

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文
A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF
TOURISM MANAGMENT, DEPARTMENT OF TOURISM
MANAGEMENT ,NAN HUA UNIVERSITY

運動觀光參與者之賽會服務品質與城市意象對觀光效益之影響
---以2014全民運動會為例

Study Of Sports Tourism Participants' Perceptions Of Tournament Service Quality,
City Image Effect On The Tourism Benefits – An Example Of 2014 Citizens Games

研 究 生：涂國祥

GRADUATE STUDENT: KUO-HSIANG TU

指 導 教 授：許伯陽 博士

ADVISOR: PO-YANG HSU Ph.D.

中 華 民 國 1 0 4 年 6 月

南 華 大 學
旅遊管理學系旅遊管理碩士班
碩 士 學 位 論 文

運動觀光參與者之賽會服務品質與城市意象對觀光效益之
影響---以2014全民運動會為例

研究生：涂國祥

經考試合格特此證明

口試委員：吳崇禎
何德志
許伯陽

指導教授：許伯陽

系主任(所長)：

口試日期：中華民國

104年 6月 23日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班

103學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：運動觀光參與者之賽會服務品質與城市意象對觀光效益之影響---以2014全民運動會為例

研究生：涂國祥

指導教授：許伯陽博士

論文摘要內容：

本研究旨在瞭解2014全民運動會賽會期間，參與者對於嘉義市之城市意象以及賽會服務品質是否會對城市的觀光效益造成影響。透過對賽會服務品質和城市意象的定義探討以及對2014嘉義全民運動會現況分析，來設計所需要的問卷題項和推論可能產生的觀光效益。產出研究架構後，利用問卷調查法，問卷總計發放500份，回收有效問卷362份，有效回收率72.4%。以SPSS 20.0進行資料的處理與分析。研究結果顯示：(1) 2014全民運動會吸引了許多年輕學生族群，其消費能力較低；在行程規畫上較少配合其他觀光景點，屬於單純的參加運動賽會。(2) 有順道拜訪嘉義其它觀光景點的參與者會對賽會服務品質和城市意象有更正向的認同。(3) 城市意象會影響參與者對觀光效益的看法，且具有70.5%的解釋能力。(4) 城市意象在賽會服務品質對觀光效益的影響中，有部分中介的效果。使得服務品質對觀光效益的直接效果為低度相關。最後建議主辦單位未來多規劃運動觀光的套裝行程，讓參與者對服務品質與城市意象有更正向的感受進而增進觀光效益。

關鍵詞：賽會服務品質、城市意象、觀光效益、全民運動會

Title of Thesis : Study Of Sports Tourism Participants' Perceptions Of Tournament Service Quality, City Image Effect On The Tourism Benefits – An Example Of 2014 Citizens Games

Name of Institute : Master program of Tourism management, Department of Tourism Management ,Nan Hua

Graduate Date : June 2015

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : KUO-HSIANG TU

Advisor : PO-YANG HSU Ph.D.

Abstract

This study designed to understand if sports tourism participants' perceptions of tournament service quality, city image will effect on the tourism benefits during the 2014 Citizens Games. Through the definition of service quality and the city tournament imagery discussion as well as analysis of the current situation the 2014 Citizens Games, to design the questionnaire questions of required and deduce the tourism benefits that may arise. After Output of architecture, used questionnaires, 500 questionnaires were issued, 362 valid questionnaires were collected, 72.4% of the valid questionnaires. Finally, the data used spss20.0 for data processing and analysis. The results show:(1) the 2014 Citizens Games attracted many young student population, lower their spending power, on the trip planning less with other tourist attractions. Belonging to simply participate in sporting events.(2) There take the opportunity to visit other tourist attractions in Chiayi participants have more recognition for tournament service quality and city image.(3) The city Image effect participants' perceptions of the tourism benefits. 70.5% explanatory power.(4) Image of the City will be part mediation effects in tournament service quality benefits . Things direct effect on tournament service quality for the benefit of low correlation . Finally, we recommend the organizers should be more planning movement sightseeing package tour. Then, participants have more recognition for tournament service quality and the city image, and generally improving the tourism benefits.

Keywords : Tournament Service Quality, City Image, Tourism Benefits, Citizens Games

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iii
表目錄	v
圖目錄	vii
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.1.1 城市意象的重要性	2
1.1.2 賽會服務品質的重要性	2
1.1.3 以2014嘉義全民運動會為例的原因	3
1.2 研究目的	3
1.3 研究問題	4
1.4 研究範圍與限制	4
1.5 研究重要性	5
1.6 名詞釋義	6
第二章 文獻探討	8
2.1 2014全民運動會的發展與現況	8
2.1.1 全民運動會的歷史沿革	8
2.1.2 全民運動會的轉變	9
2.1.3 2014年全民運動會現況	14
2.2 運動觀光研究之回顧	15
2.3 賽會服務品質與相關研究	17
2.4 城市意象與相關研究	19
2.5 觀光效益研究之回顧	21
2.6 賽會服務品質、城市意象以及觀光效益之相關研究	23
2.6.1 城市意象與觀光效益的相關	23
2.6.2 賽會服務品質與城市意象的相關	24
2.6.3 賽會服務品質與觀光效益的相關	25
2.7 總 結	25
第三章 研究方法	27
3.1 研究流程	27
3.2 研究假設	29
3.3 研究架構	30
3.4 研究對象與抽樣	31
3.4.1 預試樣本	32

3.4.2 正式樣本·····	32
3.5 研究工具編製·····	33
3.5.1 量表編製·····	33
3.5.2 量表信效與效度考驗·····	38
3.6 資料處理·····	49
第四章研究結果與討論·····	50
4.1 本研究參與者樣本結構結果分析·····	50
4.1.1 研究結果·····	50
4.1.2 討論·····	55
4.2 本研究參與者之賽會服務品質、城市意象與觀光效益 之現況分析·····	56
4.2.1 研究結果·····	56
4.2.2 討論·····	60
4.3 不同背景變項參與者在賽會服務品質之差異情形分析··	61
4.3.1 研究結果·····	61
4.3.2 討論·····	69
4.4 不同背景變項參與者在城市意象之差異情形分析·····	70
4.4.1 研究結果·····	70
4.4.2 討論·····	78
4.5 本研究參與者在賽會服務品質與城市意象的感受對觀光 效益之影響·····	78
4.5.1 研究結果·····	79
4.5.2 討論·····	82
第五章結論與建議·····	85
5.1 結 論·····	85
5.2 建 議·····	87
參考文獻·····	89
一、中文部分·····	89
二、英文部分·····	93
三、網路資料·····	96
附錄一 正式問卷·····	97

表目錄

表 2.1 全民運動會歷屆資訊總表	9
表 2.2 歷屆競賽種類一覽表	11
表 2.3 運動觀光定義彙整表	15
表 2.4 賽會服務品質定義彙整表	17
表 2.5 城市意象定義彙整表	19
表 2.6 觀光效益定義彙整表	21
表 3.1 賽會服務品質量表題項	34
表 3.2 城市意象量表題項	36
表 3.3 觀光效益量表的題項	37
表 3.4 賽會服務品質量表項目分析摘要表	40
表 3.5 城市意象量表項目分析摘要表	41
表 3.6 觀光效益量表項目分析摘要表	42
表 3.7 賽會服務品質量表因素分析、信度分析	46
表 3.8 城市意象量表因素分析、信度分析	47
表 3.9 觀光效益量表因素分析、信度分析	48
表 4.1 人口統計變項次數分配表	52
表 4.2 賽會服務品質各次構面分析表	56
表 4.3 賽會服務品質題項得分排序	56
表 4.4 城市意象各次構面分析表	58
表 4.5 城市意象題項得分排序表	58
表 4.6 賽會觀光效益各次構面分析表	59
表 4.7 觀光效益的看法題項得分排序表	59
表 4.8 不同性別在賽會服務品質各次構面上的差異分析	62
表 4.9 不同年齡在賽會服務品質各次構面上的差異分析	62
表 4.10 不同教育程度在賽會服務品質各次構面上的差異分析	63
表 4.11 不同職業在賽會服務品質各次構面上的差異分析	64
表 4.12 不同個人平均月收入在賽會服務品質各次構面上的差異分析	65
表 4.13 不同居住地在賽會服務品質各次構面上的差異分析	66
表 4.14 是否第一次參與活動在賽會服務品質各次構面上的差異分析	66
表 4.15 運動觀光同行夥伴關係在賽會服務品質各次構面上的差異分析	67
表 4.16 是否順道拜訪嘉義其他景點在賽會服務品質各次構面上的差異分析	67

表 4.17 此次活動的總花費在賽會服務品質各次構面上的差異分析.....	68
表 4.18 不同背景變項在賽會服務品質的差異性檢定結果.....	69
表 4.19 不同性別在城市意象各次構面上的差異分析.....	71
表 4.20 不同年齡在城市意象各次構面上的差異分析.....	71
表 4.21 不同教育程度在城市意象各次構面上的差異分析.....	72
表 4.22 不同職業在城市意象各次構面上的差異分析.....	73
表 4.23 不同個人平均月收入在城市意象各次構面上的差異分析...	74
表 4.24 不同居住地在城市意象各次構面上的差異分析.....	75
表 4.25 是否第一次參與活動在城市意象各構面上的差異分析.....	75
表 4.26 運動觀光同行夥伴關係在城市意象各次構面上的差異分析.....	76
表 4.27 是否順道拜訪嘉義其他景點在城市意象各次構面上的差異分析.....	76
表 4.28 此次活動的總花費在城市意象各構面上的差異分析.....	77
表 4.29 不同背景變項在城市意象的差異性檢定結果.....	77
表 4.30 賽會服務品質對城市意象的迴歸分析.....	79
表 4.31 賽會服務品質對觀光效益的迴歸分析.....	80
表 4.32 城市意象對觀光效益的迴歸分析.....	81
表 4.33 賽會服務品質、城市意象、觀光效益三者之相關係數表...	81
表 4.34 賽會服務品質和城市意象對觀光效益的迴歸分析.....	82
表 5.1 研究假設檢核表.....	87

圖目錄

圖 3.1	研究流程圖·····	28
圖 3.2	研究架構·····	31
圖 4.1	賽會服務品質與城市意象對觀光效益之中介模型·····	84



第一章 緒論

本章共有六節，分別為：第一節闡述本研究之背景與動機；第二節說明研究目的；第三節提出研究問題；第四節界定研究範圍與限制；第五節說明研究之重要性；第六節名詞釋義。

1.1 研究背景與動機

觀光業向來有無煙囪工業之稱，觀光人數愈多、旅客停留觀光場所的時間愈長，其消費就愈多，不用設廠，只要觀光客來旅遊，就可以創造觀光產值。再加上觀光活動涵蓋餐飲、旅館、航空、運輸、旅行業等多項產業，因此振興觀光還有助於活絡關聯產業。就經濟效益而言，不僅創造觀光產值，也能增加消費，進一步提振景氣，增加就業機會，因此觀光對經濟的貢獻不言而喻。(王明元、鄭志富，2011)。

運動觀光已經對現代生活有很大的影響力，而且在台灣幾乎每個假日都有不同的城市舉辦路跑活動或自行車競賽或三鐵挑戰賽；利用爭取運動賽會的舉辦來牽動地方觀光旅遊，已經成為一種趨勢。隨著週休二日的實施和近年來政策皆傾向於彈性放假來調整假期的長度。使得民眾可以有越來越多的時間來從事休閒旅遊的活動。而運動觀光兼具有娛樂、健身、調節情感的功能，是塑造人的美好心靈的一種重要途徑，也是傳統觀光旅遊的一種重要補充。(田祖國，2003)。學者田夏與龔明波(2002)曾共同指出，舉辦大型比賽時，因運動員、教練員及遊客的大量湧入，而帶來的衣、食、住、行等消費，對當地的特產及旅遊景點更是一大幸

事。目前在臺灣的運動觀光市場中，以運動賽會為主，而舉辦運動賽會不僅可以替主辦單位增加曝光度與能見度之外，更替當地帶來可觀的觀光收益（黃金柱，2006）；Edginton and Mills & Donovan也分別在(1996)與(1998)指出運動賽會會增加觀光客在舉辦地的消費，可創造出新的工作機會與可觀的收入。後續都有學者針對運動觀光中舉辦賽事相關議題進行研究，因此可見目前舉辦大型及重要的運動賽會已經成為許多城市行銷或發展的重要途徑之一。

1.1.1 城市意象的重要性

在相關文獻中也發現，就一個城市的觀光發展而言，觀光客對於該城市的意象認知、滿意度與其是否願意至該城市旅遊具有密切的關係。以觀光客對於該城市的意象來說，倘若該目的地意象越好且具有吸引力，則容易吸引運動觀光參與者前往該目的地。因此，目的地意象在觀光決策中為相當重要的一環、而且對觀光客之行為意圖也有相當程度的影響力。(宋威穎、雷文谷、熊婉君，2010；沈進成、王伯文、陳正興，2005)而本研究中所提及的城市意象所代表的意涵與目的地意象相同。因此，城市運動觀光的發展，該賽會主辦的城市意象實為一重要影響因素。

1.1.2 賽會服務品質的重要性

除了城市意象之外，本研究也加入了賽會服務品質的考量因素。依據Chelladurai (1992)認為運動產業組織所提供的產品大多屬於服務的範圍。而歐洲運動管理學會也在第六屆年會，首次將服務品質列入主要專題，顯示出國際間開始重視運動產業的服務品質(葉雪鳳，2010)。如上所述，表示運動產業被歸類為服務業範疇，因應服務之無形性、易逝

性、無法儲存、異質性、不可分割等特性(Kotler, 1997) ,所以運動賽會主辦單位可從軟體、硬體等設施規劃,來強化運動賽會服務品質,進而增加參與者的滿意度,以及影響城市運動觀光的发展。

1.1.3 以2014嘉義全民運動會為例的原因

全民運動會每二年舉辦一次,2000年首辦迄今已邁入第八屆,競賽種類為非亞奧運的運動項目。但是有關賽會的相關研究仍相當匱乏。因此,近年來隨著運動風氣帶動觀光產業的興盛,有關全民運動會的研究開始陸續被重視探討。適逢2014年的舉辦城市所在地為研究者居住的城市附近縣市,對本研究來說,不僅取材便利,問卷樣本取得亦較方便,是個十分難得的機會。因此,以2014年嘉義全民運動會來作為研究的賽會。

1.2 研究目的

本研究旨在瞭解2014全民運動會參與者對賽會服務品質、城市意象的感受程度以及其對觀光效益的看法之探討。

研究目的如下:

1. 了解參與 2014 全民運動會參與者之背景特性。
2. 了解參與 2014 全民運動會參與者之旅遊特性。
3. 了解不同人口背景變項的參賽者對賽會服務品質、城市意象的差異性。
4. 探討運動觀光參與者在賽會服務品質與城市意象的感受程度對觀光

效益的影響。

依據上述四點研究目的，賽會相關人員可將此研究結果作為參考依據來籌辦賽會，預期若參賽者能擁有良好的服務品質，將影響其對主辦地之城市意象以及觀光效益，有利於未來國內相關賽事的舉辦。

1.3 研究問題

依據上述研究目的，本研究所欲探討之研究問題如下：

1. 2014全民運動會參與者的人口背景組成為何？
2. 2014全民運動會參與者的旅遊特性為何？
3. (1)不同人口統計變項之2014全民運動會參與者對賽會服務品質知覺的差異情形為何？

(2)不同人口統計變項之2014全民運動會參與者對嘉義市意象的差異情形為何？

4. 2014全民運動會參與者在賽會服務品質與城市意象的感受程度對觀光效益是否有影響關係？

1.4 研究範圍與限制

1. 研究範圍

(1)本研究以「2014年全民運動會之參與者」為研究對象(如選手、教練、裁判、賽會工作人員等)。

(2)研究問卷施測地點於嘉義市各項目競賽場館；施測日期自 2014 年 10 月 25 日至 10 月 29 日。

2. 研究限制

本研究之限制分為以下兩點：

(1)研究對象限制：本研究是以2014全民運動會參與者為研究對象，因此對觀光效益的資料來源，僅能呈現本研究對象的看法，無法推論至其它相關業者或政府單位對觀光效益的看法。

(2)研究工具限制：本研究採用時間橫斷面方式研究，故僅能反應受試者一段時間區隔之心理狀況，無法掌握受試者在時間序列上的心理變化；同時本研究採量化問卷方式做為研究工具，其作答之內容屬受訪者自陳，研究者無法控制受試者之心理狀態；研究者不宜亦不應影響受試者填答，故本研究僅能假設受試者皆誠實作答。

1.5 研究重要性

依據研究問題探究的結果，將本研究的重要性分述如下：

1. 透過研究結果的分析與討論，提供相關單位瞭解2014全民運動會參賽者對賽會服務品質、城市意象、觀光效益看法之現況及差異性。
2. 經由相關性研究結果提出建議，供日後賽會主辦單位在籌備及規劃上之改善依據，進而提高此類賽會之服務品質及滿意度，使全民運動會能更符合國人的期待。
3. 希望藉由此研究驗證：主辦大型運動賽事為城市帶來廣泛的效益，以

提升當地運動的風氣、塑造城市形象並發展在地的觀光，進而達成城市的永續發展。

4. 全民運動會每二年舉辦一次，2000年首辦迄今已邁入第八屆，競賽種類為非亞奧運的運動項目。但是有關賽會的相關研究相當匱乏，期望本研究結果具有實務及學術研究參考價值，提供後續研究者之依據及參考。

5. 過去有關旅遊目的地意象的相關研究多以觀光客為主要的研究對象，進行意象或滿意度評價的調查(Castro et al., 2007; Grosspietsch, 2006; Kim, Mckercher & Lee, 2009)；而對於舉辦大型運動賽會對主辦城市意象影響的研究也多以觀光客為主體(Gibson et al., 2008; Kim & Morrison, 2005; Lee et al., 2005)，針對參與賽會的與會者進行意象討論的卻很少。有鑑於此，本研究希望透過此研究了解參與2014全民運動會的參與者對於賽會服務品質及嘉義市的城市意象的感受程度，以及城市意象、賽會服務品質與賽會活動所產生的觀光效益之間的相關關係，以便提供嘉義市城市意象提升之建議。

1.6 名詞釋義

本研究之特定名詞，為「運動觀光參與者」、「2014全民運動會」、「服務品質」、「城市意象」、「觀光效益」，分述如下：

1. 運動觀光參與者

本研究運動觀光參與者是指因為2014年全民運動會在嘉義市舉辦而必須到嘉義這個城市來的選手、教練、裁判、賽會工作人員等。或者也可以解釋成以觀賞運動賽會或運動活動為其主要目的遊客。

2. 2014全民運動會

全名為中華民國全民運動會（簡稱全民運）為全國性運動賽事，始於2000年（民國89年），每兩年舉辦一次，與全國運動會交錯舉辦。目的在於推廣全民運動，強調全民參與，競賽項目皆以非亞、奧運項目為主。2014年（民國103年）本次為第8屆賽事，舉辦城市在嘉義市。

3. 賽會服務品質(Tournament Service Quality)

本研究所探討之賽會服務品質，意指運動賽會參與者依個人服務需求，對於主辦單位之實體形象、服務熱忱等知覺感受差距，給予主觀評價。

4. 城市意象(City Image)

本研究參酌Tasci & Gartner（2007）對於目的地意象之研究，將城市意象定義為2014全民運動會參與者對於前往嘉義市的看法及建立的整體評價。

5. 觀光效益(Tourism Benefits)

本研究提到的觀光效益為以運動觀光參與者的角度來看，2014全民運動會的活動對該舉辦城市的整體經濟、社會、環境、文化的發展所產生的效益的看法，不包含居民或地方產業人士的看法。

第二章 文獻探討

本章主要目的在探討全民運動會的發展與現況、運動觀光意涵、賽會服務品質、城市意象、觀光效益之相關研究，全章共分為七節：第一節、2014全民運動會的發展與現況；第二節、運動觀光研究之回顧；第三節、賽會服務品質與相關研究；第四節、城市意象與相關研究；第五節、觀光效益研究之回顧；第六節、賽會服務品質、城市意象以及觀光效益之相關研究；第七節、本章總結。

2.1 2014全民運動會的發展與現況

2.1.1 全民運動會的歷史沿革

臺灣地區最早的全國性運動賽會可追溯至1946年。當時為了慶祝臺灣光復，每年由各縣市政府輪流舉辦臺灣省運動會。隨著政府對運動風氣的推廣，臺灣省運動會之競賽項目及人數也逐年增加（黃冠曉，2007）。其參加總人數由1946年第一屆的2,608人至1973年最後一屆已成長到5,262人，競賽項目也從第一屆的17項增加至32項。臺灣省運動會期間臺北市於1967年升格為直轄市，因此省、市各自舉辦運動會，爾後為配合社會背景，省、市運動會於1974年合併並更名為臺灣區運動會。（朱蕙嫻，2012）後來，1999年由體委會主導將原臺灣區運動會改制，分為全國運動會及全民運動會兩項運動賽會。全國運動會舉辦奧運和亞運比賽的運動種類；全民運動會於翌年舉辦非奧運及亞運的運動種類。全國運動會及全民運動會皆為每隔兩年輪流舉辦一次。依據全民運動會舉辦準則申請舉辦全民運動會之單位，應於擬舉辦前三年之一月至四月間向體委會提

報申辦計畫書（體委會，2010年）。改制後的第一屆全民運動會，於2000年由雲林縣政府承辦，迄今2014年已邁入第八屆，茲將全民運動會歷屆舉辦地、競賽項目、參加總人數、吉祥物，整理如下表2.1所示。

表2.1 全民運動會歷屆資訊總表

屆別	年份	舉辦地	競賽項目		參加總人數	吉祥物
			第一類	第二類		
1	2000	雲林縣	10	4	4,110	千禧龍
2	2002	臺北市	9	5	4,193	小馬哥
3	2004	基隆市	9	6	5,112	吉祥猴
4	2006	臺中市	14	5	5,451	白鷺鷥
5	2008	高雄市	18	7	8,973	水精靈
6	2010	臺中市	12	9	8,238	太陽寶寶
7	2012	南投縣	14	7	8,228	庫比熊
8	2014	嘉義市	14	12	8,546	桃城小精靈

資料來源：由研究者整理自朱蕙嫻（2012）。運動賽會服務品質及滿意度之研究-以2012年全民運動會水上救生競賽為例(未出版之碩士論文)。國立臺灣體育運動大學。

2.1.2 全民運動會的轉變

自2004年基隆市舉辦全民運動會後，後續沒有任何縣市政府提出2006年全民運動會的申辦計畫書。造成體委會必須出面協調鼓勵縣市政

府提出申請的困境。探究縣市政府無願意舉辦的主要原因，發現全民運動會的競賽項目，並不像全國運動會是以亞奧運競賽項目為主，具有高度競技性、競賽也較緊張刺激。基本上，全民運動會雖然保有競技性質，但其某些競賽種類是較偏向於低競技性並兼具熱鬧、活潑、以全民參與為主，導致全民運動會競賽內容無足夠吸引力。因此，兵佳豪(2010)認為全民運動會本身的競賽種類項目比較沒有吸引力，不夠刺激，自然無法引起國人的重視，吸引人潮來參觀，增加縣市政府的收入，對縣市政府而言，申辦全民運動會的意願，自然低落。對此，體委會一方面協調2006年全民運動會由哪個縣市或單位負責舉辦；一方面修正全民運動會舉辦準則，試著提高縣市政府申辦全民運動會的意願，讓全民運動會也如同全國運動會一般，每屆全民運動會都有縣市政府提出申辦計畫書，來負責舉辦全民運動會(兵佳豪，2010)。因此，體委會在2005年1月開始著手修改全民運動會舉辦準則，藉此來蒐集更廣泛的意見，並從2006年全民運動會開始實施。另外，在此次修訂條文草案中，第二條條文中，增加「提升運動技能」等文字；第三條條文明定全民運動會的舉辦年為世運會的前一年或後一年，以期使全民運動會與世運會接軌，讓全民運動會成為世運會的前哨站，培養出優秀選手，參加每四年一次與奧運會同等級的世運會(兵佳豪，2010)。

前述所提到的2005年所修正的全民運動會舉辦準則之內容是針對全民運動會舉辦時間、申辦事項、競賽場地、組織單位、競賽種類項目、競賽規程、參賽單位、參賽資格、裁判、獎勵、禁藥、檢驗、開閉幕典禮、經費等制定相關規定，以作為全民運動會之舉辦依據，之後並根據實際需求及施行現況漸做改進；以下將針對舉辦時間、競賽種類項目等相關資料進行介紹：

1. 舉辦時間：

依據2005年全民運動會舉辦準則修正草案條文第三條規定，全民運動會每二年舉辦一次，並於世界運動會舉辦年之前一年及後一年之九月至十一月間舉行，其會期以五天至十天為原則。

2. 競賽種類項目：

2005年全民運動會舉辦準則修正草案條文規定，全民運動會舉辦之活動分為二類：

(1) 應辦種類及項目：以最近一屆已辦或將辦之世運會之競賽種類及項目為限，至少辦理十五種。

(2) 選辦種類及項目：其他運動競賽種類及項目，以不超過三種為限。

應辦競賽種類以國內設有經中華奧會認可之全國性單項運動組織者為限；選辦之競賽種類，以國內設有中華體總會員之全國性單項運動組織者為限，並可由舉辦單位依地方特色、場地設施、經費籌措等條件，遴選規劃，提請籌委會通過後，報行政院體育委員會核定之。其歷屆舉辦之競賽種類如表2.2。

表2.2 歷屆競賽種類一覽表

年分	第一類	第二類	合計
轉 型 前	2000年 健力、巧固球、國術、 劍道、摔角、太極拳、 溜冰、健美、拔河、運 動舞蹈	民俗體育（扯鈴、放風 箏、舞獅）、槌球、木球、 慢速壘球	14種

表2.2 歷屆競賽種類一覽表(續)

2002年	健力、巧固球、國術、 劍道、摔角、太極拳、 溜冰、拔河、運動舞蹈	民俗體育(跳繩、扯鈴、 放風箏、舞獅、舞龍)、 槌球、木球、慢速壘球、 土風舞	14種
2004年	健力、巧固球、國術、 劍道、摔角、太極拳、 溜冰、運動舞蹈、拔河	民俗體育(踢毬、跳繩、 扯鈴、放風箏、舞獅、陀 螺)、槌球、木球、慢速 壘球、土風舞、元極舞	15種
轉 型 後	2006年 健力、巧固球、國術、 劍道、摔角、太極拳、 拔河、滑輪溜冰、舞蹈 運動、沙灘手球、合球、 輕艇、合氣道、飛盤	槌球、木球、慢速壘球、 民俗體育(踢毬、跳繩、 扯鈴、舞獅、舞龍、陀 螺)、元極舞	19種
2008年	健力、巧固球、國術、 劍道、摔角、太極拳、 拔河、滑輪溜冰、運動 舞蹈、手球、合球、輕 艇、飛盤、龍舟、蹺泳、 水上救生、柔術、滾球	槌球、木球、慢速壘球、 民俗體育(踢毬、跳繩、 扯鈴、陀螺)、元極舞、 龍獅運動、躲避球	25種

表2.2 歷屆競賽種類一覽表(續)

2010年	健力、巧固球、國術、 劍道、摔角、太極拳、 拔河、滑輪溜冰、運動 舞蹈、手球、合球、輕 艇、飛盤、龍舟、蹺泳、 水上救生、柔術、滾球	槌球、木球、慢速壘球、 民俗體育、元極舞、龍獅 運動、躲避球	25種
2014年	健力、拔河、輕艇水球、 巧固球、合球、水上救 生、蹺泳、飛盤、滑輪 溜冰、滾球、沙灘手球、 原野射箭、柔術、定向 越野	傳統體育(民俗體育、太 極拳、元極舞)、創意球 類運動(槌球、木球、地 面高爾夫、躲避球)、龍 獅運動、舞蹈運動、慢速 壘球、劍道、沙灘角力	26種

資料來源：本研究整理

轉型前之應辦項目有劍道、拔河、國術、健力、太極拳、巧固球、運動舞蹈、健美、摔角、溜冰，其中健力、滑輪溜冰、巧固球、拔河、運動舞蹈原本就是屬於世運會的既定競賽種類，然而轉型後的2006年全民運動會增加了沙灘手球、合球、飛盤、合氣道、輕艇，又在2008年增加了滾球、蹺泳、柔術、龍舟、水上救生，由每屆增加五項競賽種類項目的轉變可以顯示出轉型中的全民運動會。因此，可以推論轉型後的全民運動會將會漸進式的與世界運動會接軌，如此不僅能培養出優秀選手參加世界運動會，更能增加國內世界運動會競賽種類項目之運動人口，提升台灣選手在國際賽事之競賽成績表現。

全民運動會為使全民參與並同時顧及非亞、奧運種類項目，而有選

辦及應辦項目。其中選辦項目可由承辦單位依其地方特色及其條件遴選、規劃舉辦之，使全民運動會不僅具有應辦項目之競技性，也擁有選辦項目之樂趣性及文化傳承之意義，勿因急與世界運動會接軌，而錯失了深具意義的本土性運動。(廖柏雁，2009)

2.1.3 2014年全民運動會現況

2014年由嘉義市政府主辦，於年2014年10月25日至10月29日，假嘉義市各場館辦理。比賽項目分為第一類：健力、拔河、輕艇水球、巧固球、合球、水上救生、蹺冰、飛盤、滑輪溜冰、滾球、沙灘手球、原野射箭、柔術、定向越野。第二類：傳統體育（民俗體育、太極拳、元極舞）、創意球類運動（槌球、木球、地面高爾夫、躲避球）、龍獅運動、舞蹈運動、慢速壘球、劍道、沙灘角力(嘉義市政府網頁，2014)。

全民運動會最重要的意義就是鼓勵全民運動，藉由競賽讓人體會運動的趣味與活力，養成運動習慣。全民運動會競賽種類的特點之一，就是把具有本國特色，卻無法在奧運或亞運比賽的運動項目納入比賽，例如：太極拳、躲避球、沙灘角力等項目，發展本國特色的運動項目(嘉義市政府網頁，2014)。而嘉義市政府為了擴大民眾的參與層面，落實全民運動會的精神，將原本24個競賽項目增加為26個。分為兩大類：「第一類」是符合世界運動會的比賽項目，共有拔河、滾球、輕艇水球、滑輪溜冰、巧固球、沙灘手球、飛盤、合球、原野射箭、水上救生、柔術、蹺冰、健力及定向越野等14項。其中的「定向越野」是今年度新增加的比賽項目。「第二類」是競技性、觀賞性及娛樂性的運動競賽項目則有：民俗體育、太極拳、元極舞、龍獅運動、舞蹈運動、慢速壘球、劍道、沙灘角力、槌球、木球、躲避球、地面高爾夫等12項。其中，「沙灘角力」和「地面高爾夫」這兩項運動是新增項目。期待能發揚運動多元化

的精神，也能讓各個年齡層的國民，除了能夠多了解並參與各種運動之外，更能依照自己的喜好及年齡，選擇適合的運動項目，就能感受運動的活力與溫馨。

2.2 運動觀光研究之回顧

運動觀光之發展，可從1990年代歐美地區開始出現「運動觀光」這個名詞談起，隨著當時多項國際知名馬拉松賽如紐約馬拉松、波士頓馬拉松、倫敦馬拉松之舉辦，成為運動與觀光結合之起源（曹校章，2010）。Weed於2009年將運動觀光做文獻回顧並探討未來發展，認為其目前與過去的許多學科相同，正在累積研究量，逐漸加強其基礎，且會朝向專業化的發展（吳亮頤，2009）。臺灣學者也指出，近年來「運動觀光」相關文獻越來越多，在未來極有可能成為專業學門且相當具有發展潛力（曹校章，2010）。針對國內、外學者為運動觀光所下定義之列表2.3如下：

表2.3 運動觀光定義彙整表

學者	年份	運動觀光定義彙整表
Hall	1992	可分為出外旅行前往參與運動，或旅行前往觀賞運動。
Gammon &Robinson	1997	<p>硬性定義：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。</p> <p>軟性定義：運動觀光客為遠離居家住所去參與主動性的休閒活動，而主動性休閒層面為主要考量因素。</p>

表 2.3 運動觀光定義彙整表(續)

Standeven & De 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。
江中皓	2001	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，均屬於運動觀光產業所發展的範疇。
馬上閔	2001	任何人離開平日住所至少24小時，旅行去參與或觀賞競技性或休閒性之運動。
Gibson	2003	為了參與運動而去旅遊（動態運動觀光）、觀賞運動（賽會或活動運動觀光）或是因為崇敬某事物或某人而與運動有所聯結（懷舊之情運動觀光）。
鄭家韻	2008	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，涵蓋更多的成員，進而產生更多不同的產品或服務組合；遊客參與程度不同，也會感受不同的觀光經驗。
吳亮頤	2009	離開居家住所，並在旅遊行程的安排中，主動或是被動參與運動相關事物，並且可分為觀賞性或是參與性的運動觀光。
陳德璘， 方信淵	2010	藉由到異地從事遊旅觀光活動，且親身參與運動或純粹觀賞關於運動之相關事物。
曹校章	2010	運動觀光客必預離開平日住所24小時以上，旅行

去實際參與或觀賞以競技性或休閒性為主之運動。

資料來源：本研究整理

小結:綜合以上學者之定義，本研究對運動觀光之定義為:運動觀光客只要離開居家住所，去實際參與運動或觀賞以競技性或休閒性為主之運動賽會;在賽會活動期間，有機會進行城市旅遊行為。

2.3 賽會服務品質與相關研究

依據Chelladurai (1992) 認為運動產業組織所提供的產品大多屬於服務的範圍。運動產業被歸類為服務業範疇，因應服務之無形性、易逝性、無法儲存、異質性、不可分割等特性(Kotler, 1997)，所以運動賽會主辦單位可從軟體、硬體等設施規劃，來強化運動賽會服務品質，進而增加參與者的滿意度，以及影響城市運動觀光的發展。

有關服務品質之定義，本研究將文獻中有關服務品質的相關定義，彙整如下表2.4。

表2.4 賽會服務品質定義彙整表

學者	年份	賽會服務品質定義彙整表
林聰哲	2008	賽會服務品質為企業所提供的服務水準符合顧客期望的一種評量，而提供有品質的服務是一致符合或超越顧客的期望或需求。
潘沛彤	2008	賽會服務品質優劣透過消費者主觀判定，非客觀評量，是企業吸引消費者維持長期關係重要因素。

表2.4 賽會服務品質定義彙整表(續)

陳怡婷 2009	賽會服務品質是參與者依自身需求，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。
林偉智 2010	賽會服務品質是一種主觀的個人認知行為，是由顧客或使用者在接受服務後，予以主觀判斷的結果，而服務品質的好與壞則是由顧客知覺的服務與期望的服務間差距之大小所決定。
黃詩雯 2010	賽會服務品質的定義為消費者在消費服務的互動中，對其提供的服務品質期望，與知覺的服務品質感受兩者間的差距程度。
林立港 2011	將賽會服務品質定義為「一種提供他人在賽會中需求的行為，可直接或間接提供有價值之服務給需求者，可能依附於實體產品或無需依附，用來增加顧客之利益、滿意。」
朱蕙嫻 2012	參與者依個人服務需求，對於有形或無形之賽會服務，於預期期望及實際感受之後的認知差距，賦予主觀評價

資料來源：本研究整理

小結:綜合上述相關賽會服務品質定義，認為賽會服務品質是一種主觀認知意識，是由顧客或使用者在接受服務後，予以主觀判斷的結果。其服務知覺、心理感受因人而異。故本研究採用朱蕙嫻(2012)針對賽會之特性將賽會服務品質定義為「參與者依個人服務需求，對於有形或無形之賽會服務，於預期期望及實際感受之後的認知差距，賦予主觀評價」。

研究者依本研究實際內容的需求，如研究問題與研究限制所述條件將之歸納成兩個構面：1. 實體形象、2. 服務熱忱。

2.4 城市意象與相關研究

城市意象即是人對城市的感性認識，城市隨時在發展變化，人的意象也是無時無刻不在更新。就一個城市的觀光發展而言，觀光客對於該城市的意象認知、滿意度與其是否願意至該城市旅遊具有密切的關係。因此，以觀光客對於該城市的意象來說，倘若該目的地意象越好且具有吸引力，則容易吸引運動觀光參與者前往該目的地。因此，目的地意象在觀光決策中為相當重要的一環、而且對觀光客之行為意圖也有相當程度的影響力(宋威穎、雷文谷、熊婉君，2010；沈進成、王伯文、陳正興，2005)。而在第一章討論城市意象之重要性時亦提及城市意象與目的地意象的概念相同，因此本節所探討之城市意象即部分學者所引用之目的地意象。有關城市意象之定義，本研究將國內外研究者對於城市意象定義的相關文獻，彙整如下表2.5

表2.5 城市意象定義彙整表

學者	年份	城市意象定義彙整表
Baloglu Mc Cleary	1999	認為目的地意象會受到個人因素及外在刺激等因素而影響目的地意象的產生。並且再整理相關文獻後，將目的地意象分為品質感受、目的地吸引力及環境。
Echtner Ritchie	1993	將目的地意象概念化，並認為目的地意象是由環境的屬性與整體性兩大因素所組成。其中屬性是指觀光者對於風景、設備及住宿等知覺感受；整體性係指觀光者對於目的地的整體看法。

表 2.5 城市意象定義彙整表(續)

黃章展	2007	認為在意象定義中，已明確揭露「個人」的概念，因此無論是處在原始、誘發或是複合意象階段，皆應為同一個人對於觀光地感受所形成的意象。
張慧敏	2010	認為城市意象是指能夠激發人們思想感情活動的城市型態與特徵，是城市內部與外部公眾對城市內在實力、外顯活力和發展前景的具體感知、總體看法和綜合評估。城市形象就是一座城市的無形資產，是一個城市綜合競爭力不可或缺的要素。
雷兆玉	2010	認為城市意象是一個城市的歷史與現實、經濟與文化、物質文明與精神文明、內在素質與外在風貌的綜合展現及人們對它的穩定整體意象和評價。
尹宇恒	2010	城市意象是城市在人們心中的印象，是只城市的整理風貌和特徵，是城市的內在素質和文化內涵的外在表現。

資料來源：本研究整理

本研究認為在衡量城市意象的指標會因為各城市的屬性和環境而修改衡量的依據。故藉由對於城市意象的衡量，將有助於觀光客建構城市的特徵，並瞭解觀光客對城市的評價。因此本研究擬採用Echtner & Ritchie(1993)、Baloglu & Mc Cleary(1999)對目的地意象的影響因素來做為城市意象的影響因素，來瞭解遊客對於城市的看法，並依研究問題與研究限制所述條件，決定延用兩個構面:1. 旅遊環境、2. 城市的吸引力。

2.5 觀光效益研究之回顧

舉辦大型比賽時，因運動員、教練員及遊客的大量湧入，而帶來的衣、食、住、行等消費，對當地的特產及旅遊景點更是一大幸事。(田夏、龔明波，2002)在臺灣的運動觀光市場中，以運動賽會為主，而舉辦運動賽會不僅可以替主辦單位增加曝光度與能見度之外，更替當地帶來可觀的觀光收益(黃金柱，2006)。因此可見目前舉辦大型及重要的運動賽會已經成為許多城市行銷或發展的重要途徑之一。

有關運動賽會的觀光效益之定義，本研究將運動賽會觀光效益的相關文獻，整理如下表2.6。

表2.6 觀光效益定義彙整表

學者	年份	觀光效益定義彙整表
Donovan	1998	利用賽會期間帶動觀光旅遊業爭取更多的消費契機，如製造業、服務業、觀光業等等，促進地方經濟。運動賽會可增加觀光客在舉辦地的消費，相對也增加出新的工作機會與額外收入，也可以提昇城市的形象與經濟發展。
林彩瑩	2005	一般可分為有形效益和無形效益，有形效益所指為能夠以金錢來衡量，例如：經濟效益、投資效益等；無形效益所指為不能以金錢來衡量，例如：文化效益、生態效益等。
劉又慈	2008	運動賽會對城市的觀光效益主要為1. 促進經濟投資發展與建設；2. 增加體育休閒活動需求；3. 提升地方形象/印象。

表2.6 觀光效益定義彙整表(續)

陳亞甄	2008	運動賽會對城市的觀光效益主要有政治功能、經濟功能與社會功能之效益。1. 政治功能：(1) 一流水準的體育場館興建；(2) 美化市容；(3) 規劃及整頓交通；(4) 市區重建及基礎建設發展；(5) 重新整治當地污染；(6) 提升全民運動風氣；(7) 為國家與城市塑造新的形象與氣象。2. 經濟功能：(1) 創造就業機會；(2) 有助於旅遊業的發展；(3) 轉播權利金的收入；(4) 吸引外商進駐投資3. 社會功能：(1) 義工的參與；(2) 社會凝聚力的產生；(3) 體育文化的發展；(4) 吸取經驗，有助於未來賽會申辦的有利條件。
吳軍葦	2010	可以藉由賽會的舉行趨勢推動節能減碳、環保產業等綠色政策，幫助在地自然環境潔淨、生態的維護、改善區域景觀等等。

資料來源：本研究整理

另外，在賽會結束後，遊客對於城市建設後的整體環境如果感到滿意，則再次前往旅遊的意願相對的也會增高，舉辦單位可藉由城市形象的改變進而吸引遊客旅遊的意願將有助於城市觀光的發展。因此，遊客重遊率的高低是導致遊憩人潮的多寡的關鍵，更帶動著地方經濟的發展；提升遊客重遊意願也成為旅遊目的地相關管理單位所致力追求的目標之一。其中，重遊行為是指遊客願意再次旅遊某一個目的地或同一國家內之其他景點(Kozak, 2001)

根據上述學者專家對於大型運動賽會對城市所帶來之效益評估分析，

研究者依本研究實際內容的需求，並如研究問題與研究限制所述條件將之歸納成：1. 提升城市形象與印象、2. 提升重遊意願。

2.6 賽會服務品質、城市意象以及觀光效益之相關研究

2.6.1 城市意象與觀光效益的相關

就一個城市的觀光發展而言，觀光客對於該城市的意象認知、滿意度與其是否願意至該城市旅遊具有密切的關係。過去研究顯示，重遊意願、推薦他人前來皆與旅遊目的地意象息息相關；而在旅遊目的地的選擇過程中，目的地意象更是扮演著關鍵性角色(呂紹祺，2010)。也有學者(張書榮、張孝銘、陳秀榮，2009)認為遊客之旅遊意象、賽會意象對重遊意願具有正面影響存在，且具有預測能力，達46%。

運動賽會在相關單位的重視下，經轉換運用於增加觀光目的地吸引力、活化觀光景點，並成為城市建設及社區發展催化劑。相關研究結果指出，觀光景點可透過舉辦相關特別活動，以增加觀光目的地吸引力、延長遊客停留時間、提昇遊客重遊率、引發前往意願與增加消費等效益。不論活動性質為何，往往在活動舉辦的期間，吸引了來自世界各地的觀光客，創造出可觀的觀光收入，為當地創造了許多就業機會(林永森、黃小玲、連佳振，2006；魏金源、莊萬進，2007)。

另外，主辦城市為了取得主辦權所投入大量資源，如增建、改善當地的基礎建設、運動場館、交通運輸等，對於主辦地區往後的經濟或觀光發展等也會產生長遠的影響(Solberg & Preuss, 2007)。而主辦地區本身亦可藉由舉辦這些大型運動賽會活動的機會來進行城市改革、累積完善基礎建設，並透過密集的公私部門的投資，為在地民眾及觀光客帶來長期的利益。賽會的與會者對於旅遊環境的印象可能促使他們想要重遊

賽會舉辦地，但當地旅遊資源的吸引力並不影響與會者重遊當地之意願（谷世賢，2013）。

由以上文獻推論，運動觀光參與者的城市意象的感受程度對運動賽會所產生的觀光效益存在正面或不影響兩種看法。

2.6.2 賽會服務品質與城市意象的相關

運動賽會的參與者對於理性的賽會印象(例如服務品質、動線等)較可能直接連結到當地的城市意象。此外，賽會的服務人員態度與專業能力或是賽會的事前宣傳對於當地提升城市意象不具有影響性，然而賽會之指標、資訊、場地、醫護設施或賽程安排等如果讓與會者感到滿意則可能直接提升與會者對於當地的城市意象(谷世賢，2013)。而更重要的是，大型賽會將可吸引國際媒體的報導，主辦單位在服務、文化、形象與設備各方面的建設，將提昇舉辦城市在國際的能見度與意象。諸如1988年漢城奧運，南韓政府藉機強力宣傳韓國在世界經濟活動和體育賽事中，民主開放的新地位和新形象，同時也改變了「朝鮮戰爭，南北韓分立」的負面形象，全國上下皆全力投入賽會服務，充分展現主辦國的熱忱與用心，大大的提升了韓國的國際形象與城市意象（鄒統鈺，2007）。奧運前後吸引國際觀光客到訪韓國分別在當年(1988)有10.5%、後一年(1999)有14.1%的成長（鄒統鈺，2007）。而2001年於日本秋田市所舉辦的世界運動會花費新台幣七億元，全力打造高規格的服務與接待選手的首例，讓這個默默無聞的小城鎮打響了國際知名度。Gibson et al. (2008) 即指出，舉辦城市或地區可透過媒體大量的曝光或報導，並透過賽會服務品質給予參與者留下深刻的印象，對主辦城市在國際上能見度與意象的提升確實有推波助瀾的效應。

由以上文獻推論，運動賽會的服務品質對運動觀光參與者的城市意

象感受多存在正面的看法。

2.6.3 賽會服務品質與觀光效益的相關

Jooyeon & SooCheong (2009) 認為服務品質會直接影響行為意願。學者Ho & Lee(2007)也認為數位化的旅遊服務能影響顧客的行為意願。換句話說，服務員的表現、可靠的諮詢服務與體貼關懷以及設備的優劣，這些都將是會影響遊客的意願。Tat & Raymond (2001) 也發現服務品質的好壞能使遊客留下深刻印象、留下良好的口碑與提高遊客的再遊意願。因此，服務品質的滿意度則會對於行為意圖產生直接且正向影響；換言之，如果滿意度越高，則重遊意願或推薦他人的意願也越高(張淑青，2009；Boulding, Staelin, Kalra & Zeithaml, 1993；Castro, Armario & Ruiz, 2007；Kaplanidou, 2007；Kaplanidou Vogt, 2007)。而也有部分研究指出賽會服務品質並不會影響日本聽障奧運代表隊之再訪意圖，只有運動賽會城市意象會影響其再訪意圖。(涂鵬斐、林東興、陳培季，2010)。

由以上文獻推論，賽會服務品質對賽會所產生的觀光效益的影響有正面和不影響兩種不同的解釋。

2.7 總結

由上述文獻的定義探討與變項兩兩間的相關影響研究分析。研究者發現2014全民運動會的參與者對於賽會服務品質及嘉義市的城市意象的感受程度，以及城市意象、賽會服務品質與賽會活動所產生的觀光效益之間的相關關係都有「正向」與「不影響」兩種不同的看法。因此，本研究將進一步使用問卷調查法，利用量化的數據來呈現2014全民運動會參與者潛在層面的看法。希望能了解運動觀光者對一個城市的意象評價，以及該城市意象如何影響後續的旅遊意願及滿意度，將有助於對潛在觀

光客的掌握，以便進一步有效地回應市場需求。



第三章 研究方法

本章是依據前述之問題背景、研究目的及文獻探討等結果，提出研究假設。並依據研究假設產生研究架構，在本章中將詳細說明研究對象的選取、研究工具的設計、研究步驟的流程，以及資料的分析處理方法。全章共分為以下六節，依序為：第一節研究流程；第二節研究假設；第三節研究架構；第四節研究對象與抽樣；第五節研究工具的編製；第六節資料處理方法。

3.1 研究流程

本研究的主要流程如圖3.1所示，從研究概念形成之後，即可以界定研究主題和範圍，並蒐集、研讀及綜合整理相關理論和文獻，而後設定研究假設並建立研究之主體架構。依據研究架構、相關文獻與本研究的特性，發展出適合的研究工具，藉由指導教授之審視、問卷預試施測、反覆修正問卷題項至定稿完成後，便進行正式調查施測，於資料回收後經由分析與討論，最後提出結論與建議。

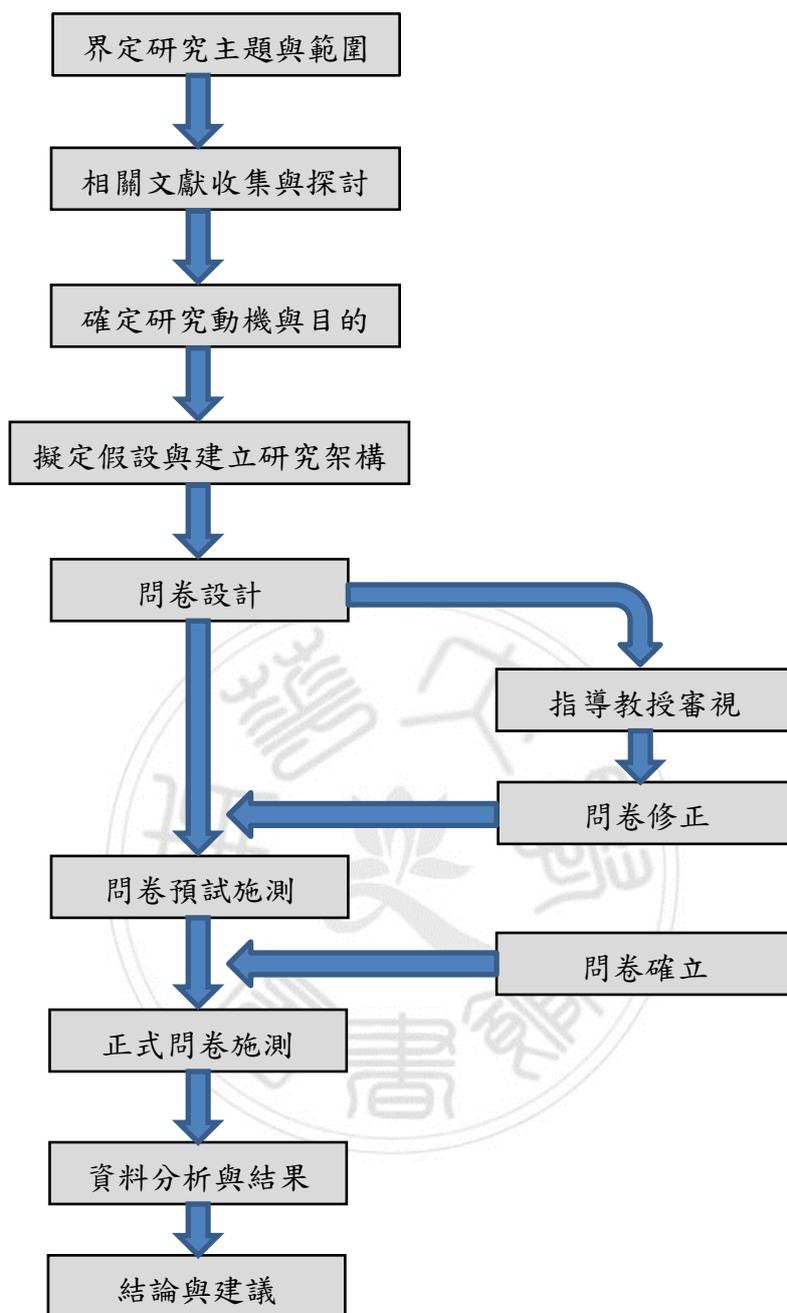


圖3.1 研究流程圖

3.2 研究假設

根據文獻探討的結果，本研究提出以下研究假設：

- H1: 不同人口背景統計變項在賽會服務品質上有顯著差異。
- H1-1 不同性別變項在賽會服務品質上有顯著差異。
 - H1-2 不同年齡變項在賽會服務品質上有顯著差異。
 - H1-3 不同教育程度變項在賽會服務品質上有顯著差異。
 - H1-4 不同職業變項在賽會服務品質上有顯著差異。
 - H1-5 不同個人平均月收入變項在賽會服務品質上有顯著差異。
 - H1-6 不同居住地區變項在賽會服務品質上有顯著差異。
 - H1-7 是否第一次參與活動變項在賽會服務品質上有顯著差異。
 - H1-8 不同同行夥伴關係變項在賽會服務品質上有顯著差異。
 - H1-9 是否順道拜訪其它景點變項在賽會服務品質上有顯著差異。
 - H1-10 活動的總花費變項在賽會服務品質上有顯著差異。
- H2: 不同人口背景統計變項在城市意象認知上有顯著差異。
- H2-1 不同性別變項在城市意象認知上有顯著差異。
 - H2-2 不同年齡變項在城市意象認知上有顯著差異。
 - H2-3 不同教育程度變項在城市意象認知上有顯著差異。
 - H2-4 不同職業變項在城市意象認知上有顯著差異。
 - H2-5 不同個人平均月收入變項在城市意象認知上有顯著差異。
 - H2-6 不同居住地區變項在城市意象認知上有顯著差異。
 - H2-7 是否第一次參與活動變項在城市意象認知上有顯著差異。
 - H2-8 不同同行夥伴關係變項在城市意象認知上有顯著差異。
 - H2-9 是否順道拜訪其它景點變項在城市意象認知上有顯著差異。

H2-10 活動的總花費變項在城市意象認知上有顯著差異。

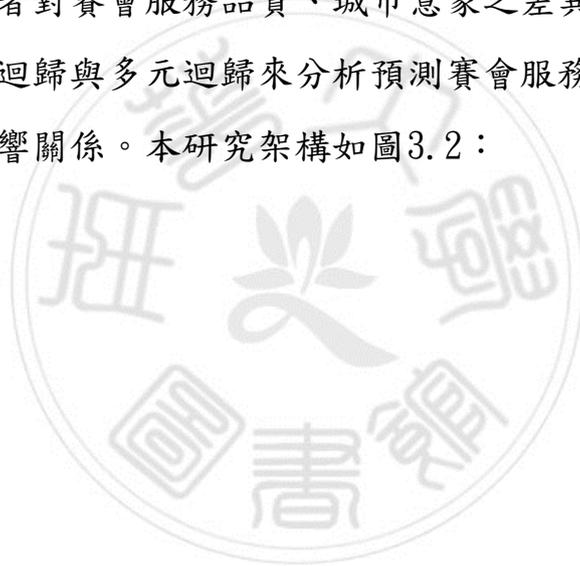
H3: 賽會服務品質對賽會參與者之城市意象有顯著影響。

H4: 賽會服務品質對賽會舉辦城市觀光效益有顯著影響。

H5: 賽會參與者之城市意象對賽會舉辦城市觀光效益有顯著影響。

3.3 研究架構

本研究使用描述性統計來探討2014全民運動會參賽者，在賽會服務品質、城市意象與觀光效益之現況，並利用差異化分析來比較不同人口背景變項的參賽者對賽會服務品質、城市意象之差異情形，進而分析討論。最後以簡單迴歸與多元迴歸來分析預測賽會服務品質與城市意象以及觀光效益之影響關係。本研究架構如圖3.2：



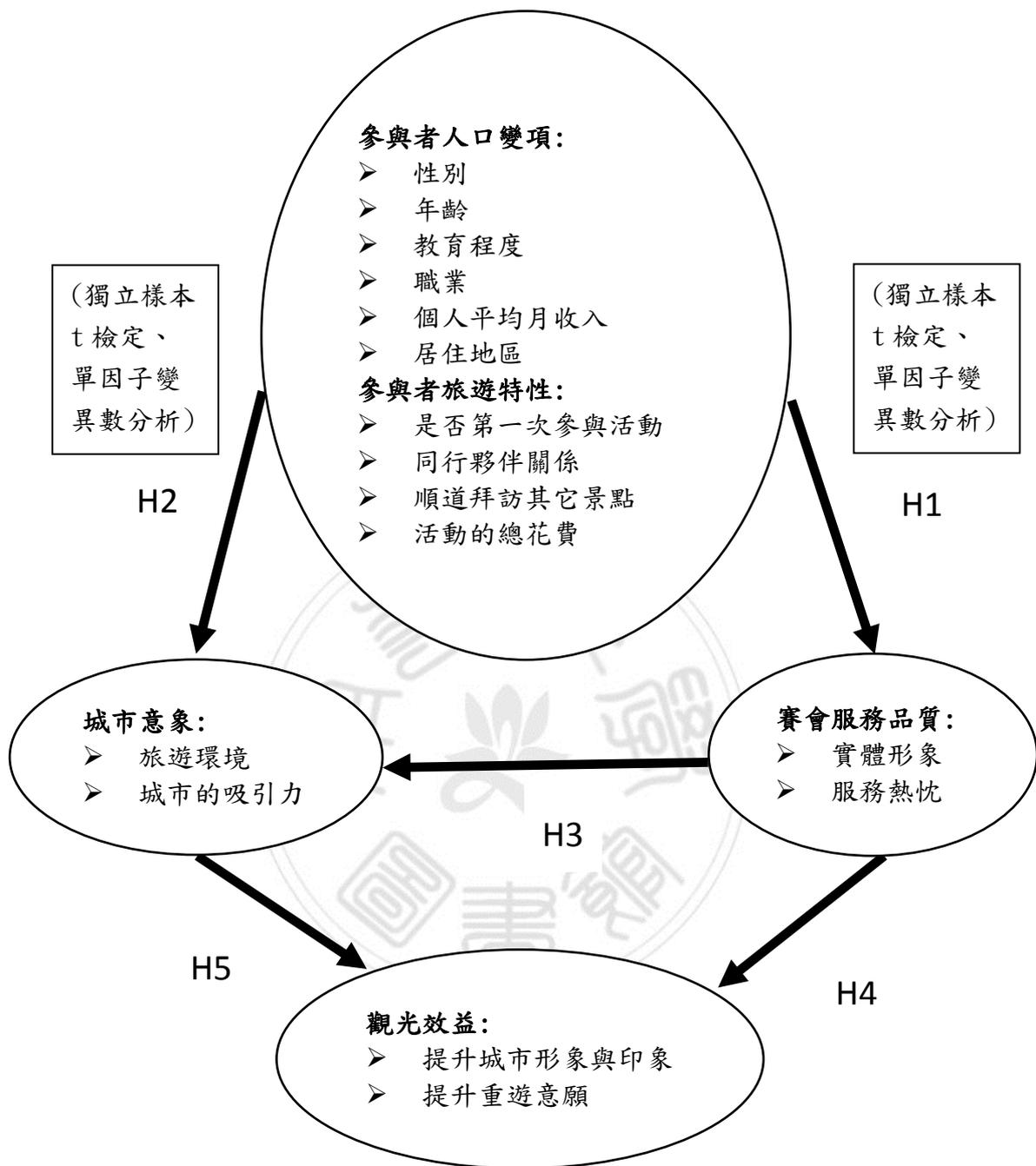


圖3.2 研究架構

3.4 研究對象與抽樣

考量本次研究賽事屬於一次性的賽事，並因應本研究內容問卷的需求及考慮施測量表的效度。因此，本研究希望可以克服技術層面的問題，

在理想狀態下，預試樣本和正式樣本皆是以「2014全民運動會」之參與者為研究對象；並將預試樣本、正式樣本之研究對象與抽樣方式，分述如下：

3.4.1 預試樣本

關於預試樣本數的數量，採用相同類型的賽會來檢驗量表信效度，取樣數以預試問卷中題目最多之分量表題項的3至5倍之人數為原則（吳明隆、涂金堂，2007）。基於上述，本預試問卷中以「賽會服務品質」題項最多為20題，因此本研究估計預試樣本數為60份以上，因考量有效問卷回收率，故預試問卷預計發放100份。

本研究以「2014全民運動會」之參與者(如選手、教練、裁判、賽會工作人員等)為預試對象。問卷方式採便利抽樣法針對不同身分別，非隨機式的取樣。預試問卷施測日期於2014年10月23日(開幕前兩天)至10月25日(開幕當天)，施測地點為嘉義市立體育場和港坪運動公園。(詳見註1)

註1:開幕前兩天在部分場地已有正式賽事與選手和相關人員進駐

3.4.2 正式樣本

正式樣本以2014全民運動會主辦單位所公佈之總人數共11401人(如選手、教練，共計8546人、另裁判、賽會工作人員，共計2855人)，針對不同身分別，非隨機式的取樣，以便利抽樣的方式來蒐集資料，研究問卷施測地點於嘉義市各項目競賽場館；施測日期自2014年10月27日至10月29日。(嘉義市政府，2014)

正式問卷共計發放500份，問卷回收總數432份，經剔除無效問卷70份，實得有效問卷為362份，有效問卷回收率為72.4%

依據Babbie的觀點，透過問卷形式進行資料蒐集時，有效問卷回收率必須達到50%，方為適當；回收率達60%，則視為良好；回收率達70%以上，則為非常良好(王文科、王智弘，2009)。本正式問卷有效回收率達72.4%，符合Babbie之觀點，達非常良好之標準。

3.5 研究工具編製

本研究採用問卷調查法，研究工具係根據文獻探討及專家學者意見，並根據研究需要，自編「運動觀光參與者對賽會服務品質的知覺與觀光效益之看法問卷」為研究工具。本研究問卷共分為三部分，第一部分賽會服務品質量表；第二部分嘉義市的意象、對賽會活動效益的看法、重遊意願量表；第三部分個人基本資料。問卷填答尺度除參與者人口背景變項為名目尺度外，其餘皆以Likert五點尺度來衡量。由「非常同意」到「非常不同意」，分別得分為5、4、3、2、1分，當分數越高時，代表受測者對於問卷所敘述內容越認同。

3.5.1 量表編製

1. 賽會服務品質量表

第一部分為賽會服務品質量表，服務品質之評量主要以朱蕙嫻(2012)所建構之賽會服務品質量表，依第二章所歸納的兩個構面來統整並配合本研究需求加以修改，並經過指導教授審視後修訂而成。針對賽會之特性將賽會服務品質定義為『參與者依個人服務需求，對於有形或無形之

賽會服務，於預期期望及實際感受之後的認知差距，賦予主觀評價』。並依本研究的需求和考量修改該定義的各個構面的題目來進行衡量，作為本研究在賽會服務品質之測量工具。如下表3.1

表3.1 賽會服務品質量表題項

賽會服務品質量表題項	
題目	
01.	本次賽會場地擁有現代化的服務設備。
02.	本次賽會場地外觀具有視覺上的吸引力。
03.	本次賽會服務人員穿著整齊儀表得體。
04.	本次賽會整體設施與所提供內容相符合。
05.	本次賽會的主辦單位是可信賴的組織。
06.	本次賽會的裁判尺度是公平可靠。
07.	本次賽會的主辦單位能正確保存服務的相關紀錄。
08.	本次賽會的服務人員能夠確實地告知各項服務內容。
09.	當我遇到問題時賽會服務人員能夠提供協助。
10.	本次賽會服務人員能夠提供周到的服務。
11.	本次賽會服務人員能夠竭盡所能為我解決問題。
12.	本次賽會的服務人員非常樂意幫助我。
13.	本次賽會的服務人員能夠即時回應我的需求。
14.	本次賽會的服務人員能夠針對不同的參與者提供適切的服務。
15.	本次賽會的服務人員的行為表現值得我信賴。
16.	與本次賽會服務人員互動過程中讓我感到安心。
17.	本次賽會服務人員態度誠懇有禮貌。

表 3.1 賽會服務品質量表題項(續)

18. 本次賽會的服務人員具備良好的專業能力。
19. 本次賽會的服務人員能夠給予我個別化的關懷。
20. 本次賽會的服務人員能夠優先考量我的需求。

資料來源：本研究整理

2. 嘉義市的意象、賽會活動效益的看法、重遊意願量表

第二部分為嘉義市的意象、賽會活動效益的看法、重遊意願量表，本研究採用Echtner & Ritchie(1993)、Baloglu & Mc Cleary(1999)對目的地意象的影響因素來做為嘉義市意象的影響因素，來瞭解遊客對於城市的看法，包含兩個構面：(1)旅遊環境、(2)城市的吸引力。另外，根據學者專家對於大型運動賽會對城市所帶來之效益評估分析，研究者將賽會活動效益歸納成：(1)提升城市形象與印象、(2)提升重遊意願。並參考方怡潔(2012)、林正忠(2003)等研究者，所建構之嘉義市的意象、賽會活動效益的看法、重遊意願量表，藉由整理並符合本研究需求編製修改，並經過學者專家審視後修訂而成。作為本研究城市意象認知與賽會觀光效益之測量工具。如表3.2和表3.3

表 3.2 城市意象量表題項

題目
01. 嘉義的空氣品質良好。
02. 嘉義的氣候舒適宜人。
03. 嘉義的環境整潔乾淨。
04. 嘉義的娛樂設施豐富。
05. 嘉義的住宿品質良好。
06. 嘉義的治安良好。
07. 嘉義的居民親切友善。
08. 嘉義的旅遊資訊容易取得。
09. 嘉義的交通運輸完善。
10. 嘉義的飲食文化豐富。
11. 嘉義的歷史資源豐富。
12. 嘉義的文化資源豐富。
13. 嘉義的自然資源豐富。

資料來源：本研究整理

表 3.3 觀光效益量表的題項

題目
14. 此次活動可以增加我對嘉義的了解和印象。
15. 此次活動有助於我認識嘉義的地方傳統文化。
16. 此次活動有助於我了解嘉義的地方特色美食。
17. 此次活動有助於提升嘉義與周邊景點的知名度。
18. 此次活動對嘉義的觀光收入有幫助。
19. 此次活動有助於幫助地方產業的發展。
20. 此次活動有助於本地的商業生意興隆。
22. 此次活動有助於嘉義與周邊公共設施的提升。
23. 未來我願意再次重遊嘉義。
24. 我願意推薦他人造訪嘉義。
25. 嘉義會是我未來旅遊最優先考量的景點之一。
26. 您認為嘉義市各地方服務人員的態度會吸引你再次蒞臨。
27. 您認為嘉義市各地方住宿的品質會吸引你再次蒞臨
28. 您認為嘉義市各地方景觀的特色會吸引你再次蒞臨
29. 您認為嘉義市各地方餐飲的品質會吸引你再次蒞臨
30. 您認為嘉義市各地方的藝術文化會吸引你再次蒞臨

資料來源：本研究整理

3. 個人基本資料

第三部分為賽會參與者個人基本資料，本研究參考相關文獻以及考

量實際狀況擬定而成，包含「性別」、「年齡」、「教育程度」、「職業」、「個人平均月收入」、「居住地」，共有六個變項，作為本研究人口統計衡量構面。

4. 旅遊特性

第四部分為賽會參與者的旅遊特性，本研究以研究中需要探討的因素並依實際狀況擬定而成，包含「參與活動的經驗」、「同行夥伴」、「旅遊印象最深刻的地點」、「本次旅遊的總花費」。

3.5.2 量表信效與效度考驗

為建構本研究問卷中各量表之信、效度，於預試問卷回收後，首先進行項目分析，分別以極端組檢驗法及總分相關法檢驗各題項之適切度；其次以因素分析檢驗研究工具之建構效度；最後則以內部一致Cronbach's α 係數進行信度分析，茲依序分述如下：

1. 項目分析(Item Analysis)

本研究在預試樣本回收後，依受試者答題情形進行項目分析，以量表總得分的前27%和後27%進行比較，並將極端組比較結果的差異稱為決斷值或臨界(Critical Ratio:CR)，若題項之決斷值達顯著水準($p < .05$)，並且 $t > 1.96$ 時，表示此題項能有效鑑別不同受測者的反應程度，具有鑑別度應予以保留，反之則刪除(吳明隆，2008；邱皓政，2008a)。此外為求嚴謹，進一步以總分相關法，計算量表中的各題項與量表總分之相關，相關值需達.40以上，並同時達到顯著水準，表示題目適當則不需刪題(邱皓政，2008b)。

(1) 賽會服務品質量表之項目分析

賽會服務品質量表，總計20題。經由項目分析得知，賽會服務品質量表，各題項的高、低分組之間t值皆達顯著水準($p < .05$)，決斷值亦達顯著水準；進一步以總分相關法，分析結果顯示，各題目與總分相關係數皆為.40以上，且達顯著水準($p < .05$)，具有鑑別度，均能鑑別出不同受試者的反應程度，故無需刪題，並可繼續後續信效度之檢驗。賽會服務品質量表之項目分析摘要表，如表3.4所示。

(2)城市意象量表之項目分析

城市意象量表，總計13題。經由項目分析得知，城市意象量表，各題項的高、低分組之間t值皆達顯著水準($p < .05$)，決斷值亦達顯著水準；進一步以總分相關法，分析結果顯示，各題目與總分相關係數皆為.40以上，且達顯著水準($p < .05$)，具有鑑別度，均能鑑別出不同受試者的反應程度，故無需刪題，並可繼續後續信效度之檢驗。城市意象量表之項目分析摘要表，如表3.5所示。

(3)觀光效益量表之項目分析

觀光效益量表，總計16題。經由項目分析得知，觀光效益量表，各題項的高、低分組之間t值皆達顯著水準($p < .05$)，決斷值亦達顯著水準；進一步以總分相關法，分析結果顯示，各題目與總分相關係數皆為.40以上，且達顯著水準($p < .05$)，具有鑑別度，均能鑑別出不同受試者的反應程度，故無需刪題，並可繼續後續信效度之檢驗。觀光效益量表之項目分析摘要表，如表3.6所示。

表3.4 賽會服務品質量表項目分析摘要表

預試-賽會服務品質量表項目分析摘要表		
服務品質質量表題目	CR值	與總分相關
01. 本次賽會場地擁有現代化的服務設備。	8.16*	.76*
02. 本次賽會場地外觀具有視覺上的吸引力。	7.65*	.69*
03. 本次賽會服務人員穿著整齊儀表得體。	11.39*	.76*
04. 本次賽會整體設施與所提供內容相符合。	11.49*	.83*
05. 本次賽會的主辦單位是可信賴的組織。	11.19*	.80*
06. 本次賽會的裁判尺度是公平可靠。	11.62*	.77*
07. 本次賽會的主辦單位能正確保存服務的相關紀錄。	12.37*	.79*
08. 本次賽會的服務人員能夠確實地告知各項服務內容。	17.37*	.85*
09. 當我遇到問題時賽會服務人員能夠提供協助。	14.62*	.84*
10. 本次賽會服務人員能夠提供周到的服務。	11.88*	.83*
11. 本次賽會服務人員能夠竭盡所能為我解決問題。	15.86*	.82*
12. 本次賽會的服務人員非常樂意幫助我。	13.30*	.81*
13. 本次賽會的服務人員能夠即時回應我的需求。	13.44*	.78*
14. 本次賽會的服務人員能夠針對不同的參與者提供適切的服務。	14.23*	.86*
15. 本次賽會的服務人員的行為表現值得我信賴。	13.86*	.83*
16. 與本次賽會服務人員互動過程中讓我感到安心。	12.96*	.82*
17. 本次賽會服務人員態度誠懇有禮貌。	10.19*	.75*
18. 本次賽會的服務人員具備良好的專業能力。	13.31*	.80*
19. 本次賽會的服務人員能夠給予我個別化的關懷。	10.28*	.77*
20. 本次賽會的服務人員能夠優先考量我的需求。	10.33*	.77*
註：* $p < .05$ (CR<1.96 或總分相關<0.4, 可考慮刪題)		

資料來源：本研究整理

表3.5 城市意象量表項目分析摘要表

預試-城市意象量表項目分析摘要表		
城市意象量表題目	CR值	與總分 相關
01. 嘉義的空氣品質良好。	8.80*	0.82*
02. 嘉義的氣候舒適宜人。	15.50*	0.83*
03. 嘉義的環境整潔乾淨。	13.03*	0.83*
04. 嘉義的娛樂設施豐富。	10.90*	0.79*
05. 嘉義的住宿品質良好。	10.11*	0.81*
06. 嘉義的治安良好。	13.47*	0.85*
07. 嘉義的居民親切友善。	11.78*	0.81*
08. 嘉義的旅遊資訊容易取得。	9.75*	0.80*
09. 嘉義的交通運輸完善。	12.69*	0.81*
10. 嘉義的飲食文化豐富。	5.85*	0.67*
11. 嘉義的歷史資源豐富。	9.66*	0.76*
12. 嘉義的文化資源豐富。	9.69*	0.77*
13. 嘉義的自然資源豐富。	10.28*	0.81*
註：* $p < .05$ (CR < 1.96 或總分相關 < 0.4，可考慮刪題)		

資料來源：本研究整理

表3.6 觀光效益量表項目分析摘要表

預試-觀光效益量表項目分析摘要表		
觀光效益量表題目	CR值	與總分 相關
14. 此次活動可以增加我對嘉義的了解和印象。	10.24*	0.68*
15. 此次活動有助於我認識嘉義的地方傳統文化。	9.18*	0.71*
16. 此次活動有助於我了解嘉義的地方特色美食。	9.29*	0.72*
17. 此次活動有助於提升嘉義與周邊景點的知名度。	9.02*	0.74*
18. 此次活動對嘉義的觀光收入有幫助。	8.04*	0.45*
19. 此次活動有助於幫助地方產業的發展。	9.64*	0.49*
20. 此次活動有助於本地的商業生意興隆。	8.75*	0.51*
22. 此次活動有助於嘉義與周邊公共設施的提升。	9.29*	0.51*
23. 未來我願意再次重遊嘉義。	10.22*	0.56*
24. 我願意推薦他人造訪嘉義。	11.03*	0.63*
25. 嘉義會是我未來旅遊最優先考量的景點之一	13.82*	0.58*
26. 您認為嘉義市各地方服務人員的態度會吸引你再次蒞臨	12.01*	0.64*
27. 您認為嘉義市各地方住宿的品質會吸引你再次蒞臨	15.52*	0.71*
28. 您認為嘉義市各地方景觀的特色會吸引你再次蒞臨	13.21*	0.73*
29. 您認為嘉義市各地方餐飲的品質會吸引你再次蒞臨	13.71*	0.75*
30. 您認為嘉義市各地方的藝術文化會吸引你再次蒞臨	13.37*	0.71*
註：* $p < .05$ (CR<1.96 或總分相關<0.4，可考慮刪題)		

資料來源：本研究整理

2. 因素分析(Factor Analysis)

根據項目分析的結果，將保留的題目進行因素分析，以因素分析抽取變項間的共同因素，用較少構面代表原來複雜的資料結構，目的在求得量表的建構效度（吳明隆、涂金堂，2007）。根據學者Kaiser於1974年提出的觀點，KMO值介於0和1之間，當KMO值愈接近1，表示變項的相關愈高，愈適合進行因素分析，若KMO值小於.5，則不適合進行因素分析。另外藉由「Bartlett 球形檢定」考驗相關係數是否適合做為因素分析抽取之用，若檢定達顯著，代表母群體的相關矩陣間，有共同因素存在，適合進行因素分析（吳明隆、涂金堂，2007）。本研究採用的因素分析方法是探索性因素分析（EFA）考驗效度，以主成分分析（PCA）萃取因素，並以最大變異法進行直交轉軸來萃取因素，以確定問卷各部分之因素構面，因素個數的決定主要依據是特徵值的大小，特徵值越大代表該量表的解釋力越強，一般而言，特徵值需大於1，才可視為一個因素（邱皓政，2010）。因此，本研究選取標準為各因素特徵值大於1，直交旋轉後之因素負荷量必須大於.50，才能成為該因素之因子。最後將採取的因素根據涵蓋題項的特性，分別加以命名，以作為後續分析之用。

(1) 賽會服務品質量表之因素分析

服務品質量表經因素分析檢驗結果發現，KMO值為.96，Bartlett 球形檢定 χ^2 值為7010.39(p<.001)，達顯著水準，由此兩項檢定分析結果發現取樣適合，故可進行因素分析。因此對「賽會服務品質量表」進行探索性因素分析，共分析出兩個因素構面，再根據涵蓋題項的特性分別命名為「實體形象」、「服務熱忱」。總累積解釋變異量為70.18%，並且各題項的因素負荷量皆達.5以上，表示具有收斂效度。因此，「賽會服務品質量表」共計有20個題項，分析結果如表3.7所示。

(2) 城市意象量表之因素分析

「城市意象量表」經因素分析檢驗結果發現，KMO值為.94，Bartlett球形檢定 χ^2 值為3046.04(p<.001)，達顯著水準，由此兩項檢定分析結果發現取樣適合，故可進行因素分析。因此對「城市意象量表」進行探索性因素分析，共分析出兩個因素構面，再根據涵蓋題項的特性分別命名為「旅遊環境」、「環境的吸引力」。總累積解釋變異量為65.64%，並且各題項的因素負荷量皆達.5以上，表示具有收斂效度。因此，「城市意象量表」共計有13個題項，分析結果如表3.8所示。

(3) 觀光效益量表之因素分析

「觀光效益量表」經因素分析檢驗結果發現，KMO值為.95，Bartlett球形檢定 χ^2 值為4634.12(p<.001)，達顯著水準，由此兩項檢定分析結果發現取樣適合，故可進行因素分析。因此對「觀光效益量表」進行探索性因素分析，共分析出兩個因素構面，再根據涵蓋題項的特性分別命名為「提升城市形象與印象」、「提升重遊意願」。另在題項22「此次活動有助於嘉義與周邊公共設施的提升」的因素歸屬與原因因素架構不符，故將該題予以刪除，其解釋總變異量為67.55%，並且各題項的因素負荷量皆達.5以上，表示具有收斂效度。因此，「觀光效益量表」共計有15個題項，分析結果如表3.9所示。

3. 信度分析(Reliability Analysis)

預試問卷經項目分析與因素分析建構效度後，為確認本量表是否具有良好信度，接續進行信度分析，並以Cronbach's α 係數來考驗量表的內部一致性。根據Hair等學者於2010年提出信度評估標準，總量表Cronbach's α 值大於.8 以上、分量表大於.6 以上，顯示量表具有內部一致性，Cronbach's α 係數愈大者，表示內部一致性愈高，則問卷

信度愈高（吳明隆、涂金堂，2007），故本研究以此做為量表的信度篩選標準。

(1) 賽會服務品質量表之信度分析

賽會服務品質量表共有兩個因素構面、20個題項，進行信度分析檢驗，整體總量表Cronbach's α 值為.94，各分量表的Cronbach's α 值則分別為.90、.91（詳如表3.7所示），其結果顯示「賽會服務品質量表」具有相當程度的內部一致性。

(2) 城市意象量表之信度分析

城市意象量表共有兩個因素構面、13個題項，進行信度分析檢驗，整體總量表Cronbach's α 值為.93，各分量表的Cronbach's α 值則分別為.90、.90（詳如表3.8所示），其結果顯示「城市意象量表」具有相當程度的內部一致性。

(3) 觀光效益量表之信度分析

觀光效益量表共有四個因素構面、15個題項，進行信度分析檢驗，整體總量表Cronbach's α 值為.85，各分量表的Cronbach's α 值則分別為0.91、0.80（詳如表3.9所示），其結果顯示「觀光效益量表」具有相當程度的內部一致性。

表3.7 賽會服務品質量表因素分析、信度分析

預試問卷-賽會服務品質量表因素分析、信度分析		
服務品質質量表題目	實體 形象	服務 熱忱
01. 本次賽會場地擁有現代化的服務設備。	.79	
02. 本次賽會場地外觀具有視覺上的吸引力。	.77	
03. 本次賽會服務人員穿著整齊儀表得體。	.59	
04. 本次賽會整體設施與所提供內容相符合。	.76	
05. 本次賽會的主辦單位是可信賴的組織。	.70	
06. 本次賽會的裁判尺度是公平可靠。	.57	
07. 本次賽會的主辦單位能正確保存服務的相關紀錄。	.60	
08. 本次賽會的服務人員能夠確實地告知各項服務內容。		.78
09. 當我遇到問題時賽會服務人員能夠提供協助。		.73
10. 本次賽會服務人員能夠提供周到的服務。		.73
11. 本次賽會服務人員能夠竭盡所能為我解決問題。		.77
12. 本次賽會的服務人員非常樂意幫助我。		.78
13. 本次賽會的服務人員能夠即時回應我的需求。		.76
14. 本次賽會的服務人員能夠針對不同的參與者提供適切的服務。		.81
15. 本次賽會的服務人員的行為表現值得我信賴。		.80
16. 與本次賽會服務人員互動過程中讓我感到安心。		.81
17. 本次賽會服務人員態度誠懇有禮貌。		.77
18. 本次賽會的服務人員具備良好的專業能力。		.78
19. 本次賽會的服務人員能夠給予我個別化的關懷。		.74
20. 本次賽會的服務人員能夠優先考量我的需求。		.77
特徵值	1.18	12.84
總解釋變異量		70.18
KMO值		.96
Bartlett球形檢定		顯著
因素構面Cronbach's α 係數	.90	.91
整體量表Cronbach's α 係數		.94

資料來源：本研究整理

表3.8 城市意象量表因素分析、信度分析

預試問卷-城市意象量表因素分析、信度分析		
城市意象量表題目	旅遊環境	城市的吸引力
01. 嘉義的空氣品質良好。	.82	
02. 嘉義的氣候舒適宜人。	.78	
03. 嘉義的環境整潔乾淨。	.76	
04. 嘉義的娛樂設施豐富。	.70	
05. 嘉義的住宿品質良好。	.75	
06. 嘉義的治安良好。	.59	
07. 嘉義的居民親切友善。		.62
08. 嘉義的旅遊資訊容易取得。		.67
09. 嘉義的交通運輸完善。		.62
10. 嘉義的飲食文化豐富。		.69
11. 嘉義的歷史資源豐富。		.81
12. 嘉義的文化資源豐富。		.84
13. 嘉義的自然資源豐富。		.74
特徵值	1.13	7.40
總解釋變異量		65.64
KMO值		.94
Bartlett球形檢定		顯著
因素構面Cronbach's α 係數	.90	.90
整體量表Cronbach's α 係數		.93

資料來源：本研究整理

表3.9 觀光效益量表因素分析、信度分析

預試問卷-觀光效益量表因素分析、信度分析		
觀光效益量表題目	提升城市形象與印象	提升重遊意願
14. 此次活動可以增加我對嘉義的了解和印象。	.61	
15. 此次活動有助於我認識嘉義的地方傳統文化。	.58	
16. 此次活動有助於我了解嘉義的地方特色美食。	.63	
17. 此次活動有助於提升嘉義與周邊景點的知名度。	.69	
18. 此次活動對嘉義的觀光收入有幫助。	.77	
19. 此次活動有助於幫助地方產業的發展。	.80	
20. 此次活動有助於本地的商業生意興隆。	.80	
23. 未來我願意再次重遊嘉義。		.75
24. 我願意推薦他人造訪嘉義。		.75
25. 嘉義會是我未來旅遊最優先考量的景點之一。		.75
26. 您認為嘉義市各地方服務人員的態度會吸引你再次蒞臨		.72
27. 您認為嘉義市各地方住宿的品質會吸引你再次蒞臨		.73
28. 您認為嘉義市各地方景觀的特色會吸引你再次蒞臨		.76
29. 您認為嘉義市各地方餐飲的品質會吸引你再次蒞臨		.76
30. 您認為嘉義市各地方的藝術文化會吸引你再次蒞臨		.74
特徵值	1.01	9.79
總解釋變異量		67.55
KMO值		.95
Bartlett球形檢定		顯著
因素構面Cronbach's α 係數	.91	.80
整體量表Cronbach's α 係數		.85

資料來源：本研究整理

3.6 資料處理

本研究擬於問卷回收後，先剔除回答不完整的無效問卷，再將有效問卷進行編碼整理，以SPSS統計套裝軟體20.0版本執行資料處理與統計分析，並以 $\alpha = .05$ 為顯著水準進行統計考驗，本研究採用的主要統計方法說明如下：

1. 描述性統計分析(Descriptive Statistics Analysis)

透過描述性統計分析，經由次數分配、百分比、平均數、標準差等統計數值，進而瞭解2014全民運動會之參與者人口統計變項與旅遊特性，以及服務品質及城市意象認知的分布情形。

2. 獨立樣本t 檢定(Independent Sample t-test)

以t檢定分析，參與者基本資料之性別等類別變項，於賽會服務品質及城市意象之間的差異情形。

3. 單因子變異數分析(One-Way ANOVA)

藉由單因子變異數分析，探討不同人口背景變項(性別除外)之參與者在賽會服務品質及城市意象是否存有顯著差異。若達顯著差異($p < .05$)，則以雪費法(Scheffe)進行事後比較。

4. 迴歸分析 (linear regression analysis)

本研究將利用迴歸分析預測及解釋賽會服務品質、城市意象以及觀光效益三者之間的影響情形。

第四章 研究結果與討論

本章依據前三章之研究問題、文獻探討、研究架構及研究方法，將問卷整理統整後，透過統計軟體分別進行描述性統計、差異化分析及迴歸模式等分析。並根據統計分析之結果，進行綜合討論。本章共分五節：第一節、本研究參與者樣本結構結果分析；第二節、本研究參與者之賽會服務品質、城市意象與觀光效益之現況分析；第三節、不同背景變項參與者在賽會服務品質認知之差異情形分析；第四節、不同背景變項參與者在城市意象認知之差異情形分析；第五節、本研究參與者在賽會服務品質與城市意象的感受對觀光效益之影響。分別敘述如下。

4.1 本研究參與者樣本結構結果分析

為瞭解2014全民運動會參與者受測樣本之人口統計變項分布情形，本研究將人口統計變項分為兩大部分：一為參與者屬性，內容包含性別、年齡、教育程度、職業、個人平均月收入與居住地等六題；二為參與者旅遊特性，內容包含是否第一次參與活動、運動觀光同行夥伴關係、順道拜訪嘉義的其他觀光景點、此次活動總花費等四題。兩個部分總共十題人口統計變項。人口統計變項次數分配表詳如表4.1。本節將分成研究結果與討論分開描述如下：

4.1.1 研究結果

1. 性別

由統計結果（表4.1）發現，2014全民運動會參與者之樣本結構，男生有135人，佔37.3%，女生有227人，佔62.7%，有女生多於男生之情形。

2. 年齡

由統計結果（表4.1）發現，2014全民運動會參與者之樣本結構，20歲以下有195人，佔53.9%為最多，其次是21~30歲有69人，佔19.1%，最少的是61歲（含）以上有12人，佔3.3%。

3. 教育程度

由統計結果（表4.1）發現，2014全民運動會參與者之樣本結構，高中、職有176人，佔48.6%為最多，其次為大學有92人，佔25.4%，最少的是國小(含)以下有12人，佔3.3%。

4. 職業

由統計結果（表4.1）發現，2014全民運動會參與者之樣本結構，學生有216人，佔59.7%為最多，其次為商業(服務業、自由業)有41人，佔11.3%，最少的是農林漁牧業有16人，佔4.4%。其他行業包含待業中、家庭主婦、已退休等其它情形。

5. 個人平均月收入

由統計結果（表4.1）發現，2014全民運動會參與者之樣本結構，每月平均所得10,000元（含）以下者有207人，佔57.2%為最多，其次為20,001~30,000元有43人，佔11.9%，最少的是10,001~20,000元有15人，佔4.1%。

6. 居住地

由統計結果（表4.1）發現，2014全民運動會參與者之樣本結構，在填寫問卷時扣除嘉義縣市居民後，居住在北部的民眾有115人，佔31.77%為最多，其次為南部不包含嘉義縣市之民眾有63人，佔17.4%，中部有30人，佔8.29%，主辦城市嘉義縣市有160人，佔44.2%，其餘為東部和離島，各佔1.38%、1.66%。

7. 是否第一次參與活動

由統計結果（表4.1）發現，2014全民運動會參與者之樣本結構，第一次參與類似全民運動會活動的有150人，佔41.4%，已經是第二次以上參與活動的有211人，佔58.3%。

8. 運動觀光同行夥伴關係

由統計結果（表4.1）發現，2014全民運動會參與者之樣本結構，旅遊夥伴關係以朋友關係有136人，佔37.6%為最多，其次為同學關係有92人，佔25.4%，家人關係有71人，佔19.6%，其它關係有27人，佔7.5%，獨自參與有17人，佔4.7%，同事關係有19人，佔5.2%。

9. 順道拜訪嘉義的其他觀光景點

由統計結果（表4.1）發現，2014全民運動會參與者之樣本結構，有順道拜訪嘉義的其他觀光景點的有57人，佔15.7%，並沒有順道拜訪嘉義的其他觀光景點的有302人，佔83.4%。

10. 此次活動總花費

由統計結果（表4.1）發現，2014全民運動會參與者之樣本結構，此次活動總花費以1000元（含）以下有182人，佔50.3%最多，其他為1001~2000元有59人，佔16.3%。

表4.1 人口統計變項次數分配表

人口統計變項次數分配表			
人口統計變項		次數	百分比 (%)
性別	男	135	37.3
	女	227	62.7

表4.1 人口統計變項次數分配表(續)

人口統計變項		次數	百分比 (%)
年齡	20 歲以下	195	53.9
	21-30 歲	69	19.1
	31-40 歲	37	10.2
	41-50 歲	30	8.3
	51-61 歲	19	5.2
	61 歲以上	12	3.3
	教育程度	國小(含)以下	12
國中		23	6.4
高中(職)		176	48.6
專科		38	10.5
大學		92	25.4
碩士(含)以上		19	5.2
職業	學生	216	59.7
	工業	27	7.5
	商業(服務業、自由業)	41	11.3
	軍公教	26	7.2
	農林漁牧	16	4.4
	其他	35	9.7
	平均月收入	10000 元以下	207
10001-20000 元		15	4.1
20001-30000 元		43	11.9

表4.1 人口統計變項次數分配表(續)

人口統計變項	次數	百分比 (%)
	30001-40000 元	31 8.6
	40001-50000 元	29 8.0
	50001 元以上	22 6.1
居住地	嘉義縣市	160 44.2
	北部	115 31.77
	中部	30 8.29
	南部	63 17.4
	東部	5 1.38
	離島	6 1.66
是否第一次參與活動	是	150 41.4
	否	211 58.3
運動觀光之夥伴關係	獨自	17 4.7
	家人	71 19.6
	朋友	136 37.6
	同學	92 25.4
	同事	19 5.2
	其他	27 7.5
順道拜訪嘉義的其他觀光景點	是	57 15.7
	否	302 83.4
此活動的個人總花費	1000元以下	182 50.3

表4.1 人口統計變項次數分配表(續)

人口統計變項		次數	百分比 (%)
此活動的個人總花費	1001~2000元	59	16.3
	2001~3000元	33	9.1
	3001~4000元	29	8.0
	4001~5000元以上	27	7.5
	5000元以上	32	8.8

資料來源：本研究整理

4.1.2 討論

本研究發現2014全民運動會的參與者以女性(62.7%)多於男性，年齡多是20歲以下(53.9%)，高中(職)的學生(59.7%)居多，居住地以北部地區居多(31.77%)(嘉義縣市除外)，第一次參與活動的情形較少(41.4%)。與兵佳豪(2010)和李葭欽(2012)所做的研究有些許不同。其中，特別不同的是本次全民運動會的參與者是女性多於男性，且年齡層似乎有下降的趨勢，與前兩年的研究有所不同。造成參與全民運動會的參與者的人口結構與過去不同的原因可能是：這次全民運動會所增設的競賽項目(如：定向越野、沙灘角力)多是適合較年輕族群的項目，且偏向具有觀賞、趣味性質的比賽。因此，也可吸引更多元的觀賞者或運動觀光的參與者搭配旅遊行程，順道可以參與運動賽會。主辦全民運動會的單位在安排競賽項目時，多會考量與該城市較能支援的協會或團體，或是所在地的場館可以配合進行的活動，其次也會考量到比賽的項目是否能有有利於地主隊增加獎牌數量的可能性。因此，每屆競賽項目的差異性和主辦單位的所在環境地理位置可能是影響到參與者人口結構不同的主因。

4.2 本研究參與者之賽會服務品質、城市意象與觀光效益之現況分析

本節主要呈現2014全民運動會參與者在賽會服務品質、城市意象與觀光效益各構面之研究結果，並且進行討論分析，分為賽會服務品質、城市意象與觀光效益三個部分。本節將分成研究結果與討論分開描述如下：

4.2.1 研究結果

1. 2014全民運動會參與者之賽會服務品質之現況

此研究之有效樣本為362份問卷，參與者之賽會服務品質各構面認同程度得分如下：實體形象平均數3.67、標準差0.713；服務熱忱平均數3.74、標準差0.732。研究結果顯示賽會服務品質各次構面之認同程度平均值落在得分3到4（選項「普通」到「同意」）。研究結果如表4.2和4.3所示。

表4.2 賽會服務品質各次構面分析表

構面	平均數	標準差
實體形象	3.67	0.71
服務熱忱	3.74	0.73

資料來源：本研究整理

表4.3 賽會服務品質題項得分排序

	平均數	標準差	排序
03. 本次賽會服務人員穿著整齊儀表得體。	3.88	0.84	1
09. 當我遇到問題時賽會服務人員能夠提供協助。	3.85	0.83	2
08. 本次賽會的服務人員能夠確實地告知各項服務內容。	3.82	0.82	3

表4.3 賽會服務品質題項得分排序(續)	平均數	標準差	排序
12. 本次賽會的服務人員非常樂意幫助我。	3.81	0.85	4
10. 本次賽會服務人員能夠提供周到的服務。	3.79	0.83	5
17. 本次賽會服務人員態度誠懇有禮貌。	3.79	0.85	6
04. 本次賽會整體設施與所提供內容相符合。	3.78	0.85	7
11. 本次賽會服務人員能夠竭盡所能為我解決問題。	3.77	0.86	8
05. 本次賽會的主辦單位是可信賴的組織。	3.75	0.91	9
07. 本次賽會的主辦單位能正確保存服務的相關紀錄。	3.75	0.86	10
13. 本次賽會的服務人員能夠即時回應我的需求。	3.75	0.86	11
15. 本次賽會的服務人員的行為表現值得我信賴。	3.75	0.85	12
14. 本次賽會的服務人員能夠針對不同的參與者提供適切的服務。	3.74	0.83	13
16. 與本次賽會服務人員互動過程中讓我感到安心。	3.74	0.86	14
18. 本次賽會的服務人員具備良好的專業能力。	3.67	0.87	15
06. 本次賽會的裁判尺度是公平可靠。	3.62	0.98	16
19. 本次賽會的服務人員能夠給予我個別化的關懷。	3.61	0.90	17
20. 本次賽會的服務人員能夠優先考量我的需求。	3.60	0.87	18
01. 本次賽會場地擁有現代化的服務設備。	3.52	0.87	19
02. 本次賽會場地外觀具有視覺上的吸引力。	3.46	0.94	20

資料來源：本研究整理

2. 2014全民運動會參與者對城市意象之現況

此研究之有效樣本為362份，透過問卷資料得到運動賽會參與者對城市意象感受程度各次構面認同程度得分如下：旅遊環境平均數3.69、標

準差0.634；城市的吸引力平均數3.76、標準差0.679。結果顯示城市意象各次構面之認同程度平均值落在得分3至4（選項「普通」到「同意」）之間。研究結果如表4.4和4.5所示。

構面	平均數	標準差
旅遊環境	3.69	0.63
城市的吸引力	3.76	0.67

資料來源：本研究整理

題項	平均數	標準差	排序
10. 嘉義的飲食文化豐富。	3.87	0.76	1
07. 嘉義的居民親切友善。	3.86	0.79	2
12. 嘉義的文化資源豐富。	3.84	0.80	3
11. 嘉義的歷史資源豐富。	3.78	0.78	4
02. 嘉義的氣候舒適宜人。	3.77	0.84	5
06. 嘉義的治安良好。	3.77	0.75	6
13. 嘉義的自然資源豐富。	3.76	0.80	7
03. 嘉義的環境整潔乾淨。	3.73	0.78	8
05. 嘉義的住宿品質良好。	3.70	0.81	9
08. 嘉義的旅遊資訊容易取得。	3.70	0.82	10
01. 嘉義的空氣品質良好。	3.65	0.86	11
09. 嘉義的交通運輸完善。	3.62	0.94	12
04. 嘉義的娛樂設施豐富。	3.51	0.95	13

資料來源：本研究整理

3. 2014全民運動會參與者對觀光效益的看法之現況

此研究之有效樣本為362份，透過問卷資料得到運動賽會參與者對觀光效益的看法各次構面認同程度得分如下：提升城市形象與印象平均數3.79、標準差0.673；促提升重遊意願平均數3.76、標準差0.710。結果顯示賽會觀光效益各次構面之認同程度平均值落在得分3至4（選項「普通」到「同意」）之間。研究結果如表4.6和4.7所示。

表4.6 賽會觀光效益各次構面分析表

構面	平均數	標準差
提升城市形象與印象	3.79	0.67
提升重遊意願	3.76	0.71

資料來源：本研究整理

表4.7 觀光效益的看法題項得分排序表

題項	平均數	標準差	排序
23. 未來我願意再次重遊嘉義。	3.88	0.84	1
17. 此次活動有助於提升嘉義與周邊景點的知名度。	3.84	0.83	2
24. 我願意推薦他人造訪嘉義。	3.84	0.88	3
18. 此次活動對嘉義的觀光收入有幫助。	3.82	0.86	4
19. 此次活動有助於幫助地方產業的發展。	3.82	0.81	5
20. 此次活動有助於本地的商業生意興隆。	3.81	0.81	6
14. 此次活動可以增加我對嘉義的了解和印象。	3.80	0.84	7
16. 此次活動有助於我了解嘉義的地方特色美食。	3.77	0.80	8
29. 您認為嘉義市各地方餐飲品質會吸引你再次蒞臨	3.77	0.83	9
26. 您認為嘉義市各地方服務人員的態度會吸引你再次蒞臨	3.75	0.80	10

表4.7 觀光效益的看法題項得分排序表(續)	平均數	標準差	排序
28. 您認為嘉義市各地方景觀的特色會吸引你再次蒞臨	3.74	0.80	11
15. 此次活動有助於我認識嘉義的地方傳統文化。	3.73	0.84	12
27. 您認為嘉義市各地方住宿的品質會吸引你再次蒞臨	3.72	0.84	13
30. 您認為嘉義市各地方的藝術文化會吸引你再次蒞臨	3.71	0.87	14
25. 嘉義會是我未來旅遊最優先考量的景點之一	3.69	0.89	15

資料來源：本研究整理

4.2.2 討論

本研究發現參與者對2014全民運動會的賽會服務品質、城市意象、以及對觀光效益的看法的平均得分皆為3.5到4之間，屬中等程度的認同，表示具有多數受訪者對各構面的變項有正向的認同。而其中以「實體形象」、「旅遊環境」得分相對較低，分別為3.67及3.69，表示嘉義市對於2014全民運動會的參與者之賽會實體形象、城市的旅遊環境之建構仍有所不足的地方。題項部分顯示在「本次賽會場地擁有現代化的服務設備」、「本次賽會場地外觀具有視覺上的吸引力」、「嘉義的空氣品質良好」、「嘉義的交通運輸完善」、「嘉義的娛樂設施豐富」在相對比較上都是分數較低的認同。對照蔡郁芬（2005）針對高雄市觀光意象之研究結果顯示，觀光客對於城市生活機能以及環境評價稍低，與本研究結果相同。另外，在「本次賽會服務人員穿著整齊儀表得體」、「當我遇到問題時賽會服務人員能夠提供協助」、「嘉義的飲食文化豐富」、「嘉義的居民親切友善」、「未來我願意再次重遊嘉義」、「我願意推薦他人造訪嘉義」等題項得到相對的高分，表示賽會的參與者對服務人員的整齊的服儀、禮貌、以及嘉義人的親切友善留下了深刻的印象。而

且由大會所提供或推薦的餐飲豐富多元，讓多數的參與者都願意再次重遊或推薦他人前來該城市旅遊。

4.3 不同背景變項參與者在賽會服務品質之差異情形分析

本節旨在呈現2014全民運動會之人口統計變項對於賽會服務品質各次構面之差異情形，並且進行討論及分析。2014全民運動會人口統計變項包含性別、年齡、教育程度、職業、個人平均月收入、居住地、是否第一次參與活動、運動觀光同行夥伴關係、順道拜訪嘉義的其他觀光景點、此次活動總花費等十項。根據研究方法，採用獨立樣本t檢定來檢驗不同性別、是否第一次參與活動、是否順道拜訪嘉義的其他觀光景點、之運動觀光參與者在運動賽會城市意象上是否存有顯著差異。採用單因子變異數（one-way ANOVA）進行不同年齡、教育程度、職業、個人平均月收入、運動觀光同行夥伴關係、居住地、此次活動總花費的統計分析，若F值達顯著（ $p < .05$ ）時，再利用雪費法（Scheffe' s Method）進行事後比較。本研究發現2014全民運動會參與者不因性別、年齡、職業、平均月收入、居住地、是否第一次參與活動、同行夥伴關係、此次活動總花費等差別對服務品質各次構面之感知有所不同，但會因教育程度、是否順道拜訪嘉義其他景點的不同而影響參與者對2014全民運動會的服務品質的看法。

4.3.1 研究結果

1. 性別

研究結果發現，運動賽會參與者在不同性別與賽會服務品質各次構面之差異性分析上，未達顯著差異，其結果如表4.8所示。

表4.8 不同性別在賽會服務品質各次構面上的差異分析

		人數	平均數	標準差	t值	p值
實體形象	男	135	3.60	0.74	-1.44	0.45
	女	227	3.72	0.68		
服務熱忱	男	135	3.73	0.72	-0.27	0.32
	女	227	3.75	0.73		

資料來源：本研究整理

2. 年齡

研究結果發現，運動賽會參與者在不同年齡與賽會服務品質各次構面之差異分析上，未達顯著差異，結果如表4-6 所示。

表4.9 不同年齡在賽會服務品質各次構面上的差異分析

		個數	平均數	標準差	F值	事後比較
實體形象	20歲以下	195	3.68	0.73	2.02	
	21-30歲	69	3.53	0.69		
	31-40歲	37	3.67	0.56		
	41-50歲	30	3.68	0.60		
	51-60歲	19	3.77	0.93		
	61歲以上	12	4.21	0.53		
	總和	362	3.67	0.71		
服務熱忱	20歲以下	195	3.73	0.76	1.91	
	21-30歲	69	3.62	0.70		
	31-40歲	37	3.83	0.58		
	41-50歲	30	3.77	0.63		
	51-60歲	19	3.73	0.91		
	61歲以上	12	4.30	0.50		
	總和	362	3.74	0.73		

資料來源：本研究整理

3. 教育程度

研究結果發現，運動賽會參與者在不同教育程度與賽會服務品質各次構面之差異分析上，在構面實體形象上達顯著差異。其中國小以下的參與者的認同程度高於高中(職)，且國小以下的參與者的認同程度高於大學學歷的參與者。另外，在構面服務熱忱上，則無顯著差異。其結果如表4.10 所示。

表4.10 不同教育程度在賽會服務品質各次構面上的差異分析

	個數	平均數	標準差	F值	事後比較	
實體形象	國小以下	12	4.45	0.70	4.2*	國小以下>高中(職)
	國中	23	3.95	0.60		國小以下>大學
	高中職	176	3.69	0.72		
	專科(二專.五專)	38	3.65	0.69		
	大學(包括二技四技)	92	3.50	0.68		
	碩士(含)以上	19	3.54	0.57		
	不知道/拒答	2	3.78	0.10		
總和	362	3.67	0.71			
服務熱忱	國小以下	12	4.43	0.86	2.5	
	國中	23	3.85	0.58		
	高中職	176	3.75	0.75		
	專科(二專.五專)	38	3.72	0.68		
	大學(包括二技四技)	92	3.64	0.69		
	碩士(含)以上	19	3.70	0.67		
	不知道/拒答	2	3.07	0.65		
總和	362	3.74	0.73			

*:p<.05 資料來源: 本研究整理

4. 職業

研究結果發現，運動賽會參與者在不同職業背景與賽會服務品質各次構面之差異性分析上，未達顯著差異，其結果如表4.11 所示。

表4.11 不同職業在賽會服務品質各次構面上的差異分析

		個 數	平均 數	標準 差	F值	事後 比較
實體 形象	學生	216	3.67	0.73	0.31	
	工業	27	3.64	0.59		
	商業(服務業、自由業)	41	3.64	0.67		
	軍公教	26	3.60	0.88		
	農林漁牧	16	3.64	0.68		
	其他	35	3.82	0.58		
	總和	362	3.67	0.71		
服務 熱忱	學生	216	3.73	0.74	0.13	
	工業	27	3.72	0.57		
	商業(服務業、自由業)	41	3.71	0.68		
	軍公教	26	3.72	0.95		
	農林漁牧	16	3.77	0.82		
	其他	35	3.84	0.61		
	總和	362	3.74	0.73		

資料來源：本研究整理

5. 個人平均月收入

研究結果發現，運動賽會參與者在不同平均月收入的參與者與賽會服務品質各次構面之差異性分析上，未達顯著差異，其結果如表4.12 所示。

表4.12 不同個人平均月收入在賽會服務品質各次構面上的差異分析

		個數	平均數	標準差	F值	事後比較
實體形象	10000元以下	207	3.64	0.74	0.32	
	10001-20000元	15	3.60	0.69		
	20001-30000元	43	3.77	0.57		
	30001-40000元	31	3.66	0.62		
	40001-50000元	29	3.76	0.76		
	50001元以上	22	3.73	0.65		
	不知道或拒答	15	3.69	0.86		
	總和	362	3.67	0.71		
服務熱忱	10000元以下	207	3.68	0.78	1.17	
	10001-20000元	15	3.52	0.57		
	20001-30000元	43	3.90	0.54		
	30001-40000元	31	3.74	0.67		
	40001-50000元	29	3.80	0.81		
	50001元以上	22	3.87	0.70		
	不知道或拒答	15	3.98	0.60		
	總和	362	3.74	0.73		

資料來源：本研究整理

6. 居住地

研究結果發現，運動賽會參與者在不同居住地與賽會服務品質各次構面之差異分析上，無顯著差異，其結果如表4.13 所示。

表4.13 不同居住地在賽會服務品質各次構面上的差異分析

		個數	平均數	標準差	F值	事後比較
實體形象	北部	96	3.61	0.78	0.75	
	中部	32	3.53	0.59		
	南部	221	3.72	0.69		
	東部	7	3.65	0.50		
	離島	6	3.80	1.03		
	總和	362	3.67	0.71		
服務熱忱	北部	96	3.72	0.75	0.57	
	中部	32	3.58	0.62		
	南部	221	3.77	0.73		
	東部	7	3.85	0.47		
	離島	6	3.64	0.98		
	總和	362	3.74	0.73		

資料來源：本研究整理

7. 是否第一次參與活動

研究結果發現，運動賽會參與者在是否第一次參與賽會的不同與賽會服務品質各次構面之差異分析上，並無顯著差異，其結果如表4.14所示。

表4.14 是否第一次參與活動在賽會服務品質各次構面上的差異分析

		人數	平均數	標準差	t值	p值
實體形象	是	150	3.72	0.70	1.21	0.61
	否	211	3.63	0.71		
服務熱忱	是	150	3.79	0.72	1.08	0.47
	否	211	3.70	0.73		

資料來源：本研究整理

8. 同行夥伴關係

研究結果發現，運動賽會參與者在不同同行夥伴關係與賽會服務品質各次構面之差異分析上，並無顯著差異，其結果如表4.15所示。

表4.15 運動觀光同行夥伴關係在賽會服務品質各次構面上的差異分析

		個數	平均數	標準差	F值	事後比較
實體形象	獨自	17	3.78	0.64	0.98	
	家人	71	3.69	0.76		
	朋友	136	3.61	0.75		
	同學	92	3.65	0.70		
	同事	19	3.84	0.46		
	其他	27	3.87	0.56		
	總和	362	3.67	0.71		
服務熱忱	獨自	17	3.97	0.63	1.22	
	家人	71	3.77	0.74		
	朋友	136	3.67	0.75		
	同學	92	3.70	0.70		
	同事	19	3.95	0.56		
	其他	27	3.89	0.82		
	總和	362	3.74	0.73		

資料來源：本研究整理

9. 是否順道拜訪嘉義其他景點

研究結果發現，運動賽會參與者在是否順道拜訪嘉義其他景點的不同與賽會服務品質各次構面之差異分析上，在構面實體形象上，達顯著差異；另外，服務熱忱的部分，並無顯著差異，其結果如表4.16所示。

表4.16 是否順道拜訪嘉義其他景點在賽會服務品質各次構面上的差異分析

		人數	平均數	標準差	t值	p值
實體形象	是	57	3.89	0.83	2.51	0.04
	否	302	3.63	0.68		
服務熱忱	是	57	4.03	0.74	3.25	0.77
	否	302	3.69	0.72		
服務品質	是	57	3.96	0.76	3.03	0.003
	否	302	3.66	0.66		

資料來源：本研究整理

10. 此次活動的總花費

研究結果發現，運動賽會參與者在此次活動的總花費的不同與賽會服務品質各次構面之差異性分析上，未達顯著差異，其結果如表4.17所示。

表4.17 此次活動的總花費在賽會服務品質各次構面上的差異分析

		個數	平均數	標準差	F值	事後比較
實體形象	1000元以下	182	3.73	0.69	2.04	
	1000-2000元	59	3.66	0.61		
	2000-3000元	33	3.77	0.74		
	3000-4000元	29	3.52	0.84		
	4000-5000元	27	3.76	0.71		
	5000元以上	32	3.35	0.76		
	總和	362	3.67	0.71		
服務熱忱	1000元以下	182	3.76	0.75	0.98	
	1000-2000元	59	3.67	0.58		
	2000-3000元	33	3.85	0.60		
	3000-4000元	29	3.60	0.83		
	4000-5000元	27	3.92	0.78		
	5000元以上	32	3.62	0.83		
	總和	362	3.74	0.73		

資料來源：本研究整理

表 4.18 不同背景變項在賽會服務品質的差異性檢定結果

	實體形象	服務熱忱
性別	-	-
年齡	-	-
教育程度	達顯著差異(國小>高中 職、國小>大學)	-
職業	-	-
個人平均月收入	-	-
居住地	-	-
是否第一次參與活動	-	-
同行夥伴關係	-	-
是否順道拜訪嘉義其它景點	達顯著差異(是>否)	-
此次活動的總花費	-	-

資料來源：本研究整理

4.3.2 討論

本研究結果發現，運動賽會的參與者因教育程度的不同，會影響參與者在賽會服務品質部分構面的認同差異情形，並達到顯著差異。其中在「實體形象」構面，會有國小以下的參與者認同程度大於高中職、國小以下的參與者認同程度大於大學的差異。此研究與運動賽會相關文獻研究結果相同(葉雪鳳，2010；王雅民，2011；張佑嘉，2012)。另外也發現參與者的旅遊特性「是否順道拜訪嘉義其他景點」的不同對賽會服務品質的「實體形象」構面達顯著差異，有順道拜訪嘉義其他景點的參與者的認同程度會大於沒有順道拜訪的。可能的原因：主辦單位所提供的旅遊資訊豐富。讓運動賽會的參與者感覺除了參與賽事之外，也能順道體驗當地的特色文化、地方美食、和居民的親切友善。在感覺良好的情形下會對賽會的服務品質有更正向的認同。

根據研究結果也顯示，運動賽會參與者在性別、年齡、職業、平均月收入、居住地、是否第一次參與活動、同行夥伴關係、此次活動總花

費的不同對賽會服務品質的影響，並無顯著差異，因此僅H1-3和H1-9研究假設成立，其餘皆拒絕先前的研究假設。

4.4 不同背景變項參與者在城市意象之差異情形分析

本節旨在呈現2014全民運動會之人口統計變項對於城市意象各次構面之差異情形，並且進行討論及分析。2014全民運動會人口統計變項包含性別、年齡、教育程度、職業、個人平均月收入、居住地、是否第一次參與活動、運動觀光同行夥伴關係、順道拜訪嘉義的其他觀光景點、此次活動總花費等十項。根據研究方法，採用獨立樣t檢定來檢驗不同性別、是否第一次參與活動、是否順道拜訪嘉義的其他觀光景點、運動觀光同行夥伴關係、之運動觀光參與者在運動賽會城市地意象上是否存在顯著差異。採用單因子變異數（one-way ANOVA）進行不同年齡、教育程度、職業、個人平均月收入、居住地、此次活動總花費的統計分析，若F值達顯著（ $p < .05$ ）時，再利用雪費法（Scheffe's Method）進行事後比較。本研究發現2014全民運動會參與者不因性別、年齡、職業、平均月收入、居住地、是否第一次參與活動、同行夥伴關係、此次活動總花費等差別對城市意象各構面之感知有所不同，但會因教育程度、是否順道拜訪嘉義其他景點的不同而影響參與者對2014全民運動會舉辦城市的城市意象的看法。

4.4.1 研究結果

1. 性別

研究結果發現，運動賽會參與者在不同性別與城市意象各次構面之差異性分析上，未達顯著差異，其結果如表4.19所示。

表4.19 不同性別在城市意象各次構面上的差異分析

		人數	平均數	標準差	t值	p值
旅遊環境	男	135	3.73	0.62	0.71	0.47
	女	227	3.68	0.66		
城市的吸引力	男	135	3.76	0.65	-1.04	0.29
	女	227	3.84	0.67		

資料來源：本研究整理

2. 年齡

研究結果發現，運動賽會參與者在不同年齡與城市意象各次構面之差異分析上，未達顯著差異，結果如表4.20 所示。

表4.20 不同年齡在城市意象各次構面上的差異分析

		個數	平均數	標準差	F值	事後比較
旅遊環境	20歲以下	195	3.62	0.73	1.11	
	21-30歲	69	3.69	0.61		
	31-40歲	37	3.83	0.53		
	41-50歲	30	3.72	0.63		
	51-60歲	19	3.81	0.68		
	61歲以上	12	3.93	0.66		
	總和	362	3.68	0.68		
城市的吸引力	20歲以下	195	3.77	0.69	1.23	
	21-30歲	69	3.65	0.54		
	31-40歲	37	3.86	0.55		
	41-50歲	30	3.83	0.61		
	51-60歲	19	3.78	0.74		
	61歲以上	12	4.09	0.53		
	總和	362	3.77	0.64		

資料來源：本研究整理

3. 教育程度

研究結果發現，運動賽會參與者在不同教育與城市意象各次構面之差異分析上，在構面城市的吸引力上達顯著差異。其中國小以下的參與

者的認同程度高於專科，且國小以下的參與者的認同程度高於大學學歷的參與者。另外，在構面旅遊環境上，則無顯著差異，其結果如表4.21 所示。

表4.21 不同教育程度在城市意象各次構面上的差異分析

	個數	平均數	標準差	F值	事後比較	
旅遊環境	國小以下	12	4.19	0.85	1.55	
	國中	23	3.76	0.49		
	高中職	176	3.67	0.75		
	專科(二專.五專)	38	3.68	0.59		
	大學(包括二技四技)	92	3.65	0.58		
	碩士(含)以上	19	3.68	0.53		
	不知道/拒答	2	3	0		
總和	362	3.68	0.68			
城市的吸引力	國小以下	12	4.48	0.62	3.88*	國小以下>專科
	國中	23	3.81	0.47		國小以下>大學
	高中職	176	3.82	0.69		
	專科(二專.五專)	38	3.73	0.59		
	大學(包括二技四技)	92	3.62	0.57		
	碩士(含)以上	19	3.67	0.54		
	不知道/拒答	2	3.35	0.50		
總和	362	3.77	0.67			

資料來源：本研究整理

4. 職業

研究結果發現，運動賽會參與者在不同職業與城市意象各次構面之差異性分析上，未達顯著差異，其結果如表4.22 所示。

表4.22 不同職業在城市意象各次構面上的差異分析

	個數	平均數	標準差	F值	事後比較
旅遊環境	學生	216	3.68	0.71	0.94
	工業	27	3.91	0.48	
	商業(服務業、自由業)	41	3.65	0.63	
	軍公教	26	3.64	0.72	
	農林漁牧	16	3.48	0.66	
	其他	35	3.73	0.61	
	總和	362	3.68	0.68	
城市的吸引力	學生	216	3.78	0.68	0.39
	工業	27	3.83	0.51	
	商業(服務業、自由業)	41	3.72	0.59	
	軍公教	26	3.62	0.73	
	農林漁牧	16	3.85	0.57	
	其他	35	3.82	0.54	
	總和	362	3.77	0.64	

資料來源：本研究整理

5. 個人平均月收入

研究結果發現，運動賽會參與者在不同平均月收入與城市意象各次構面之差異性分析上，未達顯著差異，其結果如表4.23 所示。

表4.23 不同個人平均月收入在城市意象各次構面上的差異分析

		個數	平均數	標準差	F值	事後比較
旅遊環境	10000元以下	207	3.64	0.70	0.65	
	10001-20000元	15	3.77	0.55		
	20001-30000元	43	3.82	0.63		
	30001-40000元	31	3.62	0.66		
	40001-50000元	29	3.77	0.64		
	50001元以上	22	3.68	0.65		
	不知道或拒答	15	3.78	0.76		
	總和	362	3.68	0.68		
城市的吸引力	10000元以下	207	3.76	0.67	0.74	
	10001-20000元	15	3.82	0.60		
	20001-30000元	43	3.88	0.55		
	30001-40000元	31	3.58	0.63		
	40001-50000元	29	3.78	0.69		
	50001元以上	22	3.85	0.45		
	不知道或拒答	15	3.84	0.73		
	總和	362	3.77	0.64		

資料來源：本研究整理

6. 居住地

研究結果發現，運動賽會參與者在不同居住地與城市意象各次構面之差異性分析上，未達顯著差異，其結果如表4.24 所示。

表4.24 不同居住地在城市意象各次構面上的差異分析

		個數	平均數	標準差	F值	事後比較
旅遊環境	北部	96	3.72	0.55	1.06	
	中部	32	3.51	0.62		
	南部	221	3.71	0.73		
	東部	7	3.40	0.52		
	離島	6	3.5	0.83		
	總和	362	3.68	0.68		
城市的吸引力	北部	96	3.74	0.55	1.30	
	中部	32	3.66	0.49		
	南部	221	3.82	0.69		
	東部	7	3.48	0.59		
	離島	6	3.47	0.85		
	總和	362	3.77	0.64		

資料來源：本研究整理

7. 是否第一次參與活動

研究結果發現，運動賽會參與者在是否第一次參與活動的不同與城市意象各次構面之差異性分析上，未達顯著差異，其結果如表4.25 所示。

表4.25 是否第一次參與活動在城市意象各構面上的差異分析

		人數	平均數	標準差	t值	p值
旅遊環境	是	150	3.68	0.69	-0.48	0.63
	否	211	3.71	0.62		
城市的吸引力	是	150	3.87	0.67	1.54	0.12
	否	211	3.76	0.66		

資料來源：本研究整理

8. 同行夥伴關係

研究結果發現，運動賽會參與者在不同同行夥伴關係與城市意象各次構面之差異性分析上，未達顯著差異，其結果如表4.26 所示。

表4.26 運動觀光同行夥伴關係在城市意象各次構面上的差異分析

		個數	平均數	標準差	F值	事後比較
旅遊環境	獨自	17	3.63	0.64	0.52	
	家人	71	3.79	0.62		
	朋友	136	3.64	0.72		
	同學	92	3.67	0.74		
	同事	19	3.67	0.60		
	其他	27	3.73	0.47		
	總和	362	3.68	0.68		
	城市的吸引力	獨自	17	3.52		0.50
家人		71	3.80	0.69		
朋友		136	3.72	0.69		
同學		92	3.87	0.65		
同事		19	3.75	0.47		
其他		27	3.80	0.36		
總和		362	3.77	0.64		

資料來源：本研究整理

9. 是否順道拜訪嘉義其他景點

研究結果發現，運動賽會參與者在是否順道拜訪嘉義其他景點的不同與城市意象各次構面之差異分析上，在旅遊環境、城市的吸引力兩個構面上達顯著差異。其結果如表4.27 所示。

表4.27 是否順道拜訪嘉義其他景點在城市意象各次構面上的差異分析

		人數	平均數	標準差	t值	p值
旅遊環境	是	57	3.92	0.73	2.74	0.006
	否	302	3.66	0.62		
城市的吸引力	是	57	4.09	0.71	3.46	0.001
	否	302	3.76	0.64		

資料來源：本研究整理

10. 活動的總花費

研究結果發現，運動賽會參與者在本次活動的總花費的不同與城市意象的各次構面之差異性分析上，未達顯著差異，其結果如表4.28 所

示。

表4.28 此次活動的總花費在城市意象各構面上的差異分析

		個數	平均數	標準差	F值	事後比較
旅遊環境	1000元以下	182	3.69	0.76	0.38	
	1000-2000元	59	3.71	0.48		
	2000-3000元	33	3.78	0.54		
	3000-4000元	29	3.68	0.70		
	4000-5000元	27	3.58	0.68		
	5000元以上	32	3.59	0.64		
	總和	362	3.68	0.68		
城市的吸引力	1000元以下	182	3.84	0.69	0.92	
	1000-2000元	59	3.72	0.44		
	2000-3000元	33	3.67	0.64		
	3000-4000元	29	3.72	0.74		
	4000-5000元	27	3.76	0.60		
	5000元以上	32	3.64	0.60		
	總和	362	3.77	0.64		

資料來源：本研究整理

表 4.29 不同背景變項在城市意象的差異性檢定結果

	旅遊環境	城市的吸引力
性別	-	-
年齡	-	-
教育程度	-	達顯著差異(國小>專科、國小>大學)
職業	-	-
個人平均月收入	-	-
居住地	-	-
是否第一次參與活動	-	-
同行夥伴關係	-	-
是否順道拜訪嘉義其它景點	達顯著差異(是>否)	達顯著差異(是>否)
此次活動的總花費	-	-

資料來源：本研究整理

4.4.2 討論

本研究結果發現，運動賽會的參與者因教育程度的不同，會影響參與者在城市意象部分構面的認同差異情形，並達到顯著差異。其中在「城市的吸引力」構面，會有國小以下的參與者認同程度大於專科、國小以下的參與者認同程度大於大學的差異。另外也發現參與者的旅遊特性「是否順道拜訪嘉義其他景點」的不同對城市意象的認知程度，達顯著差異。有順道拜訪嘉義其他景點的參與者的認同程度會大於沒有順道拜訪的。此結果與前小節「賽會服務品質」的研究結果相似。因此歸納可能的原因：應也是與嘉義地區的觀光景點能帶給參與者良好的體驗感覺。讓運動賽會的參與者感覺除了參與賽事之外，也能順道體驗當地的特色文化、地方美食、和居民的親切友善。因此與單純參與運動賽會的參與者做比較，有顯著差異。顯示對城市意象而言，運動觀光的參與者在旅途中，如有對其他景點進行拜訪或參觀的參與者會對該城市意象有更正向的認同。根據研究結果也顯示，運動賽會參與者在性別、年齡、職業、平均月收入、居住地、是否第一次參與活動、同行夥伴關係、此次活動總花費的不同對城市意象的影響，並無顯著差異，因此僅H2-3和H2-9研究假設成立，其餘皆拒絕先前的研究假設。

4.5 本研究參與者在賽會服務品質與城市意象的感受對觀光 效益之影響

本節旨在探討運動賽會參與者賽會服務品質、城市意象與觀光效益之互相影響情形，利用迴歸分析來個別探討1. 賽會服務品質對城市意象的影響；2. 賽會服務品質對運動觀光效益的影響；3. 城市意象對觀光效益的影響；4. 賽會服務品質、城市意象和觀光效益三者的相互影響關係。

本節將研究結果與討論分別描述如下。

4.5.1 研究結果

1. 賽會服務品質對城市意象的影響

本研究以先以賽會服務品質的兩個次構面「實體形象」、「服務熱忱」為自變項，分別對城市意象的兩個次構面「旅遊環境」、「城市的吸引力」為依變項做多元迴歸分析，以檢視各構面對於城市意象之影響，再以主構面賽會服務品質對城市意象做簡單回歸分析，結果如下表 4.30。

表4.30 賽會服務品質對城市意象的迴歸分析

自變項-賽會服務品質	依變項-城市意象					
	旅遊環境			城市的吸引力		
	B1值	t值	p值	B2值	t值	p值
實體形象	0.33	4.46	0.000	0.33	4.65	0.000
服務熱忱	0.28	3.77	0.000	0.32	4.56	0.000
F值(p值)	92.29(0.000)			115.56(0.000)		
R^2 (Adjusted R^2)	0.34(0.336)			0.392(0.388)		
Durbin-Watson值	1.75			1.89		
主構面B值	0.645					
主構面t值	11.00					
主構面p值	0.000					
主構面F值	256.04					
主構面 R^2 (Adjusted R^2)	0.416(0.414)					
主構面Durbin-Watson值	1.8					

資料來源：本研究整理

2. 賽會服務品質對運動觀光效益的影響

本研究以先以賽會服務品質的兩個次構面「實體形象」、「服務熱忱」為自變項，分別對觀光效益的兩個次構面「提升城市形象與印象」、「提升重遊意願」為依變項做多元迴歸分析，以檢視各構面對於觀光效

益之影響，再以主構面賽會服務品質對觀光效益做簡單回歸分析，結果如下表4.31。

表4.31 賽會服務品質對觀光效益的迴歸分析

自變項-賽會服務品質	依變項-觀光效益					
	提升城市形象與印象			提升重遊意願		
	B1值	t值	p值	B2值	t值	p值
實體形象	0.30	4.28	0.000	0.22	3.22	0.01
服務熱忱	0.33	4.65	0.000	0.45	6.58	0.000
F值(p值)	108.61(0.000)			132.39(0.000)		
R^2 (Adjusted R^2)	0.344(0.335)			0.424(0.421)		
Durbin-Watson值	1.89			1.78		
主構面B值	0.665					
主構面t值	16.89					
主構面p值	0.000					
主構面F值(p值)	285.39					
主構面 R^2 (Adjusted R^2)	0.442(0.441)					
主構面Durbin-Watson值	1.82					

資料來源：本研究整理

3. 城市意象對觀光效益的影響

本研究以先以城市意象的兩個次構面「旅遊環境」、「城市的吸引力」為自變項，分別對觀光效益的兩個次構面「提升城市形象與印象」、「提升重遊意願」為依變項做多元迴歸分析，以檢視各構面對於觀光效益之影響，再以主構面城市意象對觀光效益做簡單回歸分析，結果如下表4.32。

表4.32 城市意象對觀光效益的迴歸分析

自變項-城市意象	依變項-觀光效益					
	提升城市形象與印象			提升重遊意願		
	B1值	t值	p值	B2值	t值	p值
旅遊環境	0.33	6.57	0.000	0.30	6.85	0.000
城市的吸引力	0.48	9.62	0.000	0.57	12.82	0.000
F值(p值)	266.48(0.000)			396.70(0.000)		
R ² (Adjusted R ²)	0.598(0.595)			0.688(0.687)		
Durbin-Watson值	1.86			1.98		
主構面B值	0.84					
主構面t值	29.37					
主構面p值	0.000					
主構面F值(p值)	863.14(0.000)					
主構面R ² (Adjusted R ²)	0.706(0.705)					
主構面Durbin-Watson值	1.9					

資料來源：本研究整理

4. 賽會服務品質、城市意象和觀光效益三者的相互影響關係

表4.33 賽會服務品質、城市意象、觀光效益三者之相關係數表

賽會服務品質、城市意象、觀光效益三者之相關係數表			
	賽會服務品質	城市意象	觀光效益
賽會服務品質	1	.645**	.665**
城市意象	.645**	1	.840**
觀光效益	.665**	.840**	1
** 在顯著水準為0.01時 (雙尾)，相關顯著。			

資料來源：本研究整理

由上述研究結果發現，賽會服務品質對城市意象和觀光效益皆有顯

著影響。因此，需檢驗「城市意象」的中介效果是否存在，本研究採用過去許多學者常採用的 Baron & Kenny (1986) 的驗證方法，其驗證中介效果的步驟包含三個部分，分別為(1)自變數對中介變數是否造成顯著影響；(2)自變數對應變數是否造成顯著影響；(3)當自變數與中介變數為預測變項，應變數為效標變項時，中介變數的影響應達到顯著，並且自變數的影響效果降低。此外，在上述(3)條件中，若自變數的影響效果降低後仍顯著，則為部分中介效果，而若自變數的影響效果降低後變為不顯著，則為完全中介效果 (Baron & Kenny, 1986)。因此，本節以賽會服務品質和城市意象為預測變項，觀光效益為效標變項，做多元迴歸分析。結果如下表4.34:

表4.34 賽會服務品質和城市意象對觀光效益的迴歸分析

自變項-賽會服務品質、城市意象	依變項-觀光效益		
	B值	t值	p值
賽會服務品質	0.211	5.90	0.000
城市意象	0.704	19.68	0.000
F值(p值)	489.63(0.000)		
R^2 (Adjusted R^2)	0.732(0.730)		
Durbin-Watson值	1.96		

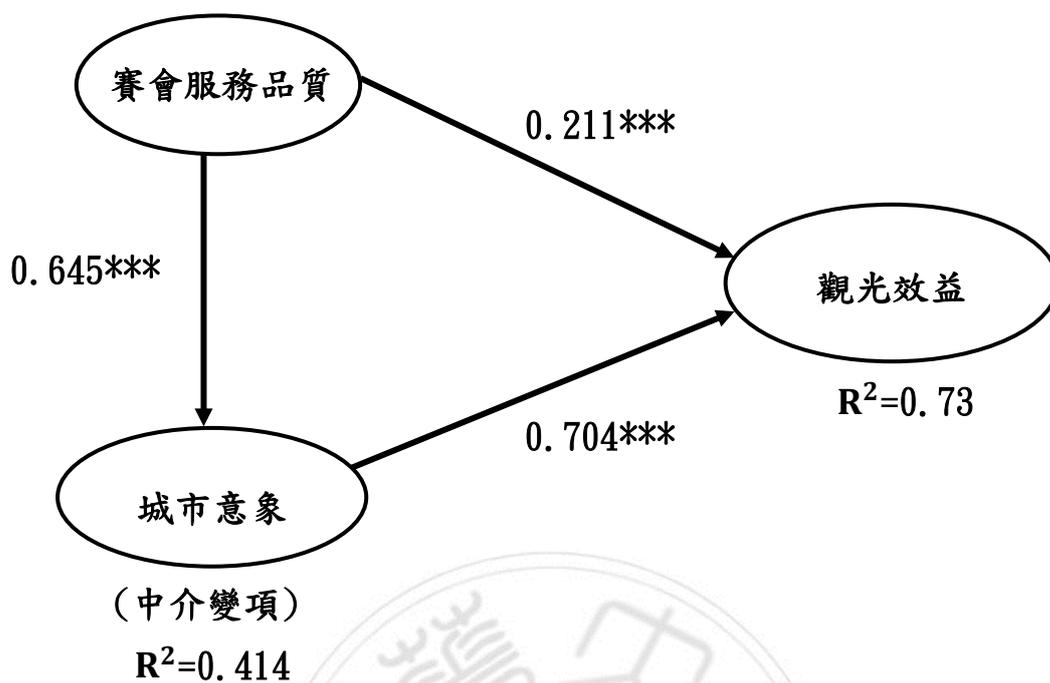
資料來源：本研究整理

4.5.2 討論

有關賽會服務品質對城市意象的影響，Durbin-Watson值為1.8，在5%顯著水準下，顯示殘差之間無自我相關存在。此外，Adjusted $R^2 = 0.414$ ，F值=256.04，顯示賽會服務品質對城市意象有41.4%的解釋變異量，且達顯著，研究結果與鄒統鈺(2007)相同。而有關賽會服務品質對觀光效益的影響，Durbin-Watson值為1.823，在5%顯著水準下，顯示殘差之間無

自我相關存在。此外，Adjusted $R^2=0.441$ ，F值=285.399，顯示賽會服務品質對觀光效益有44.1%的解釋變異量，且達顯著，此結果與(張淑青，2009；Boulding，Staelin，Kalra & Zeithaml，1993；Castro，Armario & Ruiz，2007；Kaplanidou，2007；Kaplanidou Vogt，2007)等人的研究相同。另外，有關城市意象對觀光效益的影響，Durbin-Watson值為1.9，在5%顯著水準下，顯示殘差之間無自我相關存在。此外，Adjusted $R^2=0.705$ ，F值=863.145，顯示城市意象對觀光效益有70.5%的解釋變異量，相關係數為0.84(高度相關)，此研究亦與(張書榮、張孝銘、陳秀榮，2009)等人的研究結果相同，並發現更高的解釋力。

研究者在文獻探討中發現賽會服務品質與觀光效益的相關文獻並不多，且並未發現有關的中介模型的研究。而在研究結果中發現，賽會服務品質對城市意象和觀光效益皆有顯著影響。因此需檢驗「城市意象」的中介效果是否存在，於是在第四小節，以賽會服務品質和城市意象為預測變項，觀光效益為效標變項，來進行多元迴歸分析。結果也發現加入城市意象進行多元迴歸後，賽會服務品質的迴歸係數影響效果降低，且降低後仍顯著，依Baron & Kenny (1986)的驗證理論，判斷為「部分中介」，而中介變項為「城市意象」。進一步分析其影響效果：賽會服務品質影響觀光效益的直接效果為0.211，顯示服務品質對觀光效益的直接效果為低度相關。本研究茲將三個潛在變項的中介模型整理如圖4.1。



*** $p < .001$ ，構面之間為路徑係數， R^2 代表解釋力

圖4.1 賽會服務品質與城市意象對觀光效益之中介模型

資料來源：本研究整理

第五章 結論與建議

本章的目的在依據本研究結果與討論整理成結論與建議。本研究旨在針對2014全民運動會之參與者，探討其人口統計變項的背景、賽會服務品質、城市意象與觀光效益的看法之現況，並瞭解不同背景變項之賽會參與者在賽會服務品質與城市意象的認同差異情形，最後則分析參與者在賽會服務品質、城市意象與觀光效益的看法之相互影響關係。因此，共分為兩小節：第一節結論；第二節建議。

5.1 結論

1. 2014全民運動會吸引了許多年輕學生族群，其消費能力較低，有超過半數的參與者已經參加過類似的運動賽會；在行程規畫上較少配合其他觀光景點，屬於單純的參加運動賽會。對賽會服務品質及城市意象的感受程度尚可。

(1) 2014全民運動會參與者之樣本結構以女性、20歲以下、學生、高中職學歷、平均月收入10,000元(含)以下居多、當地人居多、北部次之；而旅遊特性以已經參加過類似運動賽會居多、同行夥伴為朋友關係居多、大多數人並沒有順道拜訪嘉義其它觀光景點、此次活動的總花費也多在1000元以內。

(2) 2014全民運動會參與者在賽會服務品質之認同程度為「普通」到「同意」之間；在城市意象之認同程度為「普通」至「同意」之間；在觀光效益的看法之認同程度為「普通」至「同意」之間。一般而言，在大型運動賽事時，參與者對於賽會之整體感受多傾向正面的認同，且尚有進步之空間。

2. 2014全民運動會參與者之教育程度、是否順道拜訪嘉義其它觀光景點的不同，皆會影響賽會服務品質及城市意象之認同程度。

(1) 2014全民運動會參與者，會因為教育程度、是否順道拜訪嘉義其它觀光景點的不同，而影響賽會服務品質的認同程度。其中教育程度為國小的小朋友相較於高中職與大學有著較高的認同程度。另外，有順道拜訪嘉義其它觀光景點的參與者可能因為配合賽會所提供的旅遊資訊，對賽會的服務品質有更正向的認同。

(2) 2014全民運動會參與者，會因為教育程度、是否順道拜訪嘉義其它觀光景點的不同，而影響城市意象的認同程度。其中國小的小朋友相較於專科與大學有著較高的認同程度。另外，有順道拜訪嘉義其它觀光景點的參與者也因為嘉義地區的觀光景點能帶給參與者良好的體驗感覺，所以也對城市意象有更正向的認同。

3. 2014全民運動會參與者的賽會服務品質會影響對城市意象與觀光效益的看法;另外，城市意象的認同程度會影響觀光效益的看法。

(1) 2014全民運動會參與者的賽會服務品質會影響對城市意象與觀光效益的看法，且分別有41.4%和44.1%的解釋能力。另外，城市意象的認同程度會影響觀光效益的看法，且具有70.5%的解釋能力和0.84的相關係數(高度相關)。

(2)城市意象對於賽會服務品質影響觀光效益的看法有部分中介的效果。使得賽會服務品質影響觀光效益的直接效果為0.211，間接效果為0.454，總效果為0.665。顯示服務品質對觀光效益的直接效果0.211為低度相關。

在彙整前一章的研究結果後，將之一一對照研究假設檢核成立與否，並整理成下表5.1。

表5.1 研究假設檢核表

代號	研究假設	成立與否
H1	不同人口背景統計變項在賽會服務品質上有顯著差異	僅H1-3和H1-9成立，其餘拒絕
H2	不同人口背景統計變項在城市意象認知上有顯著差異	僅H2-3和H2-9成立，其餘拒絕
H3	賽會服務品質對賽會參與者之城市意象有顯著影響	H3假設成立
H4	賽會服務品質對賽會舉辦城市觀光效益有顯著影響	H4假設成立
H5	賽會參與者之城市意象對賽會舉辦城市觀光效益有顯著影響	H5假設成立

資料來源：本研究整理

5.2 建議

根據上述研究與討論之結果，研究者提出以下的建議：

1. 對於嘉義市未來舉辦大型運動賽會之建議

(1) 根據本研究人口統計變項之結果可得知，2014全民運動會目前主要參與者多為較年輕的學生族群，消費能力較低，與以往的研究結果相同。顯示主辦單位，在拓展其他年齡層的參與者的宣傳和活動，尚有很大的改善空間，建議配合趣味性或觀賞性質的低競技活動讓更多元的年齡層人口投入運動，也剛好能落實全民運動會的精神。

(2) 參與者對整體的認同程度大多落在「普通」至「同意」之間，顯示主辦單位尚有很大進步的空間。在題項部分「本次賽會場地擁有現代化的服務設備」、「本次賽會場地外觀具有視覺上的吸引力」、「嘉義的

空氣品質良好」、「嘉義的交通運輸完善」、「嘉義的娛樂設施豐富」在相對比較上都是分數較低的認同，表示觀光客對嘉義市的城市生活機能以及環境的評價覺得仍有進步的空間。

(3) 另外，在「本次賽會服務人員穿著整齊儀表得體」、「當我遇到問題時賽會服務人員能夠提供協助」、「嘉義的飲食文化豐富」、「嘉義的居民親切友善」、「未來我願意再次重遊嘉義」、「我願意推薦他人造訪嘉義」等題項得到相對的高分，表示賽會的參與者對服務人員的整齊的服儀、禮貌、以及嘉義人的親切友善留下了深刻的印象。而且由大會所提供或推薦的餐飲豐富多元，讓多數的參與者都願意再次重遊或推薦他人前來該城市旅遊，更凸顯了嘉義在這些方面發展觀光的優勢。

(4) 由不同旅遊特性的差異化分析發現，在服務品質和城市意象感受方面，有順道拜訪嘉義其他景點的參與者的認同程度會大於沒有順道拜訪的。也驗證了有搭配旅遊行程的運動觀光會讓參與者在服務品質和城市意象有更正面的感受程度。因此，主辦單位應該多規劃對於參與者的運動觀光或套裝行程的安排。

2. 對於後續研究者的建議

(1) 國內有關運動賽會的觀光效益的文獻很少。再者本研究所採集到的是運動賽會參與者對於觀光效益的看法，似乎對觀光效益的解釋力不足。希望後續的研究可以再加入相關業者與政府單位的看法。

(2) 有關賽會服務品質對城市意象的相關係數為0.645，且具有41.4的解釋能力。顯示這兩個變項之間有一定程度的關聯性，建議後續的研究者可以發展兩變項間的中介模型。

參考文獻

一、中文部分

1. 尹宇桓(2010)，淺談城市品牌形象塑造。商業文化，7，382-383頁。
2. 方怡潔(2012)，運動觀光參與者之賽會形象、目的地意象、賽會滿意度與行為意圖之關係研究-以2012 高雄國際馬拉松為例。國立臺灣體育大學，未出版碩士論文。
3. 王文科、王智弘(2009)，教育研究法（十三版）。臺北市：五南。
4. 王明元、鄭志富(2011)，台灣觀光發展現況與未來展望，商業現代化學刊，6(1)，209-228頁。
5. 王雅民(2011)，服務品質、運動設施環境與滿意度對觀眾忠誠度之影響-以2010海碩國際女子網球公開賽為例。國立臺灣師範大學，未出版之碩士論文。
6. 田夏、龔明波(2002)，舉辦大型體育比賽對城市發展的影響。北京體育大學學報，3，315-317頁。
7. 田祖國(2003)，我國西部地區體育旅遊發展研究。南京體育學院學報，17(3)，1-3頁。
8. 朱蕙嫻(2012)，運動賽會服務品質及滿意度之研究-以2012年全民運動會水上救生競賽為例。國立臺灣體育運動大學，未出版之碩士論文。
9. 江中皓(2001)，運動觀光發展契機與潛力之評估-以高爾夫假期為例。國民體育季刊，138，12-17頁。
10. 行政院體育委員會(2010年)，行政院體育委員會 98年年報。臺北：行政院體育委員會。
11. 兵佳豪(2010)，99年全民運動會參與者動機與滿意度之研究。國立臺灣體育大學，未出版碩士論文。

12. 吳明隆 (2008) , SPSS統計應用學習實務。臺北市：五南。
13. 吳明隆、涂金堂(2007) , SPSS與統計應用分析。臺北市：五南圖書。
14. 吳亮頤 (2009) , 運動賽會觀賞者觀光意象及滿意度之相關研究--以2009 世界運動會為例。國立臺灣師範大學，未出版碩士論文。
15. 吳軍葦 (2010) , 運動賽會與在地觀光效益之初探。2010年國際體育運動與健康休閒發展趨勢研討會專刊，269-281頁。
16. 呂紹祺(2010) , 高雄市城市意象與賽會後旅遊行為意圖之關係研究--以2009 世界運動會國際與會者為例。國立高雄大學，未出版碩士論文。
17. 宋威穎、雷文谷、熊婉君 (2010) , 自行車道遊客旅遊目的地意象與行為意圖之關係--以遊憩體驗為中介變項之研究。休閒產業管理學刊，3(2) , 22-37頁。
18. 李葦欽(2012) , 101年全民運動會參與者動機、涉入程度、滿意度之研究。國立臺灣體育大學，未出版碩士論文。
19. 沈進成、王伯文、陳正興 (2005) , 遊客體驗對忠誠度之中介影響變數之研究--以奮起湖地區民宿為例。生物與休閒事業研究，3(2) , 85-109頁。
20. 谷世賢 (2014) , 運動選手之賽會形象與賽會滿意度對其目的地意象與重遊意願之影響關係--以2013年台灣全國中等學校運動會為例。南華大學旅遊事業管理研究所，未出版碩士論文。
21. 林正忠(2003) , 鹽水蜂炮民俗活動觀光效益之研究--以2003 年活動為例。台南師範學院。未出版碩士論文。
22. 林永森、黃小玲、連佳振 (2006) , 運動觀光遊客認知服務品質、滿意度與重遊意願相關之研究-以2005年台中縣兩馬觀光季活動為例。真

- 理運動知識學報，3(1)，194-207頁。
23. 林立港 (2011)，臺北地區桌球積分賽參與者知覺賽會服務品質、賽會價值與滿意度之研究。國立臺灣師範大學，未出版碩士論文。
 24. 林偉智 (2010)，國立臺灣大學綜合體育館服務品質、顧客滿意度與再購意願之研究。國立臺灣師範大學，未出版碩士論文。
 25. 林彩瑩 (2005)，非營利組織成員參與節慶活動的動機與效益認知之研究—以宜蘭國際藝術童玩節為例。大葉大學，未出版碩士論文。
 26. 林聰哲 (2008)，中部地區高爾夫球場服務品質、消費者知覺價值、滿意度與行為意向之研究，管理實務與理論研究，2(4)，196-214頁。
 27. 邱皓政 (2010)，量化研究與統計分析。臺北市：五南。
 28. 邱皓政 (2008a)，量化研究與統計分析。臺北市：五南。
 29. 邱皓政 (2008b)，量化研究法 (二)。臺北市：雙葉書廊。
 30. 涂鵬斐、林東興、陳培季(2010)，2009台北聽障奧運日本代表隊對城市運動觀光之研究。興大體育學刊，11，85-103頁。
 31. 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。國立體育學院，未出版碩士論文。
 32. 張佑嘉(2012)，全國身心障礙國民運動會服務品質及滿意度之研究。國立高雄師範大學，未出版之碩士論文。
 33. 張書榮、張孝銘、陳秀榮 (2009)，遊客對國際運動賽會舉辦城市旅遊意象之研究。長榮運動休閒學刊，3，108-117頁。
 34. 張淑青(2009)，目的地意象、滿意度與行為意圖的關係-目的地意象的區隔效果，台灣管理學刊，9(1)，1-22頁。
 35. 張慧敏 (2010)，青島城市形象分析與品牌城市形象的塑造。管理研

- 究，6，17-19頁。
36. 曹校章 (2010)，運動觀光滿意指標模式之研究-以日月潭國際萬人泳渡嘉年華運動觀光客為例。國立臺灣師範大學，未出版博士論文。
37. 陳亞甄 (2008)，承辦世界運動會對區域發展之公共價值分析—評估2009世運會對高雄的影響。國立中山大學公共事務管理研究所，未出版碩士論文。
38. 陳怡婷 (2009)，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。國立臺灣體育大學，未出版碩士論文。
39. 陳德璘，方信淵(2010)，從城市行銷策略分析我國運動觀光發展之探討，真理大學運動知識學報，7，192-200頁。
40. 黃金柱(2006)，運動觀光導論。臺北市：師大書苑。
41. 黃冠曉(2007)，台灣全民運動會發展之研究：以2006年為例。國立屏東教育大學體育學系碩士班，未出版碩士論文。
42. 黃章展、林佳薇 (2007)，觀光客對觀光目的地原始、誘發至複合意象變動之研究—以王功為例。戶外遊憩研究，24，1-25頁。
43. 黃詩雯 (2010)，運動觀光賽會服務品質與參與者滿意度之研究-以2009 臺東之美鐵人三項國際邀請賽為例。國立臺灣體育學院，未出版碩士論文。
44. 葉雪鳳 (2010)，2010年全國身心障礙國民運動會服務品質與滿意度之研究。國立臺灣師範大學，未出版碩士論文。
45. 鄒統鈺 (2007)，奧運旅遊效應，北京：社會科學文獻出版社，26- 39頁、131頁。
46. 雷兆玉 (2010)，以城市文化實力塑造中心城市形象。重慶社會主義學院學報，6，91-93頁。

47. 廖柏雁(2009)，台灣全民運動會與世界運動會舉辦方式接軌之探析。2009年卓越運動事業經營學術研討會，180-188頁。
48. 劉又慈 (2008)，國際運動賽會對地方運動觀光發展影響之研究，國立嘉義大學休閒事業管理研究所，未出版碩士論文。
49. 潘沛彤 (2008)，臺北地區桌球俱樂部服務品質與顧客滿意度關係之研究。國立臺灣師範大學，未出版碩士論文。
50. 蔡郁芬 (2005)，城市觀光意象對旅遊選擇意願影響之研究—以四大都會區為例。南華大學，未出版碩士論文。
51. 鄭家韻 (2008)，探討運動觀光之發展—2007年太魯閣國際馬拉松為例，國立東華大學，未出版碩士論文。
52. 魏金源、莊萬進 (2007)，古坑「台灣咖啡節」節慶滿意度之研究。2007台灣第四屆地方鄉鎮觀光產業發展與前瞻學術研討會，177-189頁。

二、英文部分

1. Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. Annals of Tourism Research, 26(4), 868-897.
2. Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. Journal of Personality and Social Psychology, 51(6), 1173-1182.
3. Boulding, W., Staelin, A., Kalra, R., & Zeithaml, V. A. (1993). A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions. Journal of Marketing Research, 30, 7-27.
4. Castro, C. B., Armario, E. M., & Ruiz, D, M. (2007). The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourist'

- future behavior. Tourism Management, 28, 175-187.
5. Castro, C. B., Armario, E. M., & Ruiz, D, M. (2007). The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination' s image and tourist' future behavior. Tourism Management, 28, 175-187.
 6. Chelladurai, P. (1992). A classification of sport and physical activity services: Implications for sport management. Journal of Sport Management. 6. 38-51
 7. Donovan, M. E. (1998). The economic benefits of a sporting event to a community. Unpublished master degree thesis. Springfield College.
 8. Echtner, C. M., & Brent Ritchie, J. R. (1993). The measurement of tourism destination image. Journal of Travel Research, 131(3), 40-50.
 9. Edginton, C., & Mills, G. (1996). Tourism curricular initiatives leading to a proposal for the establishment of an institute for tourism research and service at the university of northern Iowa. In P. H. Fu & P. P. C. Chan(Eds.), Recreation, sport,culture & tourism for the 21st century(pp. 346-364). Hong Kong: Hong Kong Baptist University.
 10. Gibson, H. J. (2003). Sport tourism. In J. B. Parks, & J. Quarterman (Eds.).Contemporary sport management (p.355). Champaign, IL: Human Kinetics.
 11. Gibson, H. J., & Qi, C. X., & Zhang, J. J. (2008). Destination Image and Intent to Visit China and the 2008 Beijing Olympic Games. Journal of Sport Management, 22, 427-450.
 12. Grosspietsch, M. (2006). Perceived and projected images of Rwanda: visitor and international tour operator perspectives. Tourism Management, 27, 225-234.

13. Hall, C. M. (1992). Hallmark Tourist Events: Impacts, Management, and Planning, Belhaven Press, London.
14. Gammon, S., & Robinson, T. (1997). Sport and tourism: A conceptual framework. Journal of Sports Tourism, 4(3), 8-24.
15. Ho Chang-Iuan, Lee Yi-Ling (2007). The development of an e-travel service quality scale. Tourism Management, 28(6), 1434-1449.
16. Jooyeon Ha, SooCheong (Shawn) Jang (2009). Perceived justice in service recovery and behavioral intentions: The role of relationship quality. International Journal of Hospitality Management, 28(3), 319-327.
17. Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007). The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours. Journal of Sport & Tourism, 12, 183-206.
18. Kim, S. S., & Mckercher, B., & Lee, H. (2009). Tracking tourism desyination image perception. Annals of Tourism Research, 36(4), 715-718.
19. Kim, S. S., & Morrision, A. M. (2005). Change of images of South Korea among foreign tourists after the 2002 FIFA World Cup. Tourism Management, 26, 233-247.
20. Kotler, P. (1997). Marketing management: analysis, planning, implementation, and control. (9th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
21. Kozak, M. (2001). Repeaters behaviour at two distinct destinations. Annals of Tourism Research, 28(3), 784-807.
22. Solberg, H. A., & Preuss, H. (2007). Major sport events and long-term tourism impacts. Journal of Sport management, 21, 213-234.
23. Standeven, J., & De Knop, P. (1999). Sport tourism. Champaign, IL: Human

Kinetics

24. Tat Y. Choi, Raymond Chu (2001). Determinants of hotel guests' satisfaction and repeat patronage in the Hong Kong hotel industry. International Journal of Hospitality Management, 20(3), 277-297.

三、網路資料

1. 嘉義市政府 (2014) 2014年全民運動會網頁資料取自：<http://103sport.cy.edu.tw/Home.asp>
2. 行政院體育委員會(2005)，2005 年全民運動會舉辦準則修正草案條文。2008年11月15日，取自：<http://www.sac.gov.tw/law/law-1.aspx?No=85>



附錄一 正式問卷

親愛的參賽者 您好：

這是一份學術性研究問卷，主要目的在於瞭解運動觀光參與者對賽會服務品質的知覺和在地觀光效益之探討。您的意見對於本研究及賽會推廣具有相當大之助益，敬請不吝提供寶貴意見。本問卷採匿名方式作答，您所提供的資料僅做學術研究之用，絕不對外公開，敬請放心填答。懇請協助完成，衷心感謝您。

敬祝

順心如意

南華大學 旅遊管理研究所

指導教授：許伯陽 博士

研究生：涂國祥 謹上

【說明】：以下問項主要是想瞭解您對於2014全民運動會賽會服務品質的看法，分別以五點尺度衡量。1 表示「非常不同意」、2 表示「不同意」、3 表示「普通」、4表示「同意」、5 表示「非常同意」，請您在適當的數字上圈選。

【例題】：	非常 不同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
01.本次賽會的服務品質良好。	1	2	3	4	5
【第一部分】：賽會服務品質					
題 項	非常 不同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
01.本次賽會場地擁有現代化的服務設備。	1	2	3	4	5
02.本次賽會場地外觀具有視覺上的吸引力。	1	2	3	4	5
03.本次賽會服務人員穿著整齊儀表得體。	1	2	3	4	5
04.本次賽會整體設施與所提供內容相符合。	1	2	3	4	5
05.本次賽會的主辦單位是可信賴的組織。	1	2	3	4	5
06.本次賽會的裁判尺度是公平可靠。	1	2	3	4	5
07.本次賽會的主辦單位能正確保存服務的相關紀錄。	1	2	3	4	5
08.本次賽會的服務人員能夠確實地告知各項服務內容。	1	2	3	4	5
09.當我遇到問題時賽會服務人員能夠提供協助。	1	2	3	4	5
10.本次賽會服務人員能夠提供周到的服務。	1	2	3	4	5
11.本次賽會服務人員能夠竭盡所能為我解決問題。	1	2	3	4	5
12.本次賽會的服務人員非常樂意幫助我。	1	2	3	4	5
13.本次賽會的服務人員能夠即時回應我的需求。	1	2	3	4	5
14.本次賽會的服務人員能夠針對不同的參與者提供適切的服務。	1	2	3	4	5
15.本次賽會的服務人員的行為表現值得我信賴。	1	2	3	4	5
16.與本次賽會服務人員互動過程中讓我感到安心。	1	2	3	4	5
17.本次賽會服務人員態度誠懇有禮貌。	1	2	3	4	5
18.本次賽會的服務人員具備良好的專業能力。	1	2	3	4	5
19.本次賽會的服務人員能夠給予我個別化的關懷。	1	2	3	4	5
20.本次賽會的服務人員能夠優先考量我的需求。	1	2	3	4	5

【第二部分】:對嘉義市的意象、對賽會活動效益的看法、重遊意願					
題 項	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
01.嘉義的空氣品質良好。	1	2	3	4	5
02.嘉義的氣候舒適宜人。	1	2	3	4	5
03.嘉義的環境整潔乾淨。	1	2	3	4	5
04.嘉義的娛樂設施豐富。	1	2	3	4	5
05.嘉義的住宿品質良好。	1	2	3	4	5
06.嘉義的治安良好。	1	2	3	4	5
07.嘉義的居民親切友善。	1	2	3	4	5
08.嘉義的旅遊資訊容易取得。	1	2	3	4	5
09.嘉義的交通運輸完善。	1	2	3	4	5
10.嘉義的飲食文化豐富。	1	2	3	4	5
11.嘉義的歷史資源豐富。	1	2	3	4	5
12.嘉義的文化資源豐富。	1	2	3	4	5
13.嘉義的自然資源豐富。	1	2	3	4	5
14.此次活動可以增加我對嘉義的了解和印象。	1	2	3	4	5
15.此次活動有助於我認識嘉義的地方傳統文化。	1	2	3	4	5
16.此次活動有助於我了解嘉義的地方特色美食。	1	2	3	4	5
17.此次活動有助於提升嘉義與周邊景點的知名度。	1	2	3	4	5
18.此次活動對嘉義的觀光收入有幫助。	1	2	3	4	5
19.此次活動有助於幫助地方產業的發展。	1	2	3	4	5
20.此次活動有助於本地的商業生意興隆。	1	2	3	4	5
21.此次活動對嘉義的觀光收入有幫助。	1	2	3	4	5
22.此次活動有助於嘉義與周邊公共設施的提升。	1	2	3	4	5
23.未來我願意再次重遊嘉義。	1	2	3	4	5
24.我願意推薦他人造訪嘉義。	1	2	3	4	5
25.嘉義會是我未來旅遊最優先考量的景點之一	1	2	3	4	5
26.您認為嘉義市各地方服務人員的態度會吸引你再次蒞臨	1	2	3	4	5
27.您認為嘉義市各地方住宿的品質會吸引你再次蒞臨	1	2	3	4	5
28.您認為嘉義市各地方景觀的特色會吸引你再次蒞臨	1	2	3	4	5
29.您認為嘉義市各地方餐飲的品質會吸引你再次蒞臨	1	2	3	4	5
30.您認為嘉義市各地方的藝術文化會吸引你再次蒞臨	1	2	3	4	5

【第三部分】：個人基本資料(請您依題意在適當的□內打v)									
一、性別：1. <input type="checkbox"/> 男 2. <input type="checkbox"/> 女									
二、年齡：1. <input type="checkbox"/> 20歲以下 2. <input type="checkbox"/> 21-30歲 3. <input type="checkbox"/> 31-40歲 4. <input type="checkbox"/> 41-50歲 5. <input type="checkbox"/> 51-61歲 6. <input type="checkbox"/> 61歲以上									
三、教育程度：1. <input type="checkbox"/> 國小(含)以下 2. <input type="checkbox"/> 國中 3. <input type="checkbox"/> 高中(職) 4. <input type="checkbox"/> 專科 5. <input type="checkbox"/> 大學 6. <input type="checkbox"/> 碩士(含)以上									
四、職業：1. <input type="checkbox"/> 學生 2. <input type="checkbox"/> 工業 3. <input type="checkbox"/> 商業(服務業、自由業) 4. <input type="checkbox"/> 軍公教 5. <input type="checkbox"/> 農林漁牧 6. <input type="checkbox"/> 其他									
五、平均月收入：1. <input type="checkbox"/> 10000元以下 2. <input type="checkbox"/> 10001-20000元 3. <input type="checkbox"/> 20001-30000元 4. <input type="checkbox"/> 30001-40000元 5. <input type="checkbox"/> 40001-50000元 6. <input type="checkbox"/> 50001元以上									
六、居住地：1. <input type="checkbox"/> 臺北市 2. <input type="checkbox"/> 新北市 3. <input type="checkbox"/> 臺中市 4. <input type="checkbox"/> 臺南市 5. <input type="checkbox"/> 高雄市 6. <input type="checkbox"/> 桃園縣 7. <input type="checkbox"/> 新竹縣 8. <input type="checkbox"/> 苗栗縣 9. <input type="checkbox"/> 彰化縣 10. <input type="checkbox"/> 南投縣 11. <input type="checkbox"/> 雲林縣 12. <input type="checkbox"/> 嘉義縣 13. <input type="checkbox"/> 屏東縣 14. <input type="checkbox"/> 臺東縣 15. <input type="checkbox"/> 花蓮縣 16. <input type="checkbox"/> 宜蘭縣 17. <input type="checkbox"/> 澎湖縣 18. <input type="checkbox"/> 基隆市 19. <input type="checkbox"/> 新竹市 20. <input type="checkbox"/> 嘉義市 21. <input type="checkbox"/> 金門縣 22. <input type="checkbox"/> 連江縣									
七、參加全民運動會擔任角色：1. <input type="checkbox"/> 選手 2. <input type="checkbox"/> 教練 3. <input type="checkbox"/> 裁判 4. <input type="checkbox"/> 工作人員 5. <input type="checkbox"/> 眷屬 6. <input type="checkbox"/> 其他									
【第四部份】：旅遊特性(請您依題意在適當的□內打v)									
一、請問您是否第一次參加類似活動經驗? 1. <input type="checkbox"/> 是 2. <input type="checkbox"/> 否									
二、請問您此次和誰一起來參加2014全民運動會?(單選) 1. <input type="checkbox"/> 獨自 2. <input type="checkbox"/> 家人 3. <input type="checkbox"/> 朋友 4. <input type="checkbox"/> 同學 5. <input type="checkbox"/> 同事 6. <input type="checkbox"/> 其他									
三、請問您在此次全民運動會的活動中，是否有順道拜訪嘉義的其他觀光景點呢? 1. <input type="checkbox"/> 是,印象最深刻的地點:_____ 2. <input type="checkbox"/> 否									
四、請問您此次參與2014嘉義全民運動會的活動， 在食宿、交通、特產花費預估個人總支出大約是? 1. <input type="checkbox"/> 1000元以下 2. <input type="checkbox"/> 1000~2000元 3. <input type="checkbox"/> 2000~3000元 4. <input type="checkbox"/> 3000~4000元 5. <input type="checkbox"/> 4000~5000元以上 6. <input type="checkbox"/> 5000元以上									