檢定，看高低分組在每題項差異，若達顯著水準(顯著性 $<.05$)，題項保留；反之，則刪除(吳明隆、涂金堂，2007)。本研究之項目分析結果詳見表3-1、3-2、3-3。由上各表各題項之決斷值及與量表總分之相關程度，皆達顯著水準。因此題項皆保留，故正式量表之題項為：參賽動機量表23題、涉入程度量表9題、滿意度量表22題，再加上基本資料7題，共61題。

表 3-1

參與動機量表項目分析結果摘要表

量表名稱	題號	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定		
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)
	1	26.781	.000	19.387	69.000	.000
	2	30.592	.000	19.306	69.000	.000
	3	34.347	.000	19.099	69.000	.000
	4	115.88	.000	14.304	69.000	.000
	5	79.111	.000	15.539	69.000	.000
	6	43.851	.000	20.106	69.000	.000
	7	48.755	.000	19.419	82.677	.000
	8	153.85	.000	25.248	72.243	.000
	9	98.005	.000	22.557	86.746	.000
	10	30.899	.000	23.734	94.753	.000
	11	52.308	.000	18.227	71.218	.000
參賽動機	12	117.99	.000	23.015	69.000	.000
量表	13	55.996	.000	19.306	69.000	.000
	14	25.704	.000	25.377	69.000	.000
	15	32.000	.000	25.967	69.000	.000
	16	54.777	.000	18.883	69.000	.000
	17	44.557	.000	17.982	69.000	.000
	18	87.019	.000	17.903	69.000	.000
	19	49.895	.000	18.913	69.000	.000
	20	84.838	.000	16.922	69.000	.000

(續下頁)

量表名稱	題號	變異數相等的 Levene 檢定			平均數相等的 t 檢定	
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)
	21	19.215	.000	22.853	69.000	.000
	22	16.501	.000	25.919	69.000	.000
	23	68.687	.000	17.835	69.000	.000

資料來源：本研究整理。

表 3-2

涉入程度量表項目分析結果摘要表

量表名稱	題號	變異數相等的 Levene 檢定			平均數相等的 t 檢定	
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)
涉入程度 量表	1	3.488	.063	33.259	121.641	.000
	2	11.21	.001	18.380	164.367	.000
	3	14.07	.000	11.242	114.636	.000
	4	10.44	.001	18.645	168.596	.000
	5	48.47	.000	21.550	187.271	.000
	6	.55	.456	15.918	158.653	.000
	7	3.95	.048	19.146	169.063	.000
	8	9.29	.003	12.739	141.113	.000
	9	14.83	.000	10.445	120.937	.000

資料來源：本研究整理。

表 3-3

滿意度量表項目分析結果摘要表

量表名稱	題號	變異數相等的 Levene 檢定			平均數相等的 t 檢定	
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)
	1	25.17	.000	19.99	175.26	.000
	2	39.47	.000	19.31	170.68	.000
	3	220.45	.000	22.21	120.54	.000
	4	342.36	.000	24.60	118.81	.000
	5	138.75	.000	20.95	136.83	.000
	6	169.26	.000	23.97	145.00	.000
	7	144.54	.000	21.96	137.93	.000
	8	416.85	.000	26.62	122.21	.000
	9	214.76	.000	19.95	104.93	.000
	10	145.85	.000	17.86	106.72	.000
滿意度	11	292.61	.000	23.17	108.05	.000
量表	12	292.51	.000	23.12	116.89	.000
	13	44.70	.000	24.37	126.54	.000
	14	55.92	.000	33.66	90.00	.000
	15	21.16	.000	20.32	119.28	.000
	16	213.10	.000	27.71	90.00	.000

(續下頁)

量表名稱	題號	變異數相等的 Levene 檢定			平均數相等的 t 檢定	
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)
	17	55.92	.000	33.66	90.00	.000
	18	750.70	.000	25.35	97.86	.000
	19	231.72	.000	21.72	107.61	.000
	20	253.44	.000	24.37	116.59	.000
	21	507.33	.000	25.17	114.34	.000
	22	214.29	.000	23.35	114.67	.000

資料來源：本研究整理。

(二) 信、效度分析

本問卷效度以因素分析進行效度考驗，首先進行量表 KMO 與 Bartlett 檢定，以瞭解因素分析的合適性。KMO 為 Kaiser-Meyer-Olkin 的取樣適當性量表，當 KMO 值越大時，表示變項間共同因素越多，越適合進行因素分析。且若 Bartlett 球形檢定的 χ^2 值達顯者，則表示量表的母體相關矩陣間有共同因素存在，適合進行因素分析。本量表之建構效度將運用探索性因素分析方法，以驗證量表之建構效度。運用 SPSS for Windows 12.0 版中之主成分分析，將量表中題項投入分析後，取特徵值最大的因素，經由直交轉軸法轉軸後，在因素構面中選取因素負荷量大於 0.3 之題項。

本問卷採 Crobach α 內部一致性係數，來檢定本問卷的信度，而信度分析 (reliability analysis) 之標準，根據吳明隆、涂金堂 (2007) 指出的信度評估標準：總量表 Crobach α 值大於 0.8 以上及分量表大於 0.7 以上為較佳，本研究以此做為量表的信度篩選標準。

一、參與動機量表

參與動機量表之KMO值取樣適切性係數為0.888，表示變項間有共同因素存在，適合進行因素分析。且從Bartlett球形檢定的 χ^2 值為11544.322（自由度為253）達顯者，其拒絕虛無假設，表示參與動機量表的母體相關矩陣間有共同因素存在，適合進行因素分析。透過因素分析結果，參與動機量表共獲得五個因素構面，並命名為：「生理需求」、「心理實現」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」。五個因素的累積解釋變異量為90.914%。累積解釋變異量在百分之六十以上，顯示探索性因素分析結果良好，如表3-4所示。

有關參與動機各構面量表之 α 值如表3-5所示，在「生理需求」方面，其 α 值為0.980；在「心理實現」方面，其 α 值為0.948；在「社會需求」方面，其 α 值為0.937；在「自尊需求」方面，其 α 值為0.949；在「自我實現需求」方面，其 α 值為0.955。而整體量表的 α 值為0.983，顯示各分量表與整體量表均有極佳的內部一致性。

表 3-4

參與動機量表因素分析結果摘要表

題 號	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五
2	0.847				
3	0.826				
1	0.818				
4	0.763				
7		0.867			
10		0.852			
9		0.840			
8		0.837			
5		0.801			
6		0.740			
11		0.691			
13			0.669		
12			0.530		
15			0.686		
14			0.635		
18				0.798	
16				0.600	
17				0.569	

(續 下 頁)

題 號	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五
23					0.805
19					0.786
20					0.679
21					0.685
22					0.581
特徵值	6.063	5.777	3.394	2.940	1.736
解釋變異量	26.36%	25.11%	14.75%	12.78%	7.54%
累積解釋變異量	26.36%	51.47%	74.92%	87.71%	90.91%

資料來源：本研究整理。

表 3-5

參與動機量表之內部一致性分析結果摘要表

構面名稱	題 號	題 數	Cronbach α 值
生 理 需 求	1,2,3,4	4	0.980
心 理 需 求	5,6,7,8,9,10,11	7	0.948
社 會 需 求	12,13,14,15	4	0.937
自 尊 需 求	16,17,18	3	0.949
自我實現需求	19,20,21,22,23	5	0.955
整體量表	23		0.983

資料來源：本研究整理。

二、涉入程度量表

涉入程度量表之KMO值取樣適切性係數為0.854，表示變項間有共同因素存在，適合進行因素分析。且從Bartlett球形檢定的 χ^2 值為2054.152（自由度為36）達顯者，其拒絕虛無假

設，表示涉入程度量表的母體相關矩陣間有共同因素存在，適合進行因素分析。透過因素分析結果，涉入程度量表共獲得二個因素構面，並命名為：「生理層面」、「行為成面」。二個因素的累積解釋變異量為77.663%。累積解釋變異量在百分之六十以上，顯示探索性因素分析結果良好，如表3-6所示。

有關涉入程度各構面量表之 α 值如表3-7所示，在「生理層面」方面，其 α 值為0.873；在「行為成面」方面，其 α 值為0.905。而整體量表的 α 值為0.926顯示各分量表與整體量表均有極佳的內部一致性。

表3-6

涉入程度量表因素分析結果摘要表

題號	因素一	因素二
2	0.894	
3	0.815	
1	0.754	
6		0.871
7		0.834
4		0.831
8		0.814
9		0.779
5		0.738
特徵值	3.726	3.264
解釋變異量	41.397%	36.266%
累積解釋變異量	41.397%	77.663%

資料來源：本研究整理。

表 3-7

涉入程度量表之內部一致性分析結果摘要表

構面名稱	題 號	題 數	Cronbach α 值
心 理 層 面	1,2,3	3	0.876
行 為 層 面	4,5,6,7,8,9	6	0.905
	整 體 量 表	9	0.926

資料來源：本研究整理。

三、滿意度量表

滿意度量表之KMO值取樣適切性係數為0.848，表示變項間有共同因素存在，適合進行因素分析。且從Bartlett球形檢定的 χ^2 值為10468.839（自由度為231）達顯者，其拒絕虛無假設，表示滿意度量表的母體相關矩陣間有共同因素存在，適合進行因素分析。透過因素分析結果，滿意度量表共獲得五個因素構面，並命名為：「大會形象」、「運動場設施」、「賽會編排與進行」、「人員服務」、「行政措施」。五個因素的累積解釋變異量為90.499%。累積解釋變異量在百分之六十以上，顯示探索性因素分析結果良好，如表3-8所示。

有關滿意度各構面量表之 α 值如表3-9所示，在「大會形象」方面，其 α 值為0.968；在「運動場設施」方面，其 α 值為0.945；在「賽會編排與進行」方面，其 α 值為0.913；在「人員服務」方面，其 α 值為0.916；在「行政措施」方面，其 α 值為0.955。而整體量表的 α 值為0.980顯示各分量表與整體量表均有極佳的內部一致性。

表 3-8

滿意度量表因素分析結果摘要表

題 號	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五
1	0.873				
2	0.828				
4	0.784				
3	0.784				
6	0.756				
5	0.754				
10		0.787			
9		0.732			
7		0.727			
8		0.701			
14			0.807		
11			0.708		
13			0.674		
12			0.625		
17				0.835	
16				0.796	
15				0.786	
18				0.768	
21					0.824
20					0.822
19					0.776
22					0.763

(續下頁)

題 號	因素一	因素二	因素三	因素四	因素五
特徵值	6.558	4.648	4.531	3.505	1.668
解釋變異量	29.80%	21.12%	20.59%	15.93%	7.58%
累積解釋變異量	29.80%	50.93%	71.53%	87.46%	90.449%

資料來源：本研究整理。

表 3-9

滿意度量表之內部一致性分析結果摘要表

構面名稱	題 號	題 數	Cronbach α 值
大會形象	1,2,3,4,5,6	6	0.968
運動場設施	7,8,9,10	4	0.945
賽程編排與進行	12,13,14,15	4	0.913
人員服務	16,17,18,19	4	0.916
行政措施	20,21,22,23	4	0.955
	整體量表	22	0.980

資料來源：本研究整理。

第三節 研究對象

本研究主要是探討 100 年全中運參與者對於參與動機、涉入程度、滿意度之研究，研究對象為 100 年全中運比賽會場之參與者為問卷施測對象，以便利抽樣的方式來資料蒐集，施測時間於 100 年全中運賽會時間 4 月 23 至 4 月 26 日，共計發放 530 份問卷，回收、剔除無效問卷 36 份後，得有效問卷 494 份，有效回收率達 98.7%。

第四節 研究流程

本研究根據研究動機及目的，建構出研究流程，並將研究步驟詳述如下（圖3-3）。

一、確立研究主題與範圍

確立本研究主題的動機、目的及研究範圍，以作為進行研究的目標。

二、資料搜集與文獻探討

根據研究的主題與範圍，收集過去相關的文獻進行文獻探討，了解各學者對於參與動機、涉入程度及滿意度之影響等相關研究。

三、建立研究架構

透過相關文獻的探討，提出本研究的研究架構。

四、問卷設計

本研究問卷係針對參與100年全中運比賽會場參與者進行調查。問卷的設計係依據研究架構、文獻探討及學者意見後，分析整理而成。

五、問卷修改與預試

將問卷初稿與專家進行討論後，去除不必要之題項並修改有問題之題項，再進行問卷預試，再進行統計資料分析，完成正式問卷。

六、問卷回收與資料統計分析

進行問卷之發放、回收與篩選工作，以區分出有效／無效問卷，再將回收整理後之問卷編碼後輸入電腦，以統計軟體進行量化資料獲得分析。

七、探討研究假設與研究結果是否相同

針對研究及統計資料整合分析結果作出解釋。並與本研究

之研究假設進行比對，以了解本次研究結果情形是否與假設相符合。

八、研究結論與建議

除本研究之結論外，並提出本研究之研究限制及未來從事相關研究建議。

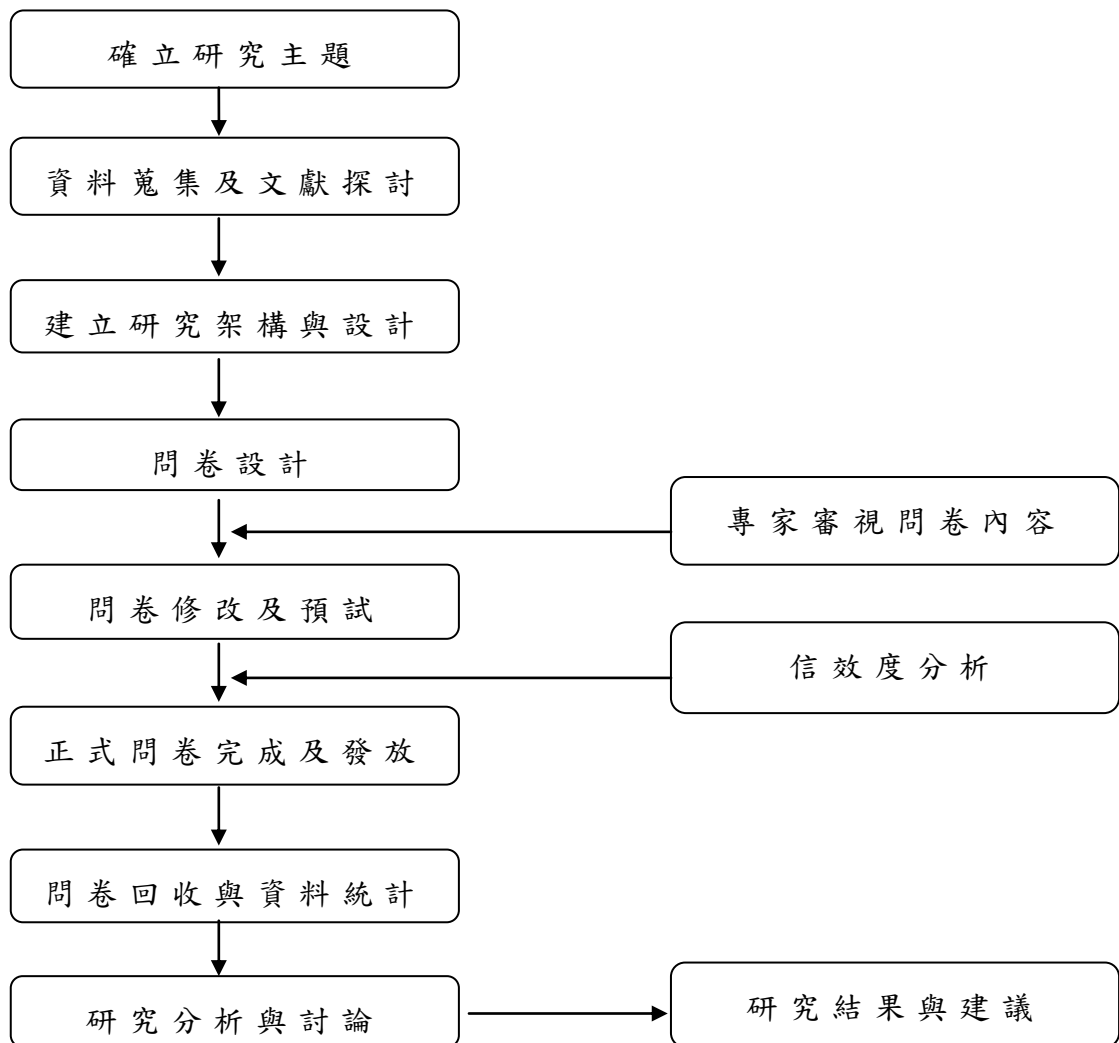


圖 3-3 研究流程

第五節 資料分析方法

本研究根據研究目的與研究假設檢定之需要，以 SPSS12.0 for Windows 中文版進行統計分析。本研究所有顯著性考驗皆以 $\alpha=.05$ 為顯著水準，並採用下列統計方法：

一、描述性統計 (Descriptive analysis)

對各個變數或因素採用敘述性統計之方式，以說明各個變數及因素之平均數、標準差、百分比。

二、項目分析 (Item analysis)

項目分析主要目的是在針對預試題目進行適切性的評估。採內部一致性效標法進行篩選。內部一致性效標法是將所有受試在預試量表的得分總和依高低分排序，然後由最高分之上下 25% 至 33% 為高分組，由最低分之上下 25% 至 33% 為低分組，並以取上下 27% 為最合適之分組 (吳明隆、涂金堂，2007)。故本研究以最高分處向下取總人數得 27% 為高分組，從最低分處向上取 27% 為低分組，依臨界分數將觀察值分為高低二組，再以獨立樣本 t-test 考驗高低二組在每個題項之差異，將 t 考驗結果未達顯著性的題項刪除或刪除 t 值較低的題項，並以同質性考驗法進行分析，態度量表之題項之間應具有高度相關，每個題項與量表總分也應有高度相關 (此相關為積差相關係數)，題目與總量表相關 (Item-total correlation) 最好在 .30 以上，且達顯著水準 (吳明隆、涂金堂，2007)。

三、探索性因素分析法 (Factor analysis)

目的在於求得量表的「建構效度」，本研究採用主成份分析法及最大變異數旋轉法萃取主要之因素構面。共同因素的構面則依 Kaiser(1974)選取較高之標準，取特徵值(eigenvalue)大於1、因素負荷量(factor loading)大於0.5 之因素，KMO 值.70 以上為佳。

四、信度分析 (Reliability analysis)

以 Cronbach's α 值係數來檢定各構面衡量題項的內部一致性。 α 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。De Vellis(1991)指出 Cronbach's α 值之取捨標準，應以高於 0.7 者為佳，若低於 0.35 者必須予以拒絕（曾麗娟，2001）。

五、獨立樣本 t 檢定 (t-test)

用以檢定不同性別 100 年全中運參與者在參與動機、涉入程度、滿意度之差異情形。

六、單因子變異數分析 (One Way ANOVA)

用以檢定 100 年全中運參與者之人口統計變項(除性別外)在參與動機、涉入程度及滿意度之差異情形。

七、雪費法 (Scheffe's) 事後檢定

當整體差異達到顯著水準時，於變異數分析後，進一步檢定各變數組間之差異。

八、皮爾森積差相關

檢測 100 年全中運參與者，參與動機與涉入程度、涉入程度與滿意度、參賽動機與滿意度之相關。

第肆章 結果與討論

本研究根據第三章之預試量表之效度、信度與修正後完成之正式量表進行正式問卷發放，並依據第三章所描述之抽樣方法和統計分析方法，利用實證方式探討參與動機、涉入程度與滿意度間的關係。本章節之結果共分為五節加以探討及討論，分別為：一、100年全中運參與者樣本分佈情形；二、100年全中運參與者對參與動機、涉入程度與滿意度之現況；三、100年全中運參與動機、涉入程度與滿意度在不同人口統計變項之差異性分析；四、100年全中運參與動機、涉入程度與滿意度間相關分析；五、討論。

第一節 100年全中運參與者樣本分佈情形

將研究問卷受訪樣本之人口統計變項分佈情形整理如表4-1所示，其結果分析與討論之內容如下：

一、性別：

受訪者性別部份，男性人數稍多於女性人數，男性267名(54%)，女性227名(46%)。

二、年齡：

受訪者年齡部分以17~21歲居多共186名(37.7%)，其次依序為：12~16歲128名(25.9%)、32~36歲82名(16.6%)、22~26歲73名(14.8%)、27~31歲17名(3.4%)、37~41歲8名(1.6%)。

三、教育程度：

受訪者教育程度部分以高中(職)居多共190名(38.5%)，其次依序為：大學131名(26.5%)、國中(含)以下117名(23.7%)、研究所以上37名(7.5%)、專科19名(3.8%)。

四、職業狀況：

受訪者職業狀況部分以學生居多387名(78.3%)，其次依序為：軍公教55名(11.1%)、工商業48名(9.7%)、服務業4名(0.8%)。

五、居住地：

受訪者居住地部分以中部居多226名(45.7%)，其次依序為：北部176名(35.6%)、南部49名(9.9%)、東部43名(8.7%)。

六、參與者身分：

受訪者參與者身分以選手居多232名(47.0%)，其次依序為：隊職員101名(20.4%)、一般觀眾58名(11.7%)、親屬52名(10.5%)、工作人員51名(10.3%)。

七、第幾次參與全中運：

受訪者參與全中運次數以第四次以上者居多262名(53.0%)，其次依序為：第二次者127名(25.7%)、第一次者76名(15.4%)、第三次者29名(5.9%)。

表 4-1

人口統計變項統計表

背景變項	類別	樣本人數	百分比
性別	(1) 男	267	54.0
	(2) 女	227	46.0
年齡	(1) 12~16歲	128	25.6
	(2) 17~21歲	186	37.7
	(3) 22~26歲	73	14.8
	(4) 27~31歲	17	3.4
	(5) 32~36歲	82	16.6
	(6) 37~41歲	8	1.6
教育程度	(1) 國中(含)以下	117	23.7
	(2) 高中(職)	190	38.5
	(3) 專科	19	3.8
	(4) 大學	131	26.5
	(5) 研究所以上	37	7.5
職業狀況	(1) 學生	378	78.3
	(2) 軍公教	55	11.1
	(3) 工商業	48	9.7
	(4) 服務業	4	0.8
居住地	(1) 北部	176	35.6
	(2) 中部	226	45.7
	(3) 南部	49	9.9
	(4) 東部	43	8.7

(續下頁)

背景變項	類別	樣本人數	百分比
參與者身份	選手	232	47.0
	隊職員	101	20.4
	親屬	52	10.5
	工作人員	51	10.3
	一般觀眾	58	11.7
第幾次參與 全中運	(1) 第一次	76	15.4
	(2) 第二次	127	25.7
	(3) 第三次	29	5.9
	(4) 第四次以上	262	53.0

資料來源：本研究整理。

第二節 100年全中運參與者對參與動機、涉入程度與滿意度現況分析

本節將針對100年全中運494位參與者為研究對象，分析各變項的平均數與標準差之分佈情形，以瞭解樣本在各相關變項的分布與反應情形。

一、參與動機

100年全中運494位參與者之參與動機各題項實際的觀點介於「同意」與「非常同意」之間，各題項之平均數與標準差如表4-2，前三名分別為「可以讓我獲得成就感」(M=4.27，SD=0.832)、「可以讓我更了解運動競賽制度」(M=4.25，SD=0.844)、「可以讓我學習到更多運動技能」(M=4.25，SD=0.867)。

表 4-2

參與動機各題項平均數和標準差

題號	問 題	排名	平均數	標準差
16	可以讓我獲得成就感	1	4.27	0.832
21	可以讓我更了解運動競賽制度	2	4.25	0.844
19	可以讓我學習到更多運動技能	2	4.25	0.867
4	可以增加自己的應變能力	4	4.24	0.819
20	可以讓我展現自我的運動潛能	5	4.22	0.808
17	可以得到別人的稱讚	6	4.20	0.875
23	可以讓我實現自我目標與理想	6	4.20	0.859
18	可以讓我更有信心	8	4.19	0.802
6	可以享受運動本身的樂趣	9	4.17	0.808
15	可以讓我增廣見聞增進社會經驗	9	4.17	0.865
3	可以培養肢體運用能力	11	4.16	0.830
5	可以參與全中運而感到愉快	12	4.15	0.909
11	喜歡參賽選手的拼勁與團隊合作的精神	13	4.14	0.993

(續下頁)

題號	問題	排名	平均數	標準差
13	可以得到別人的重視	14	4.13	0.893
14	可以學會與別人溝通	15	4.10	0.863
2	可以使我更健康	16	4.09	0.882
1	可以讓我增進體能	17	4.07	0.920
22	可以培養終身運動習慣	18	4.05	0.860
8	喜歡比賽熱鬧的加油氣氛	19	4.00	0.990
12	可以讓我增進人際關係	20	3.93	1.052
7	對於比賽感到好奇	21	3.91	0.991
10	喜歡比賽結果的不確定性	22	3.83	0.975
9	可以紓解課業及生活壓力	23	3.77	1.047

資料來源：本研究整理。

100年全中運494位參與者之參與動機各構面實際的觀點介於「普通」與「非常同意」之間，各構面之平均數與標準差如下：「自尊需求」(M=4.22, SD=0.791)、「自我實現需求」(M=4.19, SD=0.744)、「生理需求」(M=4.13, SD=0.794)、「社會需求」(M=4.08, SD=0.813)、「心理需求」(M=3.99, SD=0.789)而整體參與動機之平均值為4.107標準差為0.706，有關參與動機各構面平均值與標準差如表4-3說明。

表 4-3

參與動機各構面平均數和標準差

構 面	排 序	平均數	標 準 差
自 尊 需 求	1	4.22	0.791
自 我 實 現	2	4.19	0.744
生 理 需 求	3	4.13	0.794
社 會 需 求	4	4.08	0.813
心 理 需 求	5	3.99	0.789
參 與 動 機		4.10	0.706

資料來源：本研究整理。

二、涉入程度

100年全中運494位參與者之涉入程度各題項實際的觀點介於「普通」與「非常同意」之間，各題項之平均數與標準差如表4-4，前三名分別為「本次全中運的經驗是非常愉快的」(M=4.17, SD=0.804)、「非常重視參與這次全中運的機會」(M=4.06, SD=0.854)、「會關心全中運相關報導與資訊」(M=3.91, SD=0.812)。

表 4-4

涉入程度各題項平均數和標準差

題號	問 題	排名	平均數	標準差
25	本次全中運的經驗是非常愉快的	1	4.17	0.804
24	非常重視參與這次全中運的機會	2	4.06	0.854
27	會關心全中運相關報導與資訊	3	3.91	0.812
31	會花許多時間安排要觀看的賽程	4	3.89	0.848
26	沒有想觀看的比賽還是會到比賽 會場觀看比賽	5	3.88	0.724
32	觀看比賽中我會分析比賽內容	6	3.87	0.849
28	本次全中運之吉祥物非常瞭解與 熟悉	7	3.71	0.768
29	本次全中運之標語 (SLOGAN) 非常瞭與熟悉	8	3.57	0.799
30	本次全中運之標語 (LOGO) 非常 瞭與熟悉	8	3.57	0.778

資料來源：本研究整理。

100年全中運494位參與者之涉入程度各構面實際的觀點介於「普通」與「非常同意」之間，各構面之平均數與標準差如下：「心理層面」(M=4.04, SD=0.670)、「行為層面」(M=3.75, SD=0.604)而整體涉入程度之平均值為3.85標準差為0.652，有關涉入程度各構面平均值與標準差如表4-5說明。

表 4-5

涉入程度各構面平均數和標準差

構面	排序	平均數	標準差
心理層面	1	4.04	0.670
行為層面	2	3.75	0.604
涉入程度		3.85	0.652

資料來源：本研究整理。

三、滿意度

100年全中運494位參與者之滿意度各題項實際的觀點介於「普通」與「同意」之間，各題項之平均數與標準差如表4-6，前三名分別為「全中運各服務處之規劃」(M=3.76, SD=0.708)、「全中運決賽時間安排」(M=3.75, SD=0.706)、「全中運整體賽程進行的流暢性」(M=3.75, SD=0.726)。

表 4-6

滿意度各題項平均數和標準差

題號	問題	排名	平均數	標準差
48	全中運各服務處之規劃	1	3.76	0.708
44	全中運決賽時間安排	2	3.75	0.706
45	全中運整體賽程進行的流暢性	2	3.75	0.726
47	全中運各服務人員的態度	4	3.73	0.685
38	全中運舉辦之整體印象	5	3.71	0.782
39	全中運各場地配置位置	6	3.70	0.749

(續下頁)

題號	問題	排名	平均數	標準差
52	全中運網站設計	7	3.69	0.739
50	全中運裁判執法的專業知識與素 養	7	3.69	0.728
44	全中運預賽時間安排	9	3.68	0.747
49	全中運醫護人員的醫護品質	9	3.68	0.607
42	全中運的整體環境整潔	9	3.68	0.808
35	全中運吉祥物感到	9	3.68	0.765
45	全中運整體賽程安排	14	3.67	0.593
40	全中運比賽場地及設施	15	3.65	0.766
36	全中運標誌感到	16	3.62	0.759
37	全中運大會標語感到	16	3.62	0.768
34	全中運閉幕典禮感到	18	3.60	0.817
54	全中運比賽場地附近周邊活動的 設置	18	3.60	0.676
41	全中運觀眾席的設備	20	3.58	0.743
51	全中運交通車（交通管）制配置	20	3.58	0.826
33	全中運開幕典禮感到	22	3.56	0.828

資料來源：本研究整理。

100年全中運494位參與者之滿意度各構面實際的觀點介於「普通」與「同意」之間，各構面之平均數與標準差如下：「人員服務」(M=3.71，SD=0.606)、「賽程編排與進行」(M=3.71，SD=0.601)、「運動場設施」(M=3.65，SD=0.683)、「行政措施」(M=3.63，SD=0.645)、「大會形象」(M=3.63，SD=0.697)而整體滿意度之平均值為3.66標準差為0.570，有關滿意度各構面平均值與標準差如表4-7說明。

表 4-7

滿意度各構面平均數和標準差

構 面	排 序	平均數	標準差
人員服務	1	3.71	0.606
賽程編排與進行	2	3.71	0.601
運動場設施	3	3.65	0.683
行政措施	4	3.63	0.645
大會形象	5	3.63	0.697
滿意度		3.66	0.570

資料來源：本研究整理。

第三節 100年全中運參與動機、涉入程度與滿意度在不同人口統計變項之差異性分析

一、參與動機在不同人口統計變項之差異性分析

此部分在考驗假設一：不同人口統計變項之參與者參與動機無顯著差異，以獨立樣本t檢定與多變量變異數分析去探討不同人口統計變項（包括：姓名、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身分、第幾次參與全中運）的參與者在參與動機（包括：生理需求、心理需求、社會需求、自尊需求、自我實現與參與動機）上的差異。若多變量變異數達顯著($P < .05$)時，則以Scheffe法進行事後比較。

（一）不同性別的參與者之參與動機差異性分析：

藉由不同性別的參與者在參與動機的獨立樣本t考驗分析，可以發現不同性別的參與動機之「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」五構面與整體「參賽動機」間未達統計顯著差異。顯示不同性別的參與者在「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」五個參與動機構面上及整體「參與動機」無顯著差異存在。亦即，參與者之性別對於參與動機無差異。有關不同性別之參與者在參與動機之差異分析如表4-8所示。

表 4-8

不同性別之參與者在參與動機之差異分析摘要表

量表名稱	性別	平均數	標準差	平均數相等的 t 檢定		
				t	自由度	顯著性(雙尾)
生理需求	(1)男	4.166	0.816	0.849	486.99	0.396
	(2)女	4.105	0.768			
心理需求	(1)男	3.998	0.813	0.057	487.36	0.955
	(2)女	3.994	0.761			
社會需求	(1)男	4.095	0.850	0.460	489.97	0.646
	(2)女	4.061	0.770			
自尊需求	(1)男	4.253	0.808	0.978	485.82	0.328
	(2)女	4.183	0.769			
自我實現需求	(1)男	4.245	0.762	1.692	486.69	0.091
	(2)女	4.132	0.719			
參與動機	(1)男	4.131	0.729	0.808	488.08	0.420
	(2)女	4.080	0.678			

*P<.05

(二) 不同年齡的參與者之參與動機差異性分析：

從不同年齡的參與者在參與動機的多變量變異數分析表(如表 4-9 所示)，可以發現，不同年齡的參與者在參與動機的：「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」五個構面上及整體「參與動機」上，達統計顯著差異(P<.05)。經雪費法事後比較結果得知，在「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」構面及整體「參與動機」上，不同年齡的參與者

間均無顯著差異。

表 4-9

不同年齡的參與者在參與動機的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
生理需求	12~16歲	4.367	0.924	11.113*	組間無顯著差異
	17~21歲	3.889	0.812		
	22~26歲	4.479	0.600		
	27~31歲	3.852	0.829		
	32~36歲	4.042	0.359		
心理需求	37~41歲	4.750	0.462	8.719*	組間無顯著差異
	12~16歲	4.212	0.921		
	17~21歲	3.748	0.827		
	22~26歲	4.113	0.519		
	27~31歲	3.916	0.854		
社會需求	32~36歲	4.048	0.444	14.196*	組間無顯著差異
	37~41歲	4.892	0.198		
	12~16歲	4.275	0.915		
	17~21歲	3.755	0.808		
	22~26歲	4.469	0.599		
	27~31歲	4.117	0.927		
	32~36歲	4.073	0.468		
	37~41歲	4.937	0.115		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
自尊 需求	12~16歲	4.395	0.911	16.984*	組間無顯著差異
	17~21歲	3.953	0.737		
	22~26歲	4.767	0.529		
	27~31歲	4.235	0.948		
	32~36歲	4.008	0.515		
	37~41歲	4.833	0.308		
自我 實現 需求	12~16歲	4.407	0.854	12.634*	組間無顯著差異
	17~21歲	3.917	0.719		
	22~26歲	4.504	0.548		
	27~31歲	4.117	0.685		
	32~36歲	4.156	0.543		
	37~41歲	4.900	0.185		
參與 動機	12~16歲	4.316	0.858	13.905*	組間無顯著差異
	17~21歲	3.837	0.664		
	22~26歲	4.409	0.469		
	27~31歲	4.025	0.806		
	32~36歲	4.070	0.404		
	37~41歲	4.869	0.241		

*P<.05

(三) 不同教育程度的參與者之參與動機差異性分析：

從不同教育程度的參與者在參與動機的多變量變異數分析表(如表4-10所示)，可以發現，不同教育程度的參與者在參與動機的：「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」五個構面上及整體「參與動機」上，達統計顯著差異($P < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「心理需求」構面上，國中高於大學、大學高於研究所、研究所高於高中、高中高於專科，在「社會需求」構面上，國中高於大學、大學高於高中，在「自我實現需求」構面上，國中高於大學、大學高於高中、高中高於研究所，在「自尊需求」與「生理需求」構面及整體「參與動機」上，國中高於大學、大學高於研究所、研究所高於高中。

表 4-10

不同教育程度的參與者在參與動機的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
生理需求	國中(含)以下	4.493	0.724	16.182*	國中 > 大學
					大學 > 研究所
	高中(職)	3.851	0.931	研究所 > 高中	
	專科	4.263	0.403		
	大學	4.293	0.541		
心理需求	研究所以上	3.878	0.495	13.795*	國中 > 大學
	國中(含)以下	4.348	0.783		大學 > 研究所
	高中(職)	3.769	0.875	研究所 > 高中	
	專科	3.541	1.052	高中 > 專科	
	大學	4.122	0.426		
社會需求	研究所以上	3.837	0.674	20.063*	國中 > 大學
	國中(含)以下	4.427	0.771		大學 > 高中
	高中(職)	3.723	0.877		
	專科	4.013	0.738		
	大學	4.318	0.566		
	研究所以上	4.000	0.629		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
自尊 需求	國中(含) 以下	4.515	0.742	17.579*	國中 > 大學 大學 > 研究所
	高中(職)	3.921	0.840		研究所 > 高中
	專科	4.245	0.655		
	大學	4.473	0.608		
	研究所以上	3.927	0.676		
自我 實現 需求	國中(含) 以下	4.524	0.677	21.834*	國中 > 大學 大學 > 高中
	高中(職)	3.888	0.817		高中 > 研究所
	專科	4.242	0.668		
	大學	4.424	0.518		
	研究所以上	3.870	0.512		
參與 動機	國中(含) 以下	4.447	0.689	20.805*	國中 > 大學 大學 > 研究所
	高中(職)	3.821	0.770		研究所 > 高中
	專科	4.933	0.677		
	大學	4.297	0.428		
	研究所以上	3.891	0.547		

*P<.05

(四) 不同職業狀況的參與者之參與動機差異性分析：

從不同職業狀況的參與者在參與動機的多變量變異數分析表(如表4-11所示)，可以發現，不同職業狀況的參與者在參與動機的：「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」五個構面上及整體「參與動機」上，未達統計顯著差異($P > .05$)。亦即，不同職業狀況之參與者對於參與動機無差異。

表4-11

不同職業狀況的參與者在參與動機的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
生理需求	學生	4.158	0.856	2.985	— —
	軍公教	3.927	0.499		
	工商業	4.145	0.443		
	服務業	5.000	0.000		
心理需求	學生	3.970	0.839	2.749	— —
	軍公教	3.994	0.617		
	工商業	4.125	0.443		
	服務業	5.000	0.000		
社會需求	學生	4.062	0.864	1.837	— —
	軍公教	4.100	0.678		
	工商業	4.125	0.443		
	服務業	5.000	0.000		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
自尊需求	學生	4.253	0.828	2.911	— —
	軍公教	4.024	0.733		
	工商業	4.125	0.433		
	服務業	5.000	0.000		
自我實現需求	學生	4.190	0.784	1.730	— —
	軍公教	4.218	0.663		
	工商業	4.125	0.443		
	服務業	5.000	0.000		
參與動機	學生	4.103	0.749	2.270	— —
	軍公教	4.053	0.550		
	工商業	4.128	0.442		
	服務業	5.000	0.000		

* $P < .05$

(五) 不同居住地的參與者之參與動機差異性分析：

從不同居住地的參與者在參與動機的多變量變異數分析表(如表4-12所示)，可以發現，不同居住地的參與者在參與動機的：「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」五個構面上及整體「參與動機」上，未達統計顯著差異($P > .05$)。亦即，不同職業狀況之參與者對於參與動機無差異。

表 4-12

不同居住地的參與者在參與動機的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較	
生理需求	北部	4.272	0.924	3.936	—	—
	中部	4.119	0.787			
	南部	3.908	0.488			
	東部	3.953	0.274			
心理需求	北部	4.002	1.010	1.005	—	—
	中部	4.036	0.688			
	南部	3.825	0.582			
	東部	3.956	0.291			
社會需求	北部	4.203	0.914	2.914	—	—
	中部	4.053	0.807			
	南部	3.862	0.701			
	東部	3.965	0.311			
自尊需求	北部	4.284	0.876	3.575	—	—
	中部	4.269	0.814			
	南部	4.013	0.560			
	東部	3.945	0.271			
自我實現需求	北部	4.260	0.873	4.364	—	—
	中部	4.243	0.719			
	南部	3.930	0.517			
	東部	3.958	0.294			

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
參與動機	北部	4.177	0.874	2.827	— —
	中部	4.129	0.648		
	南部	3.893	0.452		
	東部	3.956	0.283		

* $P < .05$

(六) 不同參與者身分的參與者之參與動機差異性分析：

從不同參與者身分的參與者在參與動機的多變量變異數分析表(如表4-13所示)，可以發現，不同參與者身分的參與者在參與動機的：「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」五個構面上及整體「參與動機」上，達統計顯著差異($P < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「心理需求」構面上，隊職員高於一般觀眾與親屬、選手高於工作人員，在「生理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」及整體「參與動機」構面上，一般觀眾高於隊職員、隊職員高於親屬、選手高於工作人員。

表 4-13

不同參與者身分的參與者在參與動機的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
生理需求	選手	4.043	0.786	20.00*	一般觀眾 > 隊職員 隊職員 > 親屬 選手 > 工作人員
	隊職員	4.386	0.645		
	親屬	4.211	0.483		
	工作人員	3.475	1.075		
	一般觀眾	4.607	0.477		
心理需求	選手	3.830	0.819	18.50*	隊職員 > 一般觀眾 隊職員 > 親屬 選手 > 工作人員
	隊職員	4.413	0.708		
	親屬	4.192	0.486		
	工作人員	3.507	0.841		
	一般觀眾	4.192	0.493		
社會需求	選手	3.881	0.779	26.98*	一般觀眾 > 隊職員 隊職員 > 親屬 選手 > 工作人員
	隊職員	4.482	0.670		
	親屬	4.192	0.486		
	工作人員	3.490	1.064		
	一般觀眾	4.590	0.483		
自尊需求	選手	4.066	0.757	21.44*	一般觀眾 > 隊職員 隊職員 > 親屬 選手 > 工作人員
	隊職員	4.468	0.727		
	親屬	4.192	0.486		
	工作人員	3.751	1.025		
	一般觀眾	4.850	0.463		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
自我實現需求	選手	4.041	0.706	24.93*	一般觀眾 > 隊職員
	隊職員	4.566	0.622		隊職員 > 親屬
	親屬	4.192	0.486		選手 > 工作人員
	工作人員	3.643	0.980		
	一般觀眾	4.637	0.474		
參與動機	選手	3.952	0.670	26.31*	一般觀眾 > 隊職員
	隊職員	4.461	0.619		隊職員 > 親屬
	親屬	4.195	0.485		選手 > 工作人員
	工作人員	3.560	0.873		
	一般觀眾	4.516	0.417		

* $P < .05$

(七) 不同參與次數的參與者之參與動機差異性分析：

從不同參與次數的參與者在參與動機的多變量變異數分析表(如表4-14所示)，可以發現，不同參與次數的參與者在參與動機的：「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」五個構面上及整體「參與動機」上，達統計顯著差異($P < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「生理需求」、「心理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」構面及整體「參與動機」上，不同參與次數的參與者間均無顯著差異。

表 4-14

不同參與次數的參與者在參與動機的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
生理需求	第一次	3.736	0.892	18.04*	組間無顯著差異
	第二次	4.454	0.762		
	第三次	4.525	0.548		
	第四次以上	4.059	0.729		
心理需求	第一次	3.857	0.780	7.20*	組間無顯著差異
	第二次	4.268	0.830		
	第三次	3.970	0.820		
	第四次以上	3.907	0.739		
社會需求	第一次	3.898	0.835	4.08*	組間無顯著差異
	第二次	4.277	0.894		
	第三次	4.000	0.744		
	第四次以上	4.045	0.757		
自尊需求	第一次	3.925	0.870	7.13*	組間無顯著差異
	第二次	4.406	0.783		
	第三次	4.459	0.326		
	第四次以上	4.190	0.779		
自我實現需求	第一次	3.934	0.823	8.11*	組間無顯著差異
	第二次	4.420	0.759		
	第三次	4.337	0.450		
	第四次以上	4.142	0.708		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
參與動機	第一次	3.869	0.783	9.37*	組間無顯著差異
	第二次	4.353	0.753		
	第三次	4.215	0.442		
	第四次以上	4.046	0.648		

* $P < .05$

此部分在考驗假設一：不同人口統計變項之參與者參與動機無顯著差異，綜合前述之分析與討論及彙整不同人口統計變項的參與者在參賽動機上之差異分析結果，發現100年全中運參與者，在人口統計特性的七個變項中（包括性別、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身分與第幾次參與全中運），年齡、教育程度、參與者身分與第幾次參與全中運與參賽動機間有顯著差異存在，經事後比較檢定後呈現顯著差異之結果如下：在教育程度層面上，在「心理需求」構面上，國中高於大學、大學高於研究所、研究所高於高中、高中高於專科，在「社會需求」構面上，國中高於大學、大學高於高中，在「自我實現需求」構面上，國中高於大學、大學高於高中、高中高於研究所，在「自尊需求」與「生理需求」構面及整體「參與動機」上，國中高於大學、大學高於研究所、研究所高於高中。在參與者身分層面上，在「心理需求」構面上，隊職員高於一般觀眾與親屬、選手高於工作人員，在「生理需求」、「社會需求」、「自尊需求」、「自我實現需求」及整體「參與動機」構面上，一般觀眾高於隊職員、隊職員高於親屬、選手高於工作人員。由此可知，人口統計變項與參賽動機間部份達顯差異，因此拒絕部分假設一：不同人口統計變項之參與者參與動機無顯著差異。不

同人口統計變項在參賽動機變異數分析彙整如表 4-15 所示。

表 4-15

不同人口統計變項在參賽動機變異數分析之結果摘要表

	性別	年齡	教育	職業	居住地	參與者	參與 次數
			程度	狀況		身分	
生理 需求	--	NS	國中 > 大學	--	--	一般觀眾 > 隊職員	NS
			大學 > 研究所			隊職員 > 親屬	
			研究所 > 高中			選手 > 工作人員	
心理 需求	--	NS	國中 > 大學	--	--	隊職員 > 一般觀眾	NS
			大學 > 研究所			隊職員 > 親屬	
			研究所 > 高中			選手 > 工作人員	
			高中 > 專科				
社會 需求	--	NS	國中 > 大學	--	--	一般觀眾 > 隊職員	NS
			大學 > 高中			隊職員 > 親屬	
						選手 > 工作人員	
自尊 需求	--	NS	國中 > 大學	--	--	一般觀眾 > 隊職員	NS
			大學 > 研究所			隊職員 > 親屬	
			研究所 > 高中			選手 > 工作人員	

(續下頁)

	性別	年齡	教育程度	職業狀況	居住地	參與者身分	參與次數
自我實現需求	- -	NS	國中 > 大學 大學 > 高中 高中 > 研究所	- -	- -	一般觀眾 > 隊職員 隊職員 > 親屬 選手 > 工作人員	NS
參與動機	- -	NS	國中 > 大學 大學 > 研究所 研究所 > 高中	- -	- -	一般觀眾 > 隊職員 隊職員 > 親屬 選手 > 工作人員	NS

資料來源：本研究整理。

二、涉入程度在不同人口統計變項之差異性分析

此部分在考驗假設二：不同人口統計變項之參與者參與涉入程度無顯著差異，以獨立樣本t檢定與多變量變異數分析去探討不同人口統計變項（包括：姓名、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身分、第幾次參與全中運）的參與者在涉入程度（包括：心理層面、行為層面）上的差異。若多變量變異數達顯著 ($P < .05$) 時，則以 Scheffe 法進行事後比較。

（一）不同性別的參與者之涉入程度差異性分析：

藉由不同性別的參與者在涉入程度的獨立樣本t考驗分析，可以發現不同性別的涉入程度之「心理層面」、「行為層面」兩構面與整體「涉入程度」間未達統計顯著差異。顯示不同性別的參與者在「心理層面」、「行為層面」兩個涉入程度構面上及整體「涉入程度」無顯著差異存在。亦即，參與者之性別對於涉入程度無差異。有關不同性別之參與者在涉入程度之差異分析如表4-16所示。

表 4-16

不同性別之參與者在涉入程度之差異分析摘要表

量表名稱	性別	平均數	標準差	平均數相等的 t 檢定		
				t	自由度	顯著性(雙尾)
心理層面	男	4.077	0.629	1.289	453.88	0.198
	女	3.998	0.716			
行為層面	男	3.811	0.654	2.105	481.46	0.056
	女	3.688	0.644			
涉入程度	男	3.900	0.603	1.998	479.96	0.066
	女	3.791	0.600			

*P<.05

(二) 不同年齡的參與者之涉入程度差異性分析：

從不同年齡的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表(如表 4-17 所示)，可以發現，不同年齡的參與者在涉入程度的：「心理層面」、「行為層面」兩個構面上及整體「涉入層度」上，達統計顯著差異(P<.05)。經雪費法事後比較結果得知，在「心理層面」構面上，37~41 歲高於 12~16 歲、12~16 歲高於 22~26 歲、32~36 歲高於 17~21 歲，在「行為層面」構面上，37~41 歲高於 12~16 歲、12~16 歲高於 32~36 歲、17~21 歲高於 27~31 歲，在整體「涉入層度」構面上，37~41 歲高於 12~16 歲、22~26 歲高於 32~36 歲、27~31 歲高於 17~21 歲。

表 4-17

不同年齡的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
心理層面	12~16歲	4.263	0.650	11.50*	37~41歲 > 12~16歲
	17~21歲	3.828	0.708		12~16歲 > 22~26歲
	22~26歲	4.260	0.545		32~36歲 > 17~21歲
	27~31歲	3.902	0.562		
	32~36歲	3.943	0.558		
	37~41歲	4.750	0.154		
行為層面	12~16歲	3.938	0.626	10.18*	37~41歲 > 12~16歲
	17~21歲	3.545	0.643		12~16歲 > 32~36歲
	22~26歲	3.767	0.614		17~21歲 > 27~31歲
	27~31歲	3.529	0.954		
	32~36歲	3.902	0.506		
	37~41歲	4.520	0.402		
涉入程度	12~16歲	4.046	0.584	11.61*	37~41歲 > 12~16歲
	17~21歲	3.639	0.597		22~26歲 > 32~36歲
	22~26歲	3.931	0.549		27~31歲 > 17~21歲
	27~31歲	3.653	0.758		
	32~36歲	3.916	0.496		
	37~41歲	4.937	0.258		

*P<.05

(三) 不同教育程度的參與者之涉入程度差異性分析：

從不同教育程度的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表(如表4-18所示)，可以發現，不同教育程度的參與者在涉入程度的：「心理層面」、「行為層面」二個構面上及整體「涉入程度」上，達統計顯著差異($P < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「心理層面」構面上，國中高於大學、高中高於研究所，在「行為層面」構面上，專科高於國中、國中高於大學、高中高於研究所，在整體「涉入程度」構面上，國中高於專科、專科高於大學、高中高於研究所。

表4-18

不同教育程度的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
心理層面	國中	4.347	0.582	20.95*	國中 > 大學 高中 > 研究所
	(含) 以下				
	高中(職)	3.826	0.730		
	專科	3.929	0.634		
	大學	4.226	0.475		
	研究所以上	3.576	0.591		
行為層面	國中	4.012	0.595	19.31*	專科 > 國中 國中 > 大學
	(含) 以下				
	高中(職)	3.506	0.636		高中 > 研究所
	專科	4.114	0.582		
	大學	3.916	0.588		
	研究所以上	3.459	0.587		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
涉入程度	國中	4.124	0.535	23.10*	國中 > 專科
	(含) 以下				專科 > 大學
	高中 (職)	3.612	0.610		高中 > 研究所
	專科	4.052	0.528		
	大學	4.019	0.512		
	研究所以上	3.498	0.486		

*P<.05

(四) 不同職業狀況的參與者之涉入程度差異性分析：

從不同職業狀況的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表(如表4-19所示)，可以發現，不同職業狀況的參與者在涉入程度的：「心理層面」、「行為層面」兩個構面上及整體「涉入程度」上，未達統計顯著差異。亦即，不同職業狀況之參與者對於涉入程度無差異。

表4-19

不同職業狀況的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
心理層面	學生	4.053	0.694	2.24	— —
	軍公教	3.884	0.712		
	工商業	4.069	0.336		
	服務業	4.666	0.483		
行為層面	學生	3.717	0.654	5.85	— —
	軍公教	3.709	0.761		
	工商業	4.038	0.328		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
涉入程度	服務業	4.583	0.481	4.42	— —
	學生	3.829	0.612		
	軍公教	3.767	0.685		
	工商業	4.048	0.319		
	服務業	4.611	0.320		

* $P < .05$

(五) 不同居住地的參與者之涉入程度差異性分析：

從不同居住地的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表(如表4-20所示)，可以發現，不同居住地的參與者在涉入程度的：「心理層面」、「行為層面」二個構面上及整體「涉入程度」上，達統計顯著差異($P < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「心理層面」構面上，中部高於北部、北部高於南部，在「行為層面」構面上，東部高於北部、中部高於南部，在整體「涉入程度」構面上，北部高於南部。

表4-20

不同居住地的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
心理層面	北部	4.064	0.750	7.44*	中部 > 北部
	中部	4.122	0.626		
	南部	3.639	0.652		
	東部	3.976	0.344		
行為層面	北部	3.891	0.703	7.01*	東部 > 北部
	中部	3.641	0.666		中部 > 南部

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
涉入程度	南部	3.619	0.490	4.84*	北部 > 南部
	東部	3.945	0.271		
	北部	3.948	0.688		
	中部	3.801	0.601		
	南部	3.625	0.380		
	東部	3.956	0.290		

* $P < .05$

(六) 不同參與者身分的參與者之涉入程度差異性分析：

從不同參與者身分的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表(如表4-21所示)，可以發現，不同參與者身分的參與者在涉入程度的：「心理層面」、「行為層面」兩個構面上及整體「涉入程度」上，達統計顯著差異($P < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「心理層面」構面上，一般觀眾高於隊職員、隊職員高於親屬、選手高於工作人員，在「行為層面」構面上，親屬高於隊職員、一般觀眾高於選手、選手高於工作人員，在整體「涉入程度」構面上，隊職員高於親屬、親屬高於一般觀眾、選手高於工作人員。

表4-21

不同參與者身分的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
心理層面	選手	3.975	0.685	17.72*	一般觀眾 > 隊職員
	隊職員	4.231	0.654		隊職員 > 親屬
	親屬	4.115	0.360		選手 > 工作人員

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
	工作人員	3.483	0.700		
	一般觀眾	4.396	0.443		
行為層面	選手	3.630	0.615	18.87*	親屬 > 隊職員
	隊職員	4.031	0.720		一般觀眾 > 選手
	親屬	4.080	0.366		選手 > 工作人員
	工作人員	3.303	0.609		
	一般觀眾	3.876	0.542		
涉入程度	選手	3.745	0.568	20.79*	隊職員 > 親屬
	隊職員	4.097	0.654		親屬 > 一般觀眾
	親屬	4.091	0.351		選手 > 工作人員
	工作人員	3.363	0.563		
	一般觀眾	4.049	0.496		

* $P < .05$

(七) 不同參與次數的參與者之涉入程度差異性分析：

從不同參與次數的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表(如表4-22所示)，可以發現，不同參與次數的參與者在涉入程度的：「心理層面」、「行為層面」、二個構面上及整體「涉入程度」上，達統計顯著差異($P < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「心理層面」構面上，第二次高於第四次以上及第一次，在「行為層面」構面上，第二次高於第四次以上及第三次，在整體「涉入程度」構面上，第二次高於第一次、第四次以上及第三次。

表 4-22

不同參與次數的參與者在涉入程度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
心理層面	第一次	3.824	0.614	10.83*	第二次 > 第四次以上
	第二次	4.299	0.643		
	第三次	4.149	0.432		
	第四次以上	3.966	0.684		
行為層面	第一次	3.756	0.690	9.41*	第二次 > 第四次以上
	第二次	3.994	0.578		第二次 > 第三次
	第三次	3.482	0.627		
	第四次以上	3.667	0.647		
涉入程度	第一次	3.779	0.636	10.08*	第二次 > 第一次
	第二次	4.096	0.550		第二次 > 第四次以上
	第三次	3.705	0.498		第二次 > 第三次
	第四次以上	3.767	0.600		

*P<.05

此部分在考驗假設二：不同人口統計變項之參與者涉入程度無顯著差異，綜合前述之分析與討論及彙整不同人口統計變項的參與者在涉入程度上之差異分析結果，發現100年全中運參與者，在人口統計特性的七個變項中（包括性別、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身份與第幾次參與全中運），年齡、教育程度、居住地、參與者身份與第幾次參與全中運與涉入程度間有顯著差異存在，經事後比較檢定後呈現顯著差異之結果如下：在年齡層面上，在「心理層面」構面上，37~41歲高於12~16歲、12~16歲高於22~26歲、32~36歲高於

17~21歲，在「行為層面」構面上，37~41歲高於12~16歲、12~16歲高於32~36歲、17~21歲高於27~31歲，在整體「涉入層度」構面上，37~41歲高於12~16歲、22~26歲高於32~36歲、27~31歲高於17~21歲。在教育程度層面上，在「心理層面」構面上，國中高於大學、高中高於研究所，在「行為層面」構面上，專科高於國中、國中高於大學、高中高於研究所，在「涉入程度」構面上，國中高於專科、專科高於大學、高中高於研究所。在居住地層面上，在「心理層面」構面上，中部高於北部、北部高於南部，在「行為層面」構面上，東部高於北部、中部高於南部，在「涉入程度」構面上，北部高於南部。在參與者身份層面上，在「心理層面」構面上，一般觀眾高於隊職員、隊職員高於親屬、選手高於工作人員，在「行為層面」構面上，親屬高於隊職員、一般觀眾高於選手、選手高於工作人員，在整體「涉入程度」構面上，隊職員高於親屬、親屬高於一般觀眾、選手高於工作人員。在第幾次參與全中運層面上，在「心理層面」構面上，第二次高於第四次以上及第一次，在「行為層面」構面上，第二次高於第四次以上及第三次，在整體「涉入程度」構面上，第二次高於第一次、第四次以上及第三次。由此可知，人口統計變項與涉入程度間部份達顯差異，因此拒絕部分假設二：不同人口統計變項之參與者涉入程度無顯著差異。不同人口統計變項在涉入程度變異數分析彙整如表4-23所示。

表 4-23

不同人口統計變項在涉入程度變異數分析之結果摘要表

	性別	年齡	教育程度	職業狀況	居住地
心理層面	- -	37~41歲 > 12~16歲 12~16歲 > 22~26歲 32~36歲 > 17~21歲	國中 > 大學 高中 > 研究所	- -	中部 > 北部 北部 > 南部
行為層面	- -	37~41歲 > 12~16歲 12~16歲 > 32~36歲 17~21歲 > 27~31歲	專科 > 國中 國中 > 大學 高中 > 研究所	- -	東部 > 北部 中部 > 南部
涉入程度	- -	37~41歲 > 12~16歲 22~26歲 > 32~36歲 27~31歲 > 17~21歲	國中 > 專科 專科 > 大學 高中 > 研究所	- -	北部 > 南部

(續下頁)

	參與者身份	第幾次參與全中運
心理 層面	一般觀眾 > 隊職員	第二次 > 第四次以上
	隊職員 > 親屬	第二次 > 第一次
	選手 > 工作人員	
行為 層面	親屬 > 隊職員	第二次 > 第四次以上
	一般觀眾 > 選手	第二次 > 第三次
	選手 > 工作人員	
涉入 程度	隊職員 > 親屬	第二次 > 第一次
	親屬 > 一般觀眾	第二次 > 第四次以上
	選手 > 工作人員	第二次 > 第三次

三、滿意度在不同人口統計變項之差異性分析

此部分在考驗假設三：不同人口統計變項之參與者參與滿意度無顯著差異，以獨立樣本t檢定與多變量變異數分析去探討不同人口統計變項（包括：姓名、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身分、第幾次參與全中運）的參與者在滿意度（包括：大會形象、運動場設施、賽程編排與進行、人員服務、行政措施）上的差異。若多變量變異數達顯著($P < .05$)時，則以Scheffe法進行事後比較。

（一）不同性別的參與者之滿意度差異性分析：

藉由不同性別的參與者在滿意度的獨立樣本t考驗分析，可以發現不同性別的滿意度之「大會形象」、「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「人員服務」、「行政措施」五構面與整體「滿意度」間未達統計顯著差異。顯示不同性別的參與者在「大會形象」、「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「人員服務」、「行政措施」五個滿意度構面上及整體「滿意度」

無顯著差異存在。亦即，參與者之性別對於滿意度無差異。有關不同性別之參與者在滿意度之差異分析如表 4-24 所示。

表 4-24

不同性別之參與者在滿意度之差異分析摘要表

量表名稱	性別	平均數	標準差	平均數相等的 t 檢定		
				t	自由度	顯著性 (雙尾)
大會形象	(1)男	3.674	0.733	1.511	491.05	0.132
	(2)女	3.580	0.651			
運動場設施	(1)男	3.721	0.733	2.452	491.82	0.055
	(2)女	3.572	0.611			
賽程編排與進行	(1)男	3.752	0.637	1.554	491.74	0.121
	(2)女	3.688	0.554			
人員服務	(1)男	3.768	0.643	2.208	491.94	0.068
	(2)女	3.649	0.553			
行政措施	(1)男	3.655	0.633	0.720	472.41	0.472
	(2)女	3.613	0.660			
滿意度	(1)男	3.710	0.589	1.894	488.709	0.059
	(2)女	3.613	0.543			

*P < .05

(二) 不同年齡的參與者之滿意度差異性分析：

從不同年齡的參與者在滿意度的多變量變異數分析表(如表4-25所示)，可以發現，不同年齡的參與者在滿意度的：「大會形象」、「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「人員服務」、「行政措施」五構面與整體「滿意度」，達統計顯著差異($P<.05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「大會形象」構面上，37~41歲高於22~26歲、12~16歲及27~31歲、17~21歲高於32~36歲，在「運動場設施」構面上，22~26歲高於27~31歲及12~16歲、17~21歲高於32~36歲，在「賽程編排與進行」構面上，22~26歲高於12~16歲、17~21歲高於32~36歲，在「人員服務」構面上，22~26歲高於12~16歲、27~31歲高於17~21歲及32~36歲，在「行政措施」構面及整體「滿意度」上，22~26歲高於37~41歲及12~16歲、27~31歲高於17~21歲及32~36歲。

表 4-25

不同年齡的參與者在滿意度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
大會形象	12~16歲	3.875	0.588	34.80*	37~41歲 > 22~26歲
	17~21歲	3.425	0.574		22~26歲 > 12~16歲
	22~26歲	4.171	0.772		12~16歲 > 27~31歲
	27~31歲	3.823	0.852		17~21歲 > 32~36歲
	32~36歲	3.122	0.435		
	37~41歲	4.375	0.517		
運動場設施	12~16歲	3.714	0.646	38.30*	22~26歲 > 27~31歲
	17~21歲	3.455	0.522		27~31歲 > 12~16歲
	22~26歲	4.424	0.590		17~21歲 > 32~36歲
	27~31歲	3.808	0.602		
	32~36歲	3.259	0.604		
賽會編排與進行	12~16歲	3.804	0.577	21.02*	22~26歲 > 12~16歲
	17~21歲	3.586	0.562		17~21歲 > 32~36歲
	22~26歲	4.229	0.335		
	27~31歲	3.779	0.449		
	32~36歲	3.402	0.637		
	37~41歲	3.593	0.480		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
人員服務	12~16歲	3.822	0.548	26.02*	22~26歲 > 12~16歲
	17~21歲	3.575	0.563		27~31歲 > 17~21歲
	22~26歲	4.270	0.272		17~21歲 > 32~36歲
	27~31歲	3.676	0.521		
	32~36歲	3.359	0.649		
	37~41歲	3.843	0.549		
行政措施	12~16歲	3.761	0.518	50.98*	22~26歲 > 37~41歲
	17~21歲	3.466	0.520		37~41歲 > 12~16歲
	22~26歲	4.400	0.649		27~31歲 > 17~21歲
	27~31歲	3.573	0.642		17~21歲 > 32~36歲
	32~36歲	3.140	0.377		
	37~41歲	3.812	0.578		
滿意度	12~16歲	3.802	0.506	46.02*	22~26歲 > 37~41歲
	17~21歲	3.494	0.437		37~41歲 > 12~16歲
	22~26歲	4.287	0.468		27~31歲 > 17~21歲
	27~31歲	3.740	0.528		17~21歲 > 32~36歲
	32~36歲	3.244	0.493		
	37~41歲	3.948	0.375		

*P<.05

(三) 不同教育程度的參與者之滿意度差異性分析：

從不同教育程度的參與者在滿意度的多變量變異數分析表(如表 4-26 所示)，可以發現，不同教育程度的參與者在滿意度的：「大會形象」、「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「人員服務」、「行政措施」五構面與整體「滿意度」，達統計顯著差異($P<.05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「大會形象」構面上，國中(含)以下高於大學、高中(職)高於研究所以上，在「人員服務」構面上，大學高於國中(含)以下、高中(職)高於專科及研究所以上，在「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「行政措施」三個構面及整體「滿意度」上，大學高於國中(含)以下、高中(職)高於研究所以上。

表 4-26

不同教育程度的參與者在滿意度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
大會形象	國中	3.940	0.567	13.09*	國中 > 大學
	(含) 以下				
	高中 (職)	3.431	0.609		
	專科	3.640	0.315		
	大學	3.726	0.852		
	研究所以上	3.333	0.603		
運動場設施	國中	3.771	0.626	15.06*	大學 > 國中
	(含) 以下				
	高中 (職)	3.432	0.531		
	專科	3.565	0.423		
	大學	3.952	0.830		
	研究所以上	3.391	0.596		
賽會編排與進行	國中	3.856	0.570	12.93*	大學 > 國中
	(含) 以下				
	高中 (職)	3.546	0.552		
	專科	3.697	0.524		
	大學	3.921	0.634		
	研究所以上	3.398	0.491		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
人員服務	國中	3.878	0.528	14.36*	大學 > 國中 高中 > 專科 專科 > 研究所
	(含) 以下				
	高中 (職)	3.575	0.570		
	專科	3.368	0.326		
	大學	3.917	0.661		
	研究所以上	3.364	0.505		
行政措施	國中	3.803	0.513	13.74*	大學 > 國中 高中 > 研究所
	(含) 以下				
	高中 (職)	3.461	0.527		
	專科	3.500	0.408		
	大學	3.860	0.835		
	研究所以上	3.277	0.470		
滿意度	國中	3.858	0.487	16.94*	大學 > 國中 高中 > 研究所
	(含) 以下				
	高中 (職)	3.484	0.448		
	專科	3.562	0.247		
	大學	3.862	0.711		
	研究所以上	3.351	0.475		

*P<.05

(四) 不同職業狀況的參與者之滿意度差異性分析：

從不同職業狀況的參與者在滿意度的多變量變異數分析表(如表 4-27 所示)，可以發現，不同職業狀況的參與者在滿意度的：「大會形象」、「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「人員服務」、「行政措施」五構面與整體「滿意度」，達統計顯著差異($P<.05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「大會形象」構面上，服務業高於學生、軍公教高於工商業，在「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「人員服務」、「行政措施」四構面上，學生高於軍公教，在整體「滿意度」上，服務業高於學生、學生高於軍公教、軍公教高於工商業。

表 4-27

不同職業狀況的參與者在滿意度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
大會形象	學生	3.714	0.686	15.78*	服務業 > 學生
	軍公教	3.436	0.565		
	工商業	3.104	0.627		
	服務業	4.500	0.577		
運動場設施	學生	3.724	0.679	11.75*	學生 > 軍公教
	軍公教	3.609	0.767		
	工商業	3.125	0.313		
	服務業	3.687	0.239		
賽程編排 與進行	學生	3.779	0.582	15.28*	學生 > 軍公教
	軍公教	3.722	0.704		
	工商業	3.182	0.316		
	服務業	3.625	0.520		
人員服務	學生	3.788	0.575	19.34*	學生 > 軍公教
	軍公教	3.700	0.722		
	工商業	3.119	0.317		
	服務業	3.875	0.595		
行政措施	學生	3.740	0.644	18.77*	學生 > 軍公教
	軍公教	3.322	0.521		
	工商業	3.145	0.385		
	服務業	3.750	0.866		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
滿意度	學生	3.746	0.551	19.68*	服務業 > 學生
	軍公教	3.547	0.586		學生 > 軍公教
	工商業	3.132	0.365		軍公教 > 工商業
	服務業	3.943	0.526		

* $P < .05$

(五) 不同居住地的參與者之滿意度差異性分析：

從不同居住地的參與者在滿意度的多變量變異數分析表(如表4-28所示)，可以發現，不同居住地的參與者在滿意度的：「大會形象」、「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「人員服務」、「行政措施」五構面與整體「滿意度」，達統計顯著差異($P < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「人員服務」構面上，中部高於北部、北部高於南部、南部高於東部，在「大會形象」、「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「行政措施」四構面及整體「滿意度」上，北部高於中部、中部高於南部、南部高於東部。

表 4-28

不同居住地的參與者在滿意度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
大會形象	北部	3.890	0.797	28.35*	北部 > 中部
	中部	3.595	0.578		中部 > 南部
	南部	3.500	0.546		南部 > 東部
	東部	2.907	0.293		
運動場設施	北部	3.863	0.774	20.35*	北部 > 中部
	中部	3.650	0.594		中部 > 南部
	南部	3.428	0.595		南部 > 東部
	東部	3.058	0.266		
賽會編排 與進行	北部	3.813	0.655	22.19*	北部 > 中部
	中部	3.804	0.539		中部 > 南部
	南部	3.443	0.528		南部 > 東部
	東部	3.139	0.274		
人員服務	北部	3.747	0.598	29.71*	中部 > 北部
	中部	3.871	0.576		北部 > 南部
	南部	3.443	0.521		南部 > 東部
	東部	3.058	0.266		
行政措施	北部	3.835	0.707	23.64*	北部 > 中部
	中部	3.652	0.582		中部 > 南部
	南部	3.372	0.552		南部 > 東部
	東部	3.034	0.159		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
滿意度	北部	3.835	0.674	30.67*	北部 > 中部
	中部	3.703	0.434		中部 > 南部
	南部	3.443	0.469		南部 > 東部
	東部	3.027	0.235		

* $P < .05$

(六) 不同參與者身份的參與者之滿意度差異性分析：

從不同參與者身份的參與者在滿意度的多變量變異數分析表(如表 4-29 所示)，可以發現，不同參與者身份的參與者在滿意度的：「大會形象」、「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「人員服務」、「行政措施」五構面與整體「滿意度」，達統計顯著差異($P < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在「賽程編排與進行」及「人員服務」兩構面上，一般觀眾高於隊職員、工作人員高於選手及親屬，在「大會形象」、「運動場設施」、「行政措施」三構面及整體「滿意度」上，一般觀眾高於隊職員、選手高於工作人員及親屬。

表 4-29

不同參與者身分的參與者在滿意度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
大會形象	選手	3.502	0.568	28.92*	一般觀眾 > 隊職員 選手 > 工作人員 工作人員 > 親屬
	隊職員	3.823	0.683		
	親屬	3.211	0.723		
	工作人員	3.473	0.499		
	一般觀眾	4.324	0.766		
運動設施	選手	3.455	0.499	67.65*	一般觀眾 > 隊職員 選手 > 工作人員 工作人員 > 親屬
	隊職員	3.935	0.740		
	親屬	3.168	0.342		
	工作人員	3.426	0.546		
	一般觀眾	4.581	0.509		
賽會編排 與進行	選手	3.586	0.531	41.56*	一般觀眾 > 隊職員 工作人員 > 選手 選手 > 親屬
	隊職員	3.977	0.674		
	親屬	3.216	0.350		
	工作人員	3.598	0.463		
	一般觀眾	4.314	0.309		
人員服務	選手	3.584	0.548	44.65*	一般觀眾 > 隊職員 工作人員 > 選手 選手 > 親屬
	隊職員	3.933	0.641		
	親屬	3.177	0.394		
	工作人員	3.676	0.495		
	一般觀眾	4.366	0.182		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
行政措施	選手	3.543	0.568	66.56*	一般觀眾 > 隊職員
	隊職員	3.616	0.511		選手 > 工作人員
	親屬	3.192	0.455		工作人員 > 親屬
	工作人員	3.416	0.434		
	一般觀眾	4.633	0.461		
滿意度	選手	3.531	0.429	63.24*	一般觀眾 > 隊職員
	隊職員	3.854	0.601		選手 > 工作人員
	親屬	3.194	0.432		工作人員 > 親屬
	工作人員	3.514	0.408		
	一般觀眾	4.433	0.394		

*P<.05

(七) 不同參與次數的參與者之滿意度差異性分析：

從不同參與次數的參與者在滿意度的多變量變異數分析表(如表4-30所示)，可以發現，不同參與次數的參與者在滿意度的：「大會形象」、「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「人員服務」、「行政措施」五構面與整體「滿意度」，達統計顯著差異(P<.05)。經雪費法事後比較結果得知，在「運動場設施」構面上，第四次以上高於第二次、第二次高於第三次、第三次高於第一次，在「人員服務」及「行政措施」兩構面上，第二次高於第三次、第三次高於第四次以上、第四次以上高於第一次，在「大會形象」與「賽程編排與進行」二構面及整體「滿意度」上，第二次高於第四次以上、第四次以上高於第三次、第三次高於第一次。

表 4-30

不同參與次數的參與者在滿意度的多變量變異數分析表

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
大會形象	第一次	3.282	0.682	14.40*	第二次 > 第四次 第四次 > 第三次 第三次 > 第一次
	第二次	3.901	0.569		
	第三次	3.454	0.521		
	第四次以上	3.620	0.724		
運動場設施	第一次	3.203	0.466	14.21*	第四次 > 第二次 第二次 > 第三次 第三次 > 第一次
	第二次	3.728	0.619		
	第三次	3.637	0.430		
	第四次以上	3.748	0.736		
賽程編排 與進行	第一次	3.322	0.463	18.21*	第二次 > 第四次 第四次 > 第三次 第三次 > 第一次
	第二次	3.824	0.563		
	第三次	3.422	0.360		
	第四次以上	3.806	0.621		
人員服務	第一次	3.322	0.527	13.88*	第二次 > 第三次 第三次 > 第四次 第四次 > 第一次
	第二次	3.832	0.528		
	第三次	3.775	0.624		
	第四次以上	3.763	0.619		
行政措施	第一次	3.296	0.515	8.81*	第二次 > 第三次 第三次 > 第四次 第四次 > 第一次
	第二次	3.724	0.519		
	第三次	3.698	0.540		
	第四次以上	3.685	0.713		

(續下頁)

構面	類別	平均數	標準差	F	事後比較
滿意度	第一次	3.285	0.486	16.27*	第二次 > 第四次
	第二次	3.811	0.484		第四次 > 第三次
	第三次	3.584	0.380		第三次 > 第一次
	第四次以上	3.715	0.601		

*P<.05

此部分在考驗假設三：不同人口統計變項之參與者滿意度無顯著差異，綜合前述之分析與討論及彙整不同人口統計變項的參與者在滿意度上之差異分析結果，發現100年全中運參與者，在人口統計特性的七個變項中（包括性別、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身份與第幾次參與全中運），年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身份與第幾次參與全中運與滿意度間有顯著差異存在，經事後比較檢定後呈現顯著差異之結果如下：在年齡層面上，在「大會形象」構面上，37~41歲高於22~26歲、12~16歲及27~31歲、17~21歲高於32~36歲，在「運動場設施」構面上，22~26歲高於27~31歲及12~16歲、17~21歲高於32~36歲，在「賽程編排與進行」構面上，22~26歲高於12~16歲、17~21歲高於32~36歲，在「人員服務」構面上，22~26歲高於12~16歲、27~31歲高於17~21歲及32~36歲，在「行政措施」構面及整體「滿意度」上，22~26歲高於37~41歲及12~16歲、27~31歲高於17~21歲及32~36歲。在教育程度層面上，在「大會形象」構面上，國中（含）以下高於大學、高中（職）高於研究所以上，在「人員服務」構面上，大學高於國中（含）以下、高中（職）高於專科及研究所以上，在「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「行政措施」三個構面及整體「滿意度」上，大學高於國中（含）以下、高中（職）高

於研究所以以上。在職業狀況層面上，在「大會形象」構面上，服務業高於學生、軍公教高於工商業，在「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「人員服務」、「行政措施」四構面上，學生高於軍公教，在整體「滿意度」上，服務業高於學生、學生高於軍公教、軍公教高於工商業。在居住地層面上，在「人員服務」構面上，中部高於北部、北部高於南部、南部高於東部，在「大會形象」、「運動場設施」、「賽程編排與進行」、「行政措施」四構面及整體「滿意度」上，北部高於中部、中部高於南部、南部高於東部。

在參與者身份層面上，在「賽程編排與進行」及「人員服務」兩構面上，一般觀眾高於隊職員、工作人員高於選手及親屬，在「大會形象」、「運動場設施」、「行政措施」三構面及整體「滿意度」上，一般觀眾高於隊職員、選手高於工作人員及親屬。在第幾次參與全中運層面上，在「運動場設施」構面上，第四次以上高於第二次、第二次高於第三次、第三次高於第一次，在「人員服務」及「行政措施」兩構面上，第二次高於第三次、第三次高於第四次以上、第四次以上高於第一次，在「大會形象」與「賽程編排與進行」二構面及整體「滿意度」上，第二次高於第四次以上、第四次以上高於第三次、第三次高於第一次。由此可知，人口統計變項與滿意度間部份達顯差異，因此拒絕假設三：不同人口統計變項之參與者滿意度無顯著差異。不同人口統計變項在滿意度變異數分析彙整如表 4-31 所示。

表 4-31

不同人口統計變項在滿意度變異數分析之結果摘要表

	性別	年齡	教育程度	職業狀況
大會 形象	- -	37~41歲 > 22~26歲	國中 > 大學	服務業 > 學生
		22~26歲 > 12~16歲	高中 > 研究所	軍公教 > 工商業
		12~16歲 > 27~31歲		
		17~21歲 > 32~36歲		
運動場 設施	- -	22~26歲 > 27~31歲	大學 > 國中	學生 > 軍公教
		27~31歲 > 12~16歲	高中 > 研究所	
		17~21歲 > 32~36歲		
賽程編排 與進行	- -	22~26歲 > 12~16歲	大學 > 國中	學生 > 軍公教
		17~21歲 > 32~36歲	高中 > 研究所	
人員 服務	- -	22~26歲 > 12~16歲	大學 > 國中	學生 > 軍公教
		27~31歲 > 17~21歲	高中 > 專科	
		17~21歲 > 32~36歲	專科 > 研究所	
行政 措施	- -	22~26歲 > 37~41歲	大學 > 國中	學生 > 軍公教
		37~41歲 > 12~16歲	高中 > 研究所	
		27~31歲 > 17~21歲		
		17~21歲 > 32~36歲		
滿意度	- -	22~26歲 > 37~41歲	大學 > 國中	服務業 > 學生
		37~41歲 > 12~16歲	高中 > 研究所	學生 > 軍公教
		27~31歲 > 17~21歲		軍公教 > 工商業
		17~21歲 > 32~36歲		

(續下頁)

	居住地	參與者身份	第幾次參與全中運
大會	北部 > 中部	一般觀眾 > 隊職員	第二次 > 第四次以上
形象	中部 > 南部	選手 > 工作人員	第四次以上 > 第三次
	南部 > 東部	工作人員 > 親屬	第三次 > 第一次
運動場	北部 > 中部	一般觀眾 > 隊職員	第四次以上 > 第二次
設施	中部 > 南部	選手 > 工作人員	第二次 > 第三次
	南部 > 東部	工作人員 > 親屬	第三次 > 第一次
賽程編排	北部 > 中部	一般觀眾 > 隊職員	第二次 > 第四次以上
與進行	中部 > 南部	工作人員 > 選手	第四次以上 > 第三次
	南部 > 東部	選手 > 親屬	第三次 > 第一次
人員	中部 > 北部	一般觀眾 > 隊職員	第二次 > 第三次
服務	北部 > 南部	工作人員 > 選手	第三次 > 第四次以上
	南部 > 東部	選手 > 親屬	第四次以上 > 第一次
行政	北部 > 中部	一般觀眾 > 隊職員	第二次 > 第三次
措施	中部 > 南部	選手 > 工作人員	第三次 > 第四次以上
	南部 > 東部	工作人員 > 親屬	第四次以上 > 第一次
滿意度	北部 > 中部	一般觀眾 > 隊職員	第二次 > 第四次以上
	中部 > 南部	選手 > 工作人員	第四次以上 > 第三次
	南部 > 東部	工作人員 > 親屬	第三次 > 第一次

資料來源：本研究整理。

第四節 100年全中運參與動機、涉入程度與滿意度間相關分析

此部分主要在考驗假設四：參與者參與動機與涉入程度間無顯著相關、假設五：參與者涉入程度與滿意度間無顯著相關、假設六：參與者參與動機與滿意度間無顯著相關，經由494位受測對象對各構面間，做兩兩相關檢定之測試，並以Pearson積差相關分析為考驗，各架構間皆以($p < .05$)為達顯著水準。

一、參與動機與涉入程度之相關係數

經由494位受測對象對參與者動機與涉入程度構面，間做相關檢定之測試，並以Pearson積差相關分析為考驗，在表4-32中，參與者動機與涉入程度構面間的相關係數為0.727皆達顯著水準($p < .05$)，具有顯著的正相關存在，與假設四：參與者參與動機與涉入程度間無顯著相關，排斥因此拒絕假設四。

表 4-32

參與動機與涉入程度間之相關係數

	參與動機
涉入程度	0.727***

* $P < .05$

二、涉入程度與滿意度間之相關係數

經由494位受測對象對涉入程度與滿意度構面間，做相關檢定之測試，並以Pearson積差相關分析為考驗，在表4-33中，涉入程度與滿意度構面間的相關係數為0.639皆達顯著水準($p < .05$)，具有顯著的正相關存在，與假設五：參與者涉入程度與滿意度間無顯著相關，排斥因此拒絕假設五。

表 4-33

涉入程度與滿意度間之相關係數

	涉入程度
滿意度	0.639***

*P<.05

三、參與動機與滿意度間之相關係數

經由494位受測對象對參與者動機與滿意度構面間，做相關檢定之測試，並以Pearson積差相關分析為考驗，在表4-34中，參與者動機與滿意度構面間的相關係數為0.664皆達顯著水準(p<.05)，具有顯著的正相關存在，與假設六：參與者參與動機與滿意度間無顯著相關，排斥因此拒絕假設六。

表 4-34

參與動機與滿意度間之相關係數

	參與動機
滿意度	0.664***

*P <.05

第五節 討論

本節主要在根據研究目的與假設的架構，並依資料分析的結果進行討論，內容共分為五小節：一、100年全中運參與者之現況討論，二、100年全中運參與者參賽動機之差異性討論，三、100年全中運參與者涉入程度之差異性討論，四、100年全中運參與者滿意度之差異性討論，五、100年全中運參與者參與動機、涉入程度與滿意度相關之探討。

一、100年全中運參與者之現況討論

在參與者性別方面：男性267名(54%)，女性227名(46%)，其所佔之比例差異不太。在「年齡」方面：參與者以17~21歲居多，共186名(37.7%)，第二為12~16歲，128名(25.9%)。在「教育程度」方面：參與者以高中(職)居多，共190名(38.5%)，第二名大學，131名(26.5%)。在「職業狀況」方面：參與者以學生居多，387名(78.3%)，第二名軍公教，55名(11.1%)。在「居住地」方面：參與者以中部居多226名(45.7%)，第二名北部，176名(35.6%)。在「參與者身份」方面：參與者以選手居多，232名(47.0%)，第二名隊職員，101名(20.4%)。在「第幾次參與全中運」方面：以第四次以上者居多，262名(53.0%)，第二名為第二次者，127名(25.7%)。

二、100年全中運參與者參賽動機之差異性討論

在參與動機方面，100年全中運參與者參賽動機最高的構面為「自尊需求」(M=4.22, SD=0.791)，得分題項最高前三名分別為「可以讓我獲得成就感」(M=4.27, SD=0.832)、「可以讓我更了解運動競賽制度」(M=4.25, SD=0.844)、「可以讓我學習到更多運動技能」(M=4.25, SD=0.867)。此結論與許惠英(2004)探討高中羽球選手、黃國恩(1996)探討大專柔

道選手、吳佩璟（2009）探討全中運參賽選手之結果皆不同，大多數文獻皆指出參與動機最高為健康及技術方面，但本研究結果顯示：100年全國中等學校運動會參與者較重視「自尊需求」（ $M=4.22$ ， $SD=0.791$ ）與「自我實現需求」（ $M=4.19$ ， $SD=0.744$ ）。

就「教育程度」而言，國中之參與者的「自尊需求」與「自我實現需求」構面皆顯著高於大學、研究所及高中。就「參與者身分」而言一般觀眾之參與者的「自尊需求」與「自我實現需求」構面皆顯著高於隊職員、親屬、選手、工作人員。根據此結果本研究推論：因為就「教育程度」而言國中程度及就「參與者身分」而言一般觀眾之參與者，參與大型賽會次數不多，因而在參與動機中對於「自尊需求」與「自我實現需求」兩構面會較為顯著。

三、100年全中運參與者涉入程度之差異性討論

賴昇宏（2006）研究發現涉入程度的不同對於認知會有所差異，在涉入程度方面，100年全中運參與者涉入程度最高的構面為「心理層面」（ $M=4.04$ ， $SD=0.670$ ），得分題項最高前三名分別為「本次全中運的經驗是非常愉快的」（ $M=4.17$ ， $SD=0.804$ ）、「非常重視參與這次全中運的機會」（ $M=4.06$ ， $SD=0.854$ ）、「會關心全中運相關報導與資訊」（ $M=3.91$ ， $SD=0.812$ ）。

就參與者「年齡」而言，37~41歲之參與者的「心理層面」構面皆顯著高於12~16歲、22~26歲、32~36歲及17~21歲。就參與者「教育程度」而言，國中之參與者的「心理層面」構面皆顯著高於大學、高中及研究所。就參與者「居住地」而言，中部之參與者的「心理層面」構面皆顯著高於北部及南部。就

參與者「參與者身分」而言，一般觀眾之參與者的「心理層面」構面皆顯著高於隊職員、親屬、選手及工作人員。就參與者「參與次數」而言，第二次之參與者的「心理層面」構面最顯著。此結論可以與陸運嫻（2004）提到涉入程度會影響消費者心理的許多評量標準的意義相呼應。

四、100年全中運參與者滿意度之差異性討論

在滿意度方面，100年全中運參與者滿意度最高的構面為「人員服務」（ $M=3.71$ ， $SD=0.606$ ），得分題項最高前三名分別為「全中運各服務處之規劃」（ $M=3.76$ ， $SD=0.708$ ）、「全中運決賽時間安排」（ $M=3.75$ ， $SD=0.706$ ）、「全中運整體賽程進行的流暢性」（ $M=3.75$ ， $SD=0.726$ ）。

就參與者「年齡」而言，22~26歲之參與者的「人員服務」構面皆顯著高於12~16歲、27~31歲、17~21及32~36歲。就參與者「教育程度」而言，大學之參與者的「人員服務」構面皆顯著高於國中（含）以下、高中（職）、專科及研究所。就參與者「職業狀況」而言學生之參與者的「人員服務」構面皆顯著高於軍公教。就參與者「居住地」而言，中部之參與者的「人員服務」構面皆顯著高於北部、南部及東部。就參與者「參與者身分」而言，一般觀眾之參與者的「人員服務」構面皆顯著高於隊職員、工作人員、選手及親屬。就參與者「參與次數」而言，第二次之參與者的「人員服務」構面最顯著。根據文獻顯示：謝鎮偉、陳鴻雁（2001）提出90年大運會選手整體滿意度最高為「比賽設施與賽程進行」，最低為「交通服務」；此結果顯示舉辦大型賽會之項目繁雜，各賽會主辦單位若無法兼顧選手的各項需求、細心辦理大型賽會，每次賽會選手皆會有不滿意之處，因此大會主辦單位應藉由功能面來改善（如：

大會形象、運動場設施、賽程編排與進行、人員服務、行政措施) 以提升服務品質進而提高參與者滿意度。

五、100年全中運參與者參與動機、涉入程度與滿意度相關之探討

本研究經由皮爾森積差相關結果顯示：100年全中運參與者參與動機、涉入程度與滿意度間達顯著相關。此結果與彭小惠(2005)、張佩娟(2003)所提出動機與滿意度有相關；賴昇宏(2005)提出涉入程度與滿意度有相關；吳佩璟(2009)提出動機、涉入程度與滿意度有相關之結果相同。

第五章 結論與建議

本章的主要目的在於將：一、100年全中運參與者之現況，二、100年全中運參與者參賽動機之差異性，三、100年全中運參與者涉入程度之差異性，四、100年全中運參與者滿意度之差異性，五、100年全中運參與者參與動機、涉入程度與滿意度之相關，作整體敘述，並依據研究結果提出具體建議。本章將分為第一節結論；及第二節建議加以敘述。

第一節 結論

一、100年全中運參與者之現況

100年全中運參與者以男性居多，占總樣本數的54%；「年齡」層面參與者以17~21歲居多，占總樣本數的37.7%；「教育程度」層面參與者以高中（職）居多，占總樣本數的38.5%；「職業狀況」層面參與者以學生居多，占總樣本數的78.3%；「居住地」層面參與者以中部居多，占總樣本數的45.7%；「參與者身份」層面參與者以選手居多，占總樣本數的47.0%；「第幾次參與全中運」層面參與者以第四次以上者居多，占總樣本數的53.0%。

二、100年全中運參與者參賽動機之差異性

（一）100年全中運參與者參賽動機最高的構面為「自尊需求」（ $M=4.22$ ， $SD=0.791$ ），得分題項最高為「可以讓我獲得成就感」（ $M=4.27$ ， $SD=0.832$ ）。

（二）不同人口統計變項之參與者參與動機有部分顯著差異存在。

不同人口統計變項的參與者在參賽動機上之差異分析結果，發現100年全中運參與者，在人口統計特性的七個變項中（包括性別、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與

者身分與第幾次參與全中運)，「年齡」、「教育程度」、「參與者身分」與「第幾次參與全中運」與參賽動機間有顯著差異存在，因此拒絕部分假設一：不同人口統計變項之參與者參與動機無顯著差異。

三、100 年全中等運參與者涉入程度之差異性

- (一) 100 年全中運參與者涉入程度最高的構面為「心理層面」(M =4.04，SD=0.670)，得分題項最高為「本次全中運的經驗是非常愉快的」(M =4.17，SD =0.804)。
- (二) 不同人口統計變項之參與者涉入程度有部分顯著差異存在。

不同人口統計變項的參與者在涉入程度上之差異分析結果，發現 100 年全中運參與者，在人口統計特性的七個變項中（包括性別、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參與者身份與第幾次參與全中運），「年齡」、「教育程度」、「居住地」、「參與者身份」與「第幾次參與全中運」與涉入程度間有顯著差異存在，因此拒絕部分假設二：不同人口統計變項之參與者涉入程度無顯著差異。

四、100 年全中等運參與者滿意度之差異性

- (一) 100 年全中運參與者滿意度最高的構面為「人員服務」(M=3.71，SD=0.606)，得分題項最高為「全中運各服務處之規劃」(M=3.76，SD=0.708)。
- (二) 不同人口統計變項之參與者滿意度有部分顯著差異存在。

本研究在不同人口統計變項的參與者在滿意度上之差異分析結果，發現 100 年全中運參與者，在人口統計特性的七個變項中（包括性別、年齡、教育程度、職業狀況、居住地、參

與者身份與第幾次參與全中運)，「年齡」、「教育程度」、「職業狀況」、「居住地」、「參與者身份」與「第幾次參與全中運」與滿意度間有部分顯著差異存在，因此拒絕假設三：不同人口統計變項之參與者滿意度無顯著差異。

五、100年全中運參與者參與動機、涉入程度與滿意度之相關

(一) 參與動機與涉入程度間呈現正相關

本研究在經過Pearson相關分析後得知，參與者「參與動機」與「涉入程度」構面間的相關係數為0.727皆達顯著水準($p < .05$)，具有顯著的正相關存在，因此拒絕假設四：參與者參與動機與涉入程度間無顯著差異，也就是說參與者動機強烈，對其整體涉入程度也會強烈。

(二) 涉入程度與滿意度間呈現正相關

本研究在經過Pearson相關分析後得知，參與者「涉入程度」與「滿意度」構面間的相關係數為0.639皆達顯著水準($p < .05$)，具有顯著的正相關存在，因此拒絕假設五：參與者涉入程度與滿意度間無顯著差異，也就是說參與者涉入程度強烈，對其整體滿意度也會強烈。

(三) 參與動機與滿意度間呈現正相關

本研究在經過Pearson相關分析後得知，「參與者動機」與「滿意度」構面間的相關係數為0.664皆達顯著水準($p < .05$)，具有顯著的正相關存在，因此拒絕假設六：參與者參與動機與滿意度間無顯著差異，也就是說參與者動機強烈，對其整體滿意度也會強烈。

第二節 建議

本研究的最終目的在於瞭解100年全中運參與者參與動機、涉入程度與滿意度之研究，因此根據本研究之研究結果、討論及結論，進而對全中運主辦單位提出下列具體建議，並且提出與本研究相關之未來研究者對後續研究之建議：

一、對全中運主辦單位之建議

(一) 鞏固主要參與者群，並積極開發其他參與者群

任何運動賽會要是沒有辦法吸引參與者進場參加賽會，就會失去運動賽會應有的意義與光環，因此參與者乃為運動賽會舉辦成功與否的重要指標。而本研究中所調查的參與者年齡也大多分布於12~21歲居多，職業多為學生與軍公教，參與者身分多為選手與隊職員，因此鞏固目前主要參與者群，並積極開發其他參與者群為重點策略，本研究建議往後辦理全國中等學校運動會賽事安排能以假期為主或寒暑假等時期，而賽程安排能以下午及晚間為主，讓其他層級之參與者有機會在下班或下課的許可時間前往觀看比賽，並能鞏固目前主要參與者群，也進而開發出新的參與者層級。

(二) 賽會管理人員證照化

社會資源贊助及商業性行銷已成為運動賽事的一項勢，因此創造出賽會之品牌特色、提昇賽會品質、提高參與者之滿意度，進而吸引更多參與者的目光、留住更多的參與者、創造更多的商機，則成為運動賽事主辦者現今重要的觀念。本研究建議往後辦理全國中等學校運動會主辦者應投入培訓更多的賽會管理人才證照化，使賽會管理人才接受更多更專業的訓練，進而提升運動賽會的品質，如此才能吸引更多的參與者參加運動賽會，進而企業贊助的意願也才會相對的提高。

(三) 提供不同族群的行銷策略，進而提升參與意願

根據本研究結果看出，若要提升參與者之滿意度，則必須提升參與者之參與動機與涉入程度。因此本研究建議主辦單位應針對不同族群提供不同的行銷策略，加強參與者之動機及涉入程度，以提升參與者之滿意度，進而提升參與意願。

二、 未來研究者對後續研究之建議

(一) 就研究時間與對象而言

基於全國中等學校運動會的賽事安排與比賽場地之因素，研究者僅以隨機抽樣做為問卷實施的主要對象，然研究之結果只能侷限於此範圍，故後續研究者可將研究時間與對象擴大、拉長，並增加受試者之人數，以擴大研究結果之推論範圍。本研究對象只侷限於全國中等學校運動會參與者為主，而對贊助商不在本研究範圍內，因此建議後續研究者研究對象可擴大到贊助商。

(二) 就研究方法而言

本研究之研究方法以問卷調查法，雖然可以從研究結果中得知參與者心中對於賽事的各種心理價值與認知，但研究結論只能利用研究結果數據顯示與文獻推論得知，因此並不能夠周延及深入，且無法確實瞭解參與者較深層的想法與感受。因此建議後續研究者在運用問卷調查法同時，也可適度採用深入訪談和參與觀察等質性研究方式，更深入應證參與者參賽動機、涉入程度、滿意度的認知態度。

(三) 就研究設計而言

本研究是以全國中等學校運動會參與者參賽動機、涉入程度、滿意度為主要探討變項，建議未來研究者可以增加其他變項，如參與者態度、體驗程度、忠誠度等變項，使研究更趨完整充足。

參考文獻

一、中文文獻

- 王沛泳 (2001)。球迷參與行為及參與滿意度之影響因素-統一獅實證研究 (未出版之碩士論文)。國立成功大學，台南市。
- 王居卿、張威龍、陳明杰譯 (2002)。行銷學原理與觀點第三版。台北：前程企業管理有限公司。
- 王敦韋 (2005)。運動贊助效益之研究—以第二屆超級籃球聯賽(SBL)為例 (未出版之碩士論文)。國立朝陽科技大學，台中市。
- 方信淵 (1998)。公立大學游泳池對外開放顧客滿意度之比較研究—以台灣師大、清華大學為例 (未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，台北市。
- 方怡堯 (2002)。遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究—以溫泉遊客為例 (未出版之碩士論文)。國立台灣師範大學，台北市。
- 呂宛蓁 (2006)。職棒現場觀眾參與行為意圖模式之研究 (未出版之碩士論文)。國立台灣師範大學，台北市。
- 余幸秀 (2005)。臺北市社區大學學員參與休閒運動的動機與滿意度之研究 (未出版之碩士論文)。私立輔仁大學，臺北縣。
- 艾建宏 (2005)。台北市民運動中心消費者行為之研究 (未出版之碩士論文)。私立輔仁大學，臺北縣。
- 李孟陵 (2002)。消費者滿意度、涉入程度對其忠誠度影響之研究--以台北市咖啡連鎖店為例 (未出版之碩士論文)。交通大學，新竹縣。

- 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。2006年第四屆土地研究學術研討會，4，102-110。
- 李文瑞（2007）。外語大學的教育理念與實踐。語文與國際研究，4，119-125。
- 季力康，賴素玲，陳美燕（1955）。大專網球選手運動目標取向與運動動機之相關性研究。體育學報，20，1-12。
- 吳科驊（2006）。登山健行者休閒參與動機、持續涉入、休閒效益與幸福感之相關研究（未出版之碩士論文）。國立臺灣體育學院，台中市。
- 吳明隆、涂金堂（2007）。SPSS與統計應用分析。台北市：五南出版社。
- 吳珮璟（2009）。全國中等學校運動會選手參與動機、滿意度、涉入程度與賽會支持之研究（未出版之碩士論文）。國立臺灣體育學院，台中市。
- 吳坤瑤（2009）。跆拳道館消費者行為之研究—以南投縣跆拳道館為例（未出版之碩士論文）。國立臺灣體育學院，台中市。
- 林靈宏、劉水深、洪順慶（1994）。消費品類型、創新類型與新產品行銷策略關係研究。管理評論，13(1)，57-77。
- 林欽榮（2002）。人力資源管理。臺北市：揚智。
- 林衢良（2003）。大學生撞球參與者撞球場館滿意度、涉入程度與忠誠度之關係研究（未出版之碩士論文）。國立體育學院，桃園縣。
- 林曉怡（2005）。台南市國小游泳團隊學童運動參與動機與社會支持之研究（未出版之碩士論文）。台北市立體育

- 學院，台北市。
- 林千源、王忠茂（2005）。台灣球迷參與「運動賽會觀光」的目的與需求初探。2005年台灣體育運動與健康休閒發展趨勢研討會專刊，3，63-70。
- 依辭海（1985）。台灣職業棒球消費者行為研究（未出版之碩士論文）。國立政治大學，台北市。
- 何燕娟（2000）。嘉義技術學院體育運動舞蹈課參與動機之研究。中華體育，13(4)，51-60。
- 倪玉珊（2006）。94年全國青年盃木球錦標賽參賽選手滿意度之研究（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，台北市。
- 洪司桓（2003）。台灣職業棒球現場觀眾再購意願之研究（未出版之碩士論文）。國立台灣師範大學，台北市。
- 程紹同（2004）。運動賽會管理。臺北市：揚智文化。
- 徐達光（2003）。消費者心理學。台北市：東華書局。
- 許樹淵（2003）。運動賽會管理。臺北市：師大書苑。
- 許惠英（2004）。高中羽球代表隊選手運動參與動機之研究（未出版之碩士論文）。臺北市立體育學院，臺北市。
- 陸君約（1984）。影響國中生休閒活動的因素之研究-以高雄縣為例（未出版之碩士論文）。國立台東師範學院。台東縣。
- 陸運嫻（2004）。產品涉入程度、滿意度與再購行為之相關性-以產婦的醫療服務（未出版之碩士論文）。義守大學，高雄市。
- 黃俊英、賴文彬（1990）。涉入的理論發展與實務應用。管理科學學報，7(1)，15-30。

- 黃國恩 (1996)。我國大專柔道選手的柔道運動參與動機之研究。 **大專體育**， **26**， 193-199。
- 黃淑君、何宗隆 (2002)。台北縣立坪林茶業博物館遊客滿意度對重遊意願之影響， **觀光研究學報**， **7(2)**， 109-121。
- 黃淑君、何宗隆 (2002)。台北縣立坪林茶業博物館遊客滿意度對重遊意願之響。 **觀光研究學報**， **7(2)**， 109-121。
- 張春興 (1991)。 **心理學**。台北市：五南出版社。
- 張家銘、李一民、邱思慈 (2007)。運動賽會之運動觀光客參與行為模式之複核效度驗證。 **大專體育學刊**， **9(4)**， 85-98。
- 張佩娟 (2003)。 **休閒運動參與動機與滿意度之相關研究-以雲林醫院員工為例** (未出版之碩士論文)。國立雲林科技大學，雲林縣。
- 陳水源 (1988)。遊客遊憩需求與遊憩體驗之探討。 **戶外遊憩研究**， **1(3)**， 38-49。
- 陳學綿 (2001)。 **舞蹈才藝班消費者之行為研究-以臺中市綿綿舞蹈班為例** (未出版之碩士論文)。國立臺灣體育學院，台中市。
- 陳彥豪 (2004)。 **訓練制度與訓練認知對員工職能提升、組織承諾與工作投入之影響** (未出版之碩士論文)。國立中山大學，高雄市。
- 陳優華、簡彩完 (2005)。中華職棒大聯盟及球團服務品質、滿意度與忠誠度對球迷再購意願影響之驗證。 **明道學術論壇**， **1(1)**， 93-104。
- 陳挺豪 (2005)。開南管理學院學生運動狀況、態度、認知之研究。 **通識研究集刊**， **7**， 99-116。

- 陳薇先、邵于玲 (2006)。2004 ING台北國際馬拉松參賽者涉入程度、滿意度及再參賽意願之研究。北體學報，14，146-156。
- 陳建瑋 (2007)。休閒網球運動者目標取向、運動動機與運動依賴之相關研究 (未出版之碩士論文)。國立體育學院，桃園縣。
- 陳巧穎 (2007)。大會形象、考量因素對馬拉松賽會參與者行為模式之研究－以2007台灣國際馬拉松為例 (未出版之碩士論文)。國立臺灣體育學院，台中市。
- 陳肇芳 (2007)。大學校院學生休閒運動參與、涉入與滿意度關係之研究 (未出版之碩士論文)。國立嘉義大學，嘉義縣。
- 陳弘慶 (2007)。2006年全國大專運動會參與者之涉入程度、體驗行銷、滿意度及忠誠度之相關實證研究。運動休閒管理學報，4 (1)，14-33。
- 馬啟偉、張力為 (1996)。體育運動心理學。台北市：東華書局。
- 郭正德、徐揚 (2005)。全國運動會運動行銷理念與策略應用之探討。大專體育，77，105-111。
- 周紹忠、岑漢康 (2000)。體育心理學。台北市：亞太圖書出版社。
- 曾麗娟 (2001)。應用行動研究改善運動健身俱樂部服務品質之個案實證研究 (未出版之碩士論文)。國立臺灣體育學院，台中市。
- 蔡明達 (1989)。體育競賽活動觀賞行為之研究 (未出版之碩士論文)。國立台灣大學，台北市。

- 蔡瑞宇 (1996)。顧客行為學。臺北：天一圖書出版社。
- 葉重新 (2005)。教育心理學。台北：五南出版社。
- 賀力行、鍾政偉、陳桓敦 (2005)。應用冒險模型探討飛行傘活動參與者行為之研究。觀光研究學報，11(4)，275-300。
- 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 (未出版之碩士論文)。朝陽科技大學，台中市。
- 唐國峰 (2004)。正修科技大學興建體育館計畫評估指標之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺灣體育學院，台中市。
- 簡英智 (2006)。大專羽球選手參賽滿意度之研究－以中華民國九十五年全國大專校院運動會為例 (未出版之碩士論文)。國立台灣師範大學，台北市。
- 楊智強 (2002)。國小學童對舞蹈運動之消費行為研究以高雄市為例 (未出版之碩士論文)。國立臺灣體育學院，台中市。
- 楊書銘 (2003)。休閒運動消費者之研究－以臺南羽球館為例 (未出版之碩士論文)。國立臺灣體育學院，台中市。
- 楊美貞 (2004)。台灣地區女大學生性別角色與休閒運動之研究 (未出版之碩士論文)。銘傳大學，台北市。
- 楊治賢 (2007)。彰化縣跆拳道館學員參與動機與滿意度之研究。運動休閒管理學報，4(1)，34-44。
- 賴昇宏 (2005)。大專籃球聯賽現場觀眾滿意度、涉入程度與品牌權益之相關研究 (未出版之碩士論文)。國立臺南大學，台南市。
- 賴文彬 (1990)。涉入的理論發展與實務應用。管理科學學報，7(1)，14-15。

- 彭小惠 (2005)。UBA 主場運動觀眾之觀賞動機與滿意度研究。台灣體育運動管理學報，3，1-24。
- 韓大衛、郭正煜 (2002)。籃球運動代表隊參與動機之研究。91 年度體育學術研討會專刊，1，54-61。
- 劉照金、莊哲仁、沈裕盛 (2002)。大學生對全校運動會的目標認同傾向、涉入程度、外在影響程度及參與率之研究。大專體育學刊，4(2)，31-44。
- 劉照金 (2003)。志工在體育運動推展的運用。國民體育季刊，32(4)，17-26。
- 謝智謀 (1991)。職業棒球運動觀賞行為之研究 (未出版之碩士論文)。國立體育學院，桃園縣。
- 謝學儀 (1991)。中華職棒運動贊助效益之研究 (未出版之碩士論文)。私立銘傳大學，台北市。
- 謝鎮偉、陳鴻雁 (2001)。第三十一屆大專院校運動會參賽選手滿意度之研究。中華民國大專院校九十年度體育學術研討會專刊，4，54-69。
- 鍾志強 (1992)。職業運動與運動行銷。體育與運動，78，82-87。
- 鍾志強 (2005)。休閒運動態度對休閒運動參與的影響。休閒運動期刊，4，151-167。
- 廖文正 (2003)。球鞋業產品涉入程度與促銷活動對產品屬性影響之研究 (未出版之碩士論文)。淡江大學，台北市。
- 樓永堅 (2003)。魅力客服-客服中心的程序規劃。台北市：培生出版社。
- 盧俊宏 (2003)。規律運動、心理健康、和生活品質。國民體

育季刊，31(1)，60~73。

羅憲元（2006）。大專羽球選手參賽滿意度之研究－以中華民國九十五年全國大專校院運動會為例（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，台北市。

蘇明政（2004）。2004年宜蘭盃國際名校划船邀請賽運動觀光吸引力、服務妥善與忠誠度之研究（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，台北市。

二、英文文獻

- Arora, R. (1982). Validation of an S-O-R Model for Situation, Enduring, and Response Components of Involvement. *Journal of Marketing Research*, 19, 505-516.
- Albrecht, K. & R. Zemke. (1985). Serve america: doing business in the new economy, *Dow-Jones Irwin, Homewood, IL*, 129.
- Al-Thibiti, Y. (2004). A scale development for sport fan motivation. Unpublished doctoral dissertation. *The Florida state of University, Florida*.
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surrounding and employee responses. *Journal of Marketing Research*, 54, 69-82.
- Bettman, S. J. R. & Jacoby, S. J. (2002). Patterns of Processing in Consumer Information Processing, in Beverlee, B. A. ed, *Advances in Consumer Research*, 3, 315-320.
- Bernthal, Matthew J. & Peter, Graham J. (2003). The Effect of Sport Setting on Fan Attendance Motivation: The Case of Minor League Vs Collegiate Baseball. *Journal of Sport Behavior*, 26(3), 223-39.
- Cardozo, R. (1965). An Experimental Study of Customer effort, Expectation and Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2, 244-249.
- Caplan, C. (1974). *Support Systems and Community Mental Health*. N. Y: Behavioral Publications.
- Clarke, K. & R. Belk. (1978). The Effects of Product

- Involvement and Task Definition on Anticipated Consumer Effort. *Advances in Consumer Research*, 5, 313-318.
- Cohen, S & Wills, T. A. (1984). *Stress, social support and the buffering hypothesis*, *Psychological Bulletin*. 310-357.
- Charters, S & Pettigrew, S. (2002). Product Involvement and the Evaluation of Wine Quality, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9(2), 181-193.
- De Vellis, R. F. (1991). *Scale Development Theory and Application*. London: Sage.
- Eillman, D. Bryant, H & Sapolsky, B. S. (1979). *The Enjoyment of Watching Sport Contest*; in Goldtein J. (ed.) *Sport, Game and Play*, N. J: L Elbraum Assoc. 297-335.
- Folkes, V. S. (1984). Consumer Reactions to Product Failures: An Attributional Approach, *Journal of Consumer Research*, 10, 389-409.
- Fornell, Claes. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56, 6-21.
- Gursoy, D. Juroeski, C & Uysal, M. (2002). Resident attitudes a structural modeling approach, *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Gantz, W. (1981). An exploration of viewing motives and behaviors associated with television sports. *Journal of Broadcasting*, 12, 263-275.
- Gantz, W & Wenner, L. A. (1991). Men, women, and sports:

- Audience experiences and effects. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 35, 233-243.
- Houston, M. J & Rothschild, M. L. (2003). *Conceptual and Methodological Perspective in Involvement, Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Directions*. Chicago, IL: American Marketing Association.
- Hurley, N. T. & Hooman, D. M. (1998). Differential Involvement with Products and Issues. *Journal of Retailing*, 65, 26-35.
- Joreskog, K. G. & Sorbom, D. G. (2000). *LISREL VI, Analysis of Linear Structural Relationships by Maximum Likelihood, Instrumental Variables, and Least Squares Methods*. 7th ed, Mooresville: Scientific Software.
- Krugman, H. E. (1965). The Impact of Television Advertising Learning without Involvement, *Public Opinion Quarterly*, 29, 349-356.
- Krugman, H. E. (1967). The Measurement of Advertising Involvement, *Public Opinion Quarterly*, 30, 583-596.
- Kim, S. S. Scott, D & Crompton, J. L. (1997). An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intentions in the context of bird watching. *Journal of Leisure Research*, 29(3), 320-341.
- Kotler, P. (1998). *Marketing Management: Analysis Planning, Implementation and Control*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Krugman, H. E. (2001). The Impact of Television Advertising

- Learning without Involvement, *Public Opinion Quarterly*, 29, 349-356.
- Kramer, R. M. (2001). *Voluntary Agencies and the Personal Social Service*. New Haven: Yale University.
- Kaiser, R. L. (1974). *Aging and Social Support*. *Sport Marketing Quarterly*, 3(2), 43-53.
- Major, W. F. (1989). *Serious running: An interpretive analysis*. Unpublished doctoral dissertation, University of Georgia, Athens, Georgia.
- Major (1988). The personal Meaning Participation: Enduring Involvement. *Journal of Leisure Research*, 21(2), 167-179.
- Matsuoka, H; Chelladurai, P & Harada, M. (2003). Direct and interaction effects of team identification and satisfaction on intention to attend games. *Sport Marketing Quarterly*, 12(4), 244-253.
- Mcquarrie, E. F & Munson, J. M. (1987). Consumer Search: An Extended Framework, *Journal of Consumer Research*, 13(1), 119-126.
- Oliver, Richard L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Oliver, Richard L and Wayne S. DeSarbo. (1988). Response Determinants in Satisfaction Judgments. *Journal of Consumer Research*, 14, 495-507.
- Rim HJ. (2005). Clonorchiasis: an update. *J Helminthol*, 79,

269-281.

- Sherif, M and H. Cantril. (1947). *The Psychology of Ego-Involvement*. New York: JohnWiley and Sons.
- Swan, J. E & Trawick, F. (1981). Disconfirmation of expectations and satisfaction with retail service. *Journal of Retailing*, 57, 49-67.
- Swan, J. E. (1983). Product performance and consumer satisfaction: a new concept, *Journal of Marketing*, 40, 27-32.
- Tyebjee, T. T. (1979). Response Time, Conflict, and Involvement in Brand Choice, *Journal of Consumer Research*, 6, 295-304.
- Weiner, Bernard(1985). An Attributional Theory of Achievement Motivation and Emotion. *Psychological Review*, 92, 548-573.
- Wenner, L. A. (1989). *Media, sports and society: The research agenda*. In L .A. Wenner, *Media, sports and society*. Newbury Park: Sage.
- Wright, P. L. (2001). The Cognitive Processes Mediating Acceptance of Advertising, *Journal of Marketing Research*, 10, 53-62.
- Wozniak(2001). *Consumer Behavior*. Prentice- Hall Inc.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341-353.
- Zhang, etal(2001). Effect of emission control on water quality of the Taihu Lake. *Rural Eco-Environ*, 17(1): 44-47.

附錄一 預試問卷

您好：

首先感謝您的協助，使本研究能順利進行。這是一份學術性的問卷，主要目的在於了解參與100年港都盃全國中等學校田徑錦標賽參與者動機、涉入程度及滿意度的看法。本問卷共分為四個部分，問卷並無對或錯的標準答案，您只要依個人的想法填寫即可。其結果僅供學術研究用，絕不對外公開，請您安心填寫。

最後，再次感謝您的支持與合作。

若您對本研究有任何問題或建議

請電洽：0917336358

E-mail：ray0917336358@yahoo.com.tw

國立台灣體育學院運動管理學系碩士班

研究生：林柏遠 敬啟

指導教授：王慶堂 博士

中華民國100年3月

第一部分：基本資料

填答說明：本部份是關於您個人的基本資料，所有的資料僅作為研究統計使用，絕不對外公開，請您放心作答，並請在各項敘述中選擇適合的中打，謝謝您。

一、性別 男 女

二、年齡 12~16歲 17~21歲 22~26歲 27~31歲 32~36歲
37~41歲 42歲以上

三、教育程度 國中（含）以下 高中（職） 專科 大學
研究所以上

四、職業狀況 學生 軍公教 工商業 農林魚牧 服務業
自由業

五、居住地

- 北部：臺北市、新北市、桃園縣、新竹縣、新竹市、基隆市
- 中部：苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣
- 南部：嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣
- 東部：宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣
- 離島：澎湖縣、金門縣、連江縣

六、參與者身分：選手 隊職員 親屬 工作人員 一般觀眾

其它 ()

七、這是您第幾次參與港都盃：

- 第一次 第二次 第三次 第四次以上

第二部分：參與動機

填答說明：以下各問題，請依照您主觀的認知來填寫最適合之選項，並請在適合的中打✓

非
常
不
同
意

不
普
同
意

非
常
同
意

【生理需求】

- 1. 參與港都盃可以讓我增進體能。
- 2. 參與港都盃可以使我更健康。
- 3. 參與港都盃可以培養肢體運用能力。
- 4. 參與港都盃可以增加自己的應變能力。

【心理需求】

- 5. 我會因為可以參與港都盃而感到愉快。
- 6. 參與港都盃可以享受運動本身的樂趣。
- 7. 參與港都盃是對於比賽感到好奇。

非
常
不
同
意
不
同
意
普
通
意
同
意
非
常
同
意

8. 參與港都盃是喜歡比賽熱鬧的加油氣氛。
9. 參與港都盃可以紓解課業及生活壓力。
10. 參與港都盃是喜歡比賽結果的不確定性。
11. 參與港都盃是喜歡參賽選手的拼勁與團隊合作的精神。

【社會需求】

12. 參與港都盃可以讓我增進人際關係。
13. 參與港都盃可以得到別人的重視。
14. 參與港都盃可以學會與別人溝通。
15. 參與港都盃可以讓我增廣見聞增進社會經驗。

【自尊需求】

16. 參與港都盃可以讓我獲得成就感。
17. 參與港都盃可以得到別人的稱讚。
18. 參與港都盃可以讓我更有信心。

【自我實現需求】

19. 參與港都盃可以讓我學習到更多運動技能。
20. 參與港都盃可以讓我展現自我的運動潛能。
21. 參與港都盃可以讓我更了解運動競賽制度。
22. 參與港都盃可以讓我培養終身運動習慣。
23. 參與港都盃可以讓我實現自我目標與理想。

第三部分：涉入程度

【心理層面】

24. 我非常重視參與這次港都盃的機會。
25. 對我而言，參與本次港都盃的經驗是非常愉快的。

非
常
不
同
意
不
同
意
普
通
意
同
意
非
常
同
意

26. 就算沒有自己想觀看的比賽我還是會想到比賽會場觀看比賽。

【行為層面】

27. 我會關心港都盃的相關報導與資訊。

28. 我對於本次港都盃之吉祥物非常了解與熟悉。

29. 我對於本次港都盃之大會標語 (Slogan) 非常了解與熟悉。

30. 我對於本次港都盃之標誌 (LOGO) 非常了解與熟悉。

31. 為了參與這次港都盃，我會花許多時間安排要觀看的賽程。

32. 參與觀看比賽中，我會分析比賽內容。

第四部分：滿意度

【大會形象】

33. 對於本次港都盃開幕典禮感到。

34. 對於本次港都盃閉幕典禮感到。

35. 對於本次港都盃吉祥物感到。

36. 對於本次港都盃標誌 (LOGO) 感到。

37. 對於本次港都盃大會標語 (Slogan) 感到。

38. 對於本次港都盃舉辦之整體印象感到。

【運動設施】

39. 對於本次港都盃各場地配置位置感到。

40. 對於本次港都盃比賽場地及設施感到。

41. 對於本次港都盃觀眾席的設備感到。

42. 對於本次港都盃的整體環境整潔感到。

【賽程編排與進行】

43. 對於本次港都盃預賽時間安排感到。

請繼續填寫下一頁

非
常
不
同
意
不
同
意
普
通
意
同
意
常
同
意

44. 對於本次港都盃決賽時間安排感到。

45. 對於本次港都盃整體賽程進行的流暢性感到。

46. 對於本次港都盃整體賽程安排感到。

【人員服務】

47. 對於本次港都盃服務人員的態度感到。

48. 對於本次港都盃各服務處之規劃感到。

49. 對於本次港都盃醫護人員的醫護品質感到。

50. 對於本次港都盃裁判執法的專業知識與素養感到。

【行政措施】

51. 對於本次港都盃交通車（交通管制）配置感到。

52. 對於本次港都盃網站設計感到。

53. 對於本次港都盃比賽場地附近周邊廣告看板感到。

54. 對於本次港都盃比賽場地附近周邊活動的設置感到。

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

附錄二 正式問卷 調查問卷

您好：

首先感謝您的協助，使本研究能順利進行。這是一份學術性的問卷，主要目的在於了解參與100年全國中等校運動會參與者動機、涉入程度及滿意度的看法。本問卷共分為四個部分，問卷並無對或錯的標準答案，您只要依個人的想法填寫即可。其結果僅供學術研究用，絕不對外公開，請您安心填寫。

最後，再次感謝您的支持與合作。

若您對本研究有任何問題或建議

請電洽：0917336358

E-mail：ray0917336358@yahoo.com.tw

國立台灣體育學院運動管理學系碩士班

研究生：林柏遠 敬啟

指導教授：王慶堂 博士

中華民國100年4月

第一部分：基本資料

填答說明：本部份是關於您個人的基本資料，所有的資料僅作為研究統計使用，絕不對外公開，請您放心作答，並請在各項敘述中選擇適合的中打，謝謝您。

一、性別 男 女

二、年齡 12~16歲 17~21歲 22~26歲 27~31歲 32~36歲 37~41歲
42歲以上

三、教育程度 國中(含)以下 高中(職) 專科 大學 研究所以上

四、職業狀況 學生 軍公教 工商業 農林魚牧 服務業 自由業

五、居住地

北部：臺北市、新北市、桃園縣、新竹縣、新竹市、基隆市

中部：苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣

南部：嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣

東部：宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣

離島：澎湖縣、金門縣、連江縣

請繼續填寫下一頁

六、參與者身分：選手 隊職員 親屬 工作人員 一般觀眾 其它()

七、這是您第幾次參與全中運：

第一次 第二次 第三次 第四次以上

第二部分：參與動機

填答說明：以下各問題，請依照您主觀的認知來填寫最適合之選項，並請在適合的□中打✓

非
常
不
同
意
不
同
意
普
通
意
同
常
同
意

【生理需求】

1. 參與全中運可以讓我增進體能。
2. 參與全中運可以使我更健康。
3. 參與全中運可以培養肢體運用能力。
4. 參與全中運可以增加自己的應變能力。

【心理需求】

5. 我會因為可以參與全中運而感到愉快。
6. 參與全中運可以享受運動本身的樂趣。
7. 參與全中運是對於比賽感到好奇。
8. 參與全中運是喜歡比賽熱鬧的加油氣氛。
9. 參與全中運可以紓解課業及生活壓力。
10. 參與全中運是喜歡比賽結果的不確定性。
11. 參與全中運是喜歡參賽選手的拼勁與團隊合作的精神。

【社會需求】

12. 參與全中運可以讓我增進人際關係。
13. 參與全中運可以得到別人的重視。

請繼續填寫下一頁

非
常
不
同
意
不
同
意
普
通
意
同
意
非
常
同
意

14. 參與全中運可以學會與別人溝通。

15. 參與全中運可以讓我增廣見聞增進社會經驗。

【自尊需求】

16. 參與全中運可以讓我獲得成就感。

17. 參與全中運可以得到別人的稱讚。

18. 參與全中運可以讓我更有信心。

【自我實現需求】

19. 參與全中運可以讓我學習到更多運動技能。

20. 參與全中運可以讓我展現自我的運動潛能。

21. 參與全中運可以讓我更了解運動競賽制度。

22. 參與全中運可以讓我培養終身運動習慣。

23. 參與全中運可以讓我實現自我目標與理想。

第三部分：涉入程度

【心理層面】

24. 我非常重視參與這次全中運的機會。

25. 對我而言，參與本次全中運的經驗是非常愉快的。

26. 就算沒有自己想觀看的比賽我還是會想到比賽會場觀看比賽。

【行為層面】

27. 我會關心全中運的相關報導與資訊。

28. 我對於本次全中運之吉祥物非常了解與熟悉。

29. 我對於本次全中運之大會標語 (Slogan) 非常了解與熟悉。

30. 我對於本次全中運之標誌 (LOGO) 非常了解與熟悉。

31. 為了參與這次全中運，我會花許多時間安排要觀看的賽程。

請繼續填寫下一頁

非
常
不
同
意
不
同
意
普
通
意
同
意
非
常
同
意

32. 參與觀看比賽中，我會分析比賽內容。

第四部分：滿意度

【大會形象】

33. 對於本次全中運開幕典禮感到。

34. 對於本次全中運閉幕典禮感到。

35. 對於本次全中運吉祥物感到。

36. 對於本次全中運標誌 (LOGO) 感到。

37. 對於本次全中運大會標語 (Slogan) 感到。

38. 對於本次全中運舉辦之整體印象感到。

【運動設施】

39. 對於本次全中運各場地配置位置感到。

40. 對於本次全中運比賽場地及設施感到。

41. 對於本次全中運觀眾席的設備感到。

42. 對於本次全中運的整體環境整潔感到。

【賽程編排與進行】

43. 對於本次全中運預賽時間安排感到。

44. 對於本次全中運決賽時間安排感到。

45. 對於本次全中運整體賽程進行的流暢性感到。

46. 對於本次全中運整體賽程安排感到。

【人員服務】

47. 對於本次全中運服務人員的態度感到。

48. 對於本次全中運各服務處之規劃感到。

49. 對於本次全中運醫護人員的醫護品質感到。

請繼續填寫下一頁

非
常
不
同
意
不
同
意
普
通
意
同
意
非
常
同
意

50. 對於本次全中運裁判執法的專業知識與素養感到。

【行政措施】

51. 對於本次全中運交通車（交通管制）配置感到。

52. 對於本次全中運網站設計感到。

53. 對於本次全中運比賽場地附近周邊廣告看板感到。

54. 對於本次全中運比賽場地附近周邊活動的設置感到。

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