

國立臺灣師範大學
運動休閒與餐旅管理研究所
碩士學位論文

馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之研究

研究生：連央毅

指導教授：陳美燕

中華民國 102 年 6 月

中華民國臺北市

馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之研究

完成年月：2013年6月

研究生：連央毅

指導教授：陳美燕

中文摘要

本研究之目的為探討馬拉松跑者參與動機、休閒效益對於滿意度之影響，並以參與2013年北馬櫻花馬拉松選手為研究對象，採用問卷調查法蒐集相關資料，問卷內容包含參與動機量表、休閒效益量表、參賽滿意度量表，以及馬拉松跑者人口統計變項四個部分。研究者是以便利抽樣的方式進行問卷發放與調查，預試問卷發放200份，正式施測問卷發放450份，有效問卷為391份，回收率87%。回收資料以SPSS19.0進行資料處理，所得資料經描述性統計、獨立樣本t檢定、獨立樣本單因子變異數分析、雪費事後比較方法、皮爾森積差相關分析、一般多元迴歸分析。本研究的結果與結論為：馬拉松的參與者以男性跑者、年齡層以41-50歲者、具有大學(專)教育程度、收入方面在30,001-40,000元、職業以工商服務業者居多；不同年齡、教育程度之馬拉松跑者在參與動機上之社會支持構面有顯著差異；不同教育程度之馬拉松跑者在休閒效益之社交效益構面有顯著差異；參與動機、休閒效益與滿意度之間顯示顯著的正相關；參與動機之自我展現、社會支持與休閒效益之心理效益、生理效益等4個變項對滿意度有顯著的預測能力。本研究建議馬拉松賽事推展單位應強化跑者的參與動機、休閒效益，注重服務品質與行政效率以提升賽會滿意度，加強志工的招募與運用，重視跑者間口碑傳播的效力，切實掌握馬拉松賽會的整體規劃與核心價值，積極開發各種類型的賽事，進行差異化的特色行銷，以提升國內馬拉松運動的賽事品質，藉由馬拉松運動的推展，帶給跑者更多的休閒效益，政府與民間社團同心協力營造優質的馬拉松運動環境。

關鍵詞：馬拉松跑者、參與動機、休閒效益、滿意度

A Study on Participation Motivation, Leisure Benefit and Satisfaction of Marathon Runners

Date: June, 2013
Student: Yang-I Lien
Adviser: Mei-Yen Chen

Abstract

This study aims to explore the effects of Marathon runners' participation motivation and leisure benefits on their satisfaction. With participants of the 2013 Shuangxi Cherry Blossom Marathon as the research subject, it adopts questionnaire survey to collect related information, including Participation Motivation Scale, Leisure Benefit Scale, Satisfaction Scale and Demographic Variables of Marathon Runners. The questionnaire survey was conducted by means of convenience sampling, with 200 pre-test questionnaires and 450 formal questionnaires given out respectively and retrieved 391 copies, the retrieve rate is 87%. The data collected are handled in line with SPSS19.0, which are analyzed based on Descriptive Statistics, Independent Sample *t* Test, Independent Sample One-way ANOVA, Scheffé's Method, Pearson's Product-moment Correlation Analysis, and Multiple Regression Analysis. The results and findings are as follows: most of Marathon participants are males aged between 41 and 50, with an education background of university or college and incomes of 30,001-40,000 NTD, and workers from industrial and commercial service account for the majority. Marathon runners with different ages and educational background have significant differences in terms of social support of participation motivation; those with different educational background perform quite different in the aspect of social benefit of leisure benefit. Besides, participation motivation and leisure benefit show significant positive correlation with satisfaction. The four variables, self-expression and social support in participation motivation, and psychological benefit and physiological benefit in leisure benefit, have significant predictive power on satisfaction. It is suggested that the

Marathon promoting organizations should strengthen the participation motivation and leisure benefit for runners, focus on service quality and administrative efficiency in a bid to improve the satisfaction of Marathon. Efforts should also be made to enhance the recruitment and deployment of volunteers and value the effects of runners' word-of-mouth spreading to truly grasp the overall planning and core value of Marathon, actively organize various activities and different marketing with characteristics, so as to improve the quality and level of domestic Marathon games. Finally, through the promotion of Marathon, it hopes to bring more leisure benefits to runners and create a good environment with the concerted efforts of both government and civil organizations.

Key words: Marathon runners, participation motivation, leisure benefit, satisfaction

謝 誌

轉眼間研究所生涯即將邁入尾聲，心中充滿無限感激，此篇論文的完成承蒙多人的支持以及鼓勵，首先感謝我的指導教授陳美燕老師，在論文撰寫期間給予的教導與督促，並且從中學習到對於學術研究的執著與態度。

論文口試期間內，要感謝口試委員董藥院長及董益吾學務長在口試過程中懇切指點，並提出許多值得省思的寶貴意見與指正，對於個人未來的研究方向提供了莫大的助益，讓此篇碩士論文更臻完善，在此表示深摯的謝忱。

回首研究所求學期間，有諸位老師的教導及同學們的互相學習，讓央毅的人生更加豐富，在此感謝鄭志富老師、張少熙老師、程瑞福老師、王宗吉老師、黃營杉老師、施致平老師、朱文增老師、林伯修老師、李晶老師的點撥指引，使學生得以進入研究領域之殿堂，在學習的過程中，貴人美家族同門學長姐的悉心指導與經驗傳承，讓我的研究所生活更加多采多姿，央毅將永遠銘記於心。

研究問卷的發放與收集過程，有賴諸多馬場跑友及好友吳宏綱、蔡坤坡、涂宏榮、陳邦堅、周天寶、蔣炳暉、蔡貴、林俊良、俞大偉、陳政龍、張國徽、耿萬財、游經勇、卓直章、楊東雄、林寶鳳、王雅芬及研究所學弟李昭毅與楊天宇的熱心協助，讓本論文得以順利完成，在此也表達深切感謝之意。

最後要感謝我最摯愛的家人，內人佳幸的支持與鼓勵讓我無後顧之憂，小女慧琦在我求學的過程也一路伴隨，讓我能夠順利完成研究所的課業，在此也祝福所有曾經給予央毅幫助與關懷的朋友，平安、健康、快樂！

央毅 謹誌 2013.5.28

目 次

口試委員與所長簽字證書.....	i
授權書.....	ii
中文摘要.....	iii
英文摘要.....	iv
謝 誌.....	vi
目 次.....	vii
表 次.....	ix
圖 次.....	xi
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 研究問題.....	3
第四節 研究範圍.....	4
第五節 研究重要性.....	4
第六節 名詞釋義.....	4
第貳章 文獻探討	6
第一節 馬拉松的起源與發展.....	6
第二節 參與動機及其相關研究.....	11
第三節 休閒效益及其相關研究.....	18
第四節 參與動機對滿意度之相關研究.....	25
第五節 休閒效益對滿意度之相關研究.....	27

第六節	馬拉松跑者參與動機與休閒效益對滿意度之研究.....	29
第七節	本章總結.....	32
第參章	研究方法	34
第一節	研究架構.....	34
第二節	研究對象.....	35
第三節	研究工具.....	36
第四節	研究流程.....	47
第五節	資料處理與分析.....	47
第肆章	結果與討論	49
第一節	馬拉松跑者人口統計變項之描述統計分析.....	49
第二節	不同背景變項馬拉松跑者對參與動機之差異分析.....	54
第三節	不同背景變項馬拉松跑者對休閒效益之差異分析.....	59
第四節	不同背景變項馬拉松跑者對滿意度之差異分析.....	65
第五節	參與動機、休閒效益與滿意度之現況與相關分析.....	72
第六節	參與動機與休閒效益對於滿意度之預測分析.....	73
第伍章	結論與建議	79
第一節	結論.....	79
第二節	建議.....	82
參考文獻	85
附錄	95
附錄一	預試問卷.....	95
附錄二	正式問卷.....	101

表 次

表 3-1 參與動機分析摘要表	36
表 3-2 休閒效益分析摘要表	37
表 3-3 滿意度分析摘要表	38
表 3-4 樣本結構之描述分析摘要表	39
表 3-5 參與動機量表探索性因素分析摘要表	40
表 3-6 參與動機信度分析摘要表	42
表 3-7 休閒效益量表探索性因素分析摘要表	42
表 3-8 休閒效益信度分析摘要表	44
表 3-9 滿意度量表探索性因素分析摘要表	44
表 3-10 滿意度信度分析摘要表	46
表 4-1 馬拉松跑者人口統計變項描述統計分析摘要表	51
表 4-2 不同性別的馬拉松跑者在參與動機之獨立樣本 <i>t</i> 檢定摘要表	54
表 4-3 不同年齡層的馬拉松跑者在參與動機之描述統計表	55
表 4-4 不同年齡層的馬拉松跑者在參與動機之變異數分析摘要表	55
表 4-5 不同教育程度的馬拉松跑者在參與動機之描述統計表	56
表 4-6 不同教育程度的馬拉松跑者參與動機之變異數分析摘要表	57
表 4-7 不同性別的馬拉松跑者在休閒效益之獨立樣本 <i>t</i> 檢定摘要表	59
表 4-8 不同年齡層的馬拉松跑者在休閒效益之描述統計表	60
表 4-9 不同年齡層的馬拉松跑者休閒效益之變異數分析摘要表	61
表 4-10 不同教育程度的馬拉松跑者在休閒效益之描述統計表	61
表 4-11 不同教育程度的馬拉松跑者休閒效益之變異數分析摘要表	62
表 4-12 不同性別的馬拉松跑者在滿意度之獨立樣本 <i>t</i> 檢定摘要表	66
表 4-13 不同年齡層的馬拉松跑者在滿意度之描述統計表	66
表 4-14 不同年齡層的馬拉松跑者滿意度之變異數分析摘要表	67
表 4-15 不同教育程度的馬拉松跑者在滿意度之描述統計表	68

表 4-16 不同教育程度的馬拉松跑者滿意度之變異數分析表.....	68
表 4-17 馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之相關分析表.....	72
表 4-18 馬拉松跑者參與動機、休閒效益對服務構面之迴歸分析表.....	74
表 4-19 馬拉松跑者參與動機、休閒效益對品質構面之迴歸分析表.....	75
表 4-20 馬拉松跑者參與動機、休閒效益對身心構面之迴歸分析表.....	76

圖 次

圖 3-1. 研究架構圖	34
圖 3-2. 研究流程圖	47



第壹章 緒論

本章主要目的為說明研究之背景、動機、目的與問題，共分為六節加以陳述，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；第五節說明研究之重要性；第六節是名詞釋義。

第一節 研究背景與動機

近年來，國人對運動健身之需求已隨著休閒時間增加、生活品質改善、健康養生觀念的興起等因素而日益迫切，休閒運動也是衡量生活品質的重要基準，成為日常生活不可或缺的環節。由於社會變遷與生活型態的變化，帶來繁重的生活與工作壓力，這些現代社會普遍存在的現象，造成國人體能與健康狀況不佳，可見國人在運動促進健康的意識仍有待改善與落實。為因應民眾對休閒運動之需求，政府相關單位與民間社團無不積極從事開發休閒運動設施與舉辦各類休閒運動，國人的運動能力與體能有待提升，休閒運動的推廣已成為刻不容緩的議題。

根據行政院體育委員會 100 年運動城市調查資料顯示，我國的「運動」和「規律運動」比例有同步揚升，其中，運動人口比例從 80.6% 增至 80.8%，規律運動人口比例從 26.1% 拉高至 27.8%，可見臺灣的運動參與人口是逐年上升，規律運動人口有顯著成長，但是離大幅提升全民規律運動的目標，仍有一段相當大的差距。

從體委會 100 年運動城市調查資料可以瞭解到國人的運動習慣，平常有運動的受訪民眾最常從事的運動類型以「戶外運動」(81.2%) 比例最高，其次依序為「球類運動」(28.1%)、再其次為「伸展運動和舞蹈」(12.5%)；而從有運動的民眾最主要從事的運動項目來看，回答「散步」(44.6%) 的比例最高，運動項目排名方面，「散步」排名第一，其次「慢跑」、「爬山」、「腳踏車」和「打籃球」也都是國人常從事的運動，比例約在兩成上下，因此，跑步可以說是國人除散步外，最常從事的運動項目，也是最平民化的運動。

跑步有著令人著迷的特殊魅力，跑者對其的喜愛與推崇無以復加，連古希臘格言也是這樣傳頌著，如果你想要健康-跑吧!如果你想要俊美-跑吧!如果你想要聰慧-跑吧!，由這段古老格言中，可以體會到文明的古希臘人也體認到跑步的重要性，他們把它反應在對運動的熱愛和藝術文化中。在希臘古陶上的跑者圖像，甚至可以看出跑步深植在他們內心裡的情感與美學價值（Robson, John, & Romanov, Nicholas, 2004）。

現今的馬拉松競賽已成為一項人們喜愛的運動項目。由於舉辦國際馬拉松比賽可以提高城市的知名度並帶來旅遊商機，因此，眾多知名城市以舉辦國際馬拉松賽會作為提高自己知名度的宣傳方式，如目前世界最大也是最受大眾喜愛的五個馬拉松賽事：「紐約馬拉松」、「芝加哥馬拉松」、「波士頓馬拉松」、「柏林馬拉松」和「倫敦馬拉松」，每年參加人數數以萬計，不但大大提昇城市的知名度，也為當地帶來可觀的商機與經濟收入。

臺灣舉辦馬拉松賽的歷史並不久，但這項賽事卻在臺灣逐漸成為重要的運動賽會，甚至投入馬拉松運動的人逐漸增加，究其原因，除入門簡單外，或許也是因為馬拉松不僅是一項耐久的體能運動，更能培養樂觀堅毅的精神文化，對國民智能的提升也有極大的幫助（陳美燕，2007），由此可見透過馬拉松活動的參與，跑者可以從中獲得不同的休閒體驗與感受，在持續參與比賽的過程中，跑者亦能感受到內在心靈的滿足，從中獲得成就感、歸屬感，進而提升自信心。

近年來有關動機與休閒效益的研究，被廣泛的使用在運動休閒的心理和行為的研究上，可見隨著國人休閒遊憩觀念的普及，與可支配的時間的增多，休閒活動的參與對於每個人來說都是極其重要的，而參與休閒後的所帶來的休閒效益，更是不斷地有學者在進行探討，陳盈位與黃瑞榮（2009）就曾指出，動態休閒活動中常被提及的生理效益為：維持體能、保持健康、調劑精神等，而在心理方面則包含有：自我表現、認同肯定與抒發情緒與壓力等功效，更加突顯休閒效益的重要性，因此透過休閒活動的參與，對個人身心的健全發展都具有正面的效益。呂惠富（2008）的研究結果也顯示，休閒運動參與動機明顯與休閒效益間具有正向關係，且休閒運動的參與動機愈強，其休閒效益則愈大。此外，醫學上的研究也指出，藉由持續性的規律運動能強化健康與體能，有效預防慢性疾病的發生，進而提升國民生命品質。

既然馬拉松擁有獨特的魅力，也受到國人的喜愛與大力推崇，那麼馬拉松運動的跑者又是基於何種動機，此外如果只俱備了參與動機，缺乏了實際的休閒效益，馬拉松是否又會在滿意度方面得到跑者的認同。綜觀上述學者對馬拉松議題的研究，大多偏向休閒運動參與者參與動機與休閒效益之探討，而本研究以馬拉松跑者的參與動機為出發點，進而探討其休閒效益與滿意度的關係，以此面向探討此種現象，具有以下優點，一、透過研究的進行以瞭解馬拉松跑者參與動機與休閒效益的相關性，二、探討經由休閒效益之連結，是否在提升跑者滿意度方面有差異性。

第二節 研究目的

依據上述問題背景，透過本研究瞭解馬拉松跑者的參加現況，以及比較不同人口統計變項馬拉松跑者之參與動機、休閒效益與滿意度之差異情形。具體而言，本研究之研究目的為：

- 一、瞭解馬拉松跑者的人口統計變項。
- 二、瞭解馬拉松跑者的參與動機、休閒效益與滿意度的現況。
- 三、分析不同馬拉松跑者人口統計變項在參與動機、休閒效益與滿意度之差異性。
- 四、探討不同馬拉松跑者的參與動機、休閒效益與滿意度的關係。

第三節 研究問題

依據上列之研究目的，本研究在探討馬拉松跑者之參與動機、休閒效益與滿意度之影響，研究問題分為下列：

- 一、不同人口統計變項之馬拉松跑者的特性為何？
- 二、馬拉松跑者參與動機、休閒效益及滿意度現況為何？
- 三、不同人口統計變項的馬拉松跑者在參與動機上是否有差異存在？
- 四、不同人口統計變項的馬拉松跑者在休閒效益上是否有差異存在？
- 五、馬拉松跑者的參與動機、休閒效益對滿意度之預測力為何？

第四節 研究範圍

本研究旨在探討馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之研究，研究範圍係以參加競賽距離為 42.195 公里比賽之跑者，採取問卷調查的方式，進行其參與動機、休閒效益與滿意度之相關及差異情形為研究內容之範圍。

第五節 研究重要性

本研究以馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度為研究主題，首先進行相關文獻彙整，以探討影響馬拉松跑者參與動機等因素，並延請專家學者及有豐富參賽經驗之馬拉松跑者進行因素審視以分析、歸納並辨識影響參賽滿意度之關鍵因素，進而以馬拉松跑者為研究對象進行問卷調查，最後以使用描述性統計、獨立樣本 *t* 考驗、單因子變異數分析及皮爾森相關檢定等研究方法進行分析，本研究結果與發現有助於馬拉松賽事推展單位瞭解馬拉松運動跑者的休閒參與動機，進而用心規劃相關賽事，推展全民自發性參與休閒運動，提升國人運動生活品質，建立賽會優質的品牌形象，且賽事主辦單位亦應掌握馬拉松運動的核心價值，發揮行銷創意進行差異化的賽事規劃，來贏得跑者的信賴，進而提供兼具安全性與休閒性之競賽，提升馬拉松運動競賽之服務品質，使跑者獲得更佳運動經驗。

第六節 名詞釋義

本研究使用之特定名詞，共有「馬拉松跑者」、「參與動機」、「休閒效益」與「滿意度」，其名詞釋義分述如下：

一、馬拉松跑者

郭豐州、夏偉恩指出，只要是名稱為「馬拉松」的比賽，距離都是固定的，並不會因地形起伏或路線彎曲而距離不同，如果距離不足，只能稱為「路跑賽」，不能冠以「馬拉松」一詞 (2008)。在本研究中，馬拉松跑者是指參加競賽距離為 42.195 公里並完成比賽之選手。

二、參與動機

動機是指引起個體活動，維持已引起的活動，並促使該活動朝向某一目標進行的內在歷程（張春興，2011），在本研究中，參與動機是指引起馬拉松跑者參與活動的內在驅力，並促使其持續參與行動的過程。

三、休閒效益

參與休閒活動所獲得的休閒效益，包含有生理的利益、社交的利益、放鬆的利益，教育的利益、心理的利益及美學的利益（Bammel & Burrus-Bammel, 1992），在本研究中，休閒效益是指馬拉松跑者在參與活動的過程中及活動後所感受到的經驗，可以幫助個人改善身心狀況或滿足個人需求的主觀感受。

四、滿意度

Beard 與 Ragheb（1983）對休閒運動滿意度定義為：個體因從事休閒活動而獲得正面良好感受，它是個人對自己目前休閒經驗及情境所感受的滿意程度，張春興（2011）亦提出滿意是指個體動機（生理的或心理的）促動下的行為，在達到所希望實現的結果時產生的一種內在狀態，亦指個體欲望實現時的一種心理感受。在本研究中，滿意度是指馬拉松跑者實際感受到賽會主辦單位所提供的服務，經過整體評估後的滿意程度。

第貳章 文獻探討

本章共有七節，分別為：第一節闡述馬拉松的起源與發展；第二節為參與動機及其研究；第三節為休閒效益及其研究；第四節為參與動機對滿意度之相關研究；第五節為休閒效益對滿意度之相關研究；第六節為馬拉松跑者參與動機與休閒效益對滿意度之研究；第七節為本章總結。

第一節 馬拉松的起源與發展

一、馬拉松的起源

馬拉松是一項令人著迷且具有獨特魅力的運動，那它的起源究竟是來自何處，據郭豐州（2008）指出，西元前 490 年波斯帝國君主大流士派遣七萬大軍乘船攻打雅典，雙方軍隊在馬拉松平原展開大戰，具備軍事天份的雅典將軍米爾第雅德斯使用戰術將波斯軍隊打得落花流水，波斯軍隊看似潰逃的退回船上，其實是為了乘船繞過海峽到達雅典城。

米爾第雅德斯得知敵人詭計，下令全軍火速趕回雅典，並且派出傳令兵斐迪匹德斯（Pheidippides）先跑回雅典示警，斐迪匹德斯知道問題的嚴重性，不顧自身疲憊，用盡全力趕回雅典城大喊：「我們在馬拉松打勝仗，但是波斯人已從海上來襲」，遺憾的是帶回訊息的斐迪匹德斯隨即因力竭而亡。回顧往日歷史，我們得以瞭解馬拉松何以影響體育運動，也更讓人深刻地體會到其背後所代表的深深刻意義。

為什麼馬拉松的距離為 42.195 公里是有其歷史典故的，在 1908 年倫敦奧運，馬拉松路線是從英國皇家溫莎堡門口跑到西倫敦白城運動場皇家包廂前距離是 26 英里整，當時的愛麗珊德拉皇后要求將起點移到溫莎堡西側草地，如此皇家小孩子才得以看到比賽起跑景象，因此馬拉松路線又增加了 385 碼，總距離變成 26.385 英里（42.195 公里），此外 1924 年巴黎奧運組織委員會也決議，以後奧運馬拉松必須採用 1908 年倫敦奧運的馬拉松距離，這就是目前全世界正規馬拉松競賽的標準距離（郭豐州、夏偉恩，2008）。

捷克著名長跑健將愛米爾札托佩克（Emil Zatopek 在 1952 年赫爾辛基奧運會包辦五千公尺、一萬公尺及馬拉松三項長跑的金牌）曾說：「如果你想要跑步，跑一英里就好，如果你想體驗不一樣的人生就跑一個馬拉松」，由此可見馬拉松的迷人魅力是有目共睹的，完成馬拉松過程中所經歷的種種艱辛與磨練，都將在通過終點線後，獲得最完美的報酬，跑馬拉松不是在炫耀自己的成績與紀錄，而是用雙腳紀錄自己的人生，這也是馬拉松最讓人深深嚮往與著迷之處。

奧運會和波斯頓馬拉松是 19 世紀末興起，但一直要到 1960 年代左右，第一波跑步的熱潮才由澳洲和紐西蘭跑者成功帶起；在美國，跑步的熱潮一直到 1972 年當法蘭克·肖特（Frank Shorter）贏得當年的奧運金牌才引爆風潮，跑步被認為是保持圓滿人生的重要關鍵（Robson, John, & Romanov, Nicholas, 2004）。

美國跑步類暢銷書「天生就會跑」作者克理斯多福·麥杜格強調（2010），跑步結合了人類本能的兩種衝動：恐懼與愉悅。人們在害怕時奔逃，在狂喜時奔跑，人們奔離危機，也單純的因為享樂而跑，且從釋放壓力與感官愉悅的角度，人類在生命歷程的早期，就已經開始享受跑步，也未曾忘記熱愛跑步的感覺，將呼吸、心靈與肌肉結合在一起，當人們腳下踏著輕快流暢的步伐向前邁進，享受那發自身體運動後純粹的喜悅與感動，跑者追求的是精神、肉體與靈魂的完美。

暢銷書籍「我在肯亞跑步的日子」之作者亞德哈羅南德·芬恩（2012）談到其親身參與肯亞跑者訓練營的體驗，為了滿足跑步的原始慾望，跑者的腳步在城市的街道盡情踩踏，感受內心深處的原始力量，跑步不完全有趣，跑步可能帶來傷害，也需付出努力，但是某種力量使得我們持續地跑下去。也就如同跑者村上春樹所言，正因為痛苦，也因為想要戰勝痛苦，透過這個過程，我們才能體會真正活著的感覺。

日本超級馬拉松名將關家良一（2012）也在自傳中提及，跑步並不是唯一目標，而是當作享受美好人生的手段，而且透過跑步還能客觀地分析周遭的事物，更可藉由馬拉松和旅行來增廣見聞，增加人生的資歷，馬拉松就像人生的縮影，隨著人生經驗的增加，又會從不同的觀點感受到跑步的美好。

馬拉松跑者的奮戰精神值得眾人讚揚與尊敬，哈佛商學院雷波特教授曾說，永遠都要具備大量經由訓練得來的堅定信心，生活中的創造行動，都得依靠勇氣和信心去完成。徐國峰（2010）也強調鐵人的精神就在於不斷地突破「自己」體能的極限，比賽中的競爭對象就是「自己」，無關他人；下定決心、去實踐、突破自

己原有的限制，這就是鐵人精神！聖雄甘地曾言：「力量不是來自身體的能力，而是來自不屈不撓的意志」。真正被人傳頌的英雄，是在這項運動裡最能展現人類精神的人物，執著、不放棄與精神力量，才是成就一位選手偉大的原因。

二、國際著名之馬拉松介紹

紐約馬拉松是頗受好評的國際運動賽事，2011 年所舉辦之紐約馬拉松，合計有超過 40,000 人報名參賽，本賽事係由紐約路跑者組織於 1970 年所創辦，每屆賽事皆在 11 月上旬舉行。路線的規劃是跑者繞著中央公園跑四圈，其後為了慶祝與紀念美國獨立宣言通過兩百週年，馬拉松路線改為穿越各行政區，象徵不同種族的融合與社會文化的進程。

賽事的起點從史坦頓島出發，經過布魯克林以及普拉斯基大橋，隨即跑到長島市和皇后區，然後進入曼哈頓以及布隆克斯區，跑者最後再回到中央公園，紐約馬拉松的特色是在終點道路兩側，會有成千上萬熱情的觀眾幫跑者加油，賽道上充滿著歡樂的氣氛，熱情的馬拉松賽讓每個參與者都感受到它的獨特魅力。

柏林馬拉松也名列經典賽事，首屆舉辦日期為 1974 年，起點在夏洛登堡體育俱樂部附近，路線由夏洛登堡延伸至西柏林的古耐沃德森林區，其後因為國際冷戰的緣故，直到 1990 年將起點與終點都設置在勃蘭登堡門，柏林馬拉松的競賽路線才終告底定。柏林馬拉松以賽道平坦與筆直聞名，馬拉松跑者在此創下了許多世界紀錄，因此被稱作全球最快的馬拉松路線。

波士頓馬拉松創辦於 1897 年是歷史最悠久的馬拉松比賽，主辦單位為波士頓體育協會，美國波士頓馬拉松比賽是除了奧林匹克運動會馬拉松比賽外，最古老的馬拉松競賽。在每年四月的第三個星期一，美國愛國者節當天舉辦，競賽路線係由霍普金頓開始出發，上萬名跑者奮力地沿著公路往波士頓市中心邁進，終點就設於波士頓公立圖書館旁邊的科普利廣場，波士頓馬拉松最知名的便是它嚴格的速度門檻，跑者必須達到一定的成績才能報名參賽，但是即使主辦單位有設立高參賽門檻，馬拉松愛好者仍趨之若鶩，波士頓馬拉松從首屆開始，114 年來賽事從不曾間斷過。然而 2013 年波士頓馬拉松發生震撼人心的恐怖攻擊，兩個裝滿鋼珠及金屬碎片的炸彈在終點引爆，造成了多人傷亡的不幸事件，民眾紛紛為事件中不幸的罹難者默哀，事後雖然順利逮捕嫌犯，但也讓倡導愛與和平的體育賽事蒙上陰影，由於爆炸案傷及眾多無辜民眾，各國政府也開始重視與加強運動賽事維安措施(運動筆記，2012)。

三、馬拉松在臺灣的發展

臺灣的路跑活動從 1978 年，在中華民國田徑協會前理事長王惕吾先生與總幹事紀政女士的領導下開始推展，國內從 1947 年第二屆臺灣省運動會，開始有競技性男子馬拉松競賽項目，女子馬拉松競賽項目直至 1983 年第三十八屆臺灣省運動會才正式加入比賽，在 1979 年的金山馬拉松則是國內首次有女子選手參加的全民性馬拉松比賽（邱榮基、畢璐鑾，2005）。

近年來城市馬拉松有越來越風行的趨勢，以臺灣 2011 年所舉辦之馬拉松比賽就有 40 場，超級馬拉松則有 9 場，各縣市政府及路跑社團藉由規劃馬拉松賽事，來呈現出城市的特色文化，也一併進行城市的觀光行銷，讓馬拉松競賽與地方人文、特色相互結合，跑者不但能在參與的過程中，更加深入地瞭解舉辦城市的風光，更能在比賽過程中與居民有進一步的交流互動，讓跑者與地方民眾在相互加油、鼓勵中完成賽事，是近年來國內馬拉松規劃的新趨勢。例如 2012 年南投縣政府信義鄉葡萄馬拉松舉辦用意，就在於推廣全民休閒運動，提倡運動減重保健康，以及行銷信義鄉的人文與觀光特色，提高農產品的銷售商機，間接吸引觀光人潮，並且結合休閒運動與農業發展，達到產業永續經營與經濟發展之目的，並讓來自各地的跑者，能夠盡情欣賞沿途的山林景觀，感受原民之鄉的用心與熱情。

臺灣目前所舉辦規模最大的年度馬拉松賽事是富邦臺北馬拉松，目前係由臺北市政府與中華民國路跑協會共同主辦，賽事約在每年 12 月中舉辦。2004 年 ING 安泰人壽成為主要贊助商，因此冠名為「ING 臺北國際馬拉松」（ING Taipei International Marathon）。富邦金控於 2008 年收購 ING 安泰人壽，本賽事改由富邦金控贊助，所以本賽事名稱變更為「富邦臺北馬拉松」。自第八屆 ING 贊助以來，臺北馬拉松都會推出令人印象深刻的廣告，希望國人能關注並參與賽事，經由廣告行銷的影響，也逐漸帶動國內跑步的風氣。臺北馬拉松曾經創下許多國內比賽先例：例如引進晶片計時、增加破紀錄獎金等，本賽事於 2005 年也獲得國際田聯的認可，成為國際認證比賽。

對於臺灣馬拉松運動的發展與推廣，中華民國路跑協會功不可沒，以舉辦臺灣每年最大的馬拉松賽事「富邦臺北馬拉松」為例，路跑協會與臺北市政府及掛名贊助企業各有責任分工，詳細的規劃與明確的分工，有助於馬拉松活動的順利進行，路跑協會除了擔當公部門與企業間的橋樑，也是雙方溝通的重要管道，同時也主導

馬拉松活動賽制事務之規劃與執行，此外，路跑協會透過其所建置的會員資料庫，將參與過路跑協會所舉辦賽事之選手列為會員，當有路跑協會承辦之馬拉松競賽時，即可主動透過電子郵件或網頁將賽事訊息向會員即時通知，除了有鼓勵會員踴躍參與活動的效果，並可提高馬拉松賽會之曝光度與參與度（黃蕙娟，2010）。

新北市馬拉松協會與永和慢跑委員會，為了提倡慢跑及馬拉松運動，提升國人生活品質，並與雙溪地方產業互相結合，推廣雙溪地區觀光事業，已連續4年在新北市雙溪區舉辦雙溪櫻花馬拉松，本賽事主辦團隊與賽會志工多數都是愛好馬拉松運動的跑友，因此不管是在賽事的報名作業、路線規劃及所提供的服務補給都是主辦單位費盡心思的準備，因此獲得眾多跑者的大力讚賞與踴躍支持。

櫻花馬主辦單位為了推廣馬拉松運動，鼓勵更多民眾參與賽事，無不挖空心思，推出各項體貼的賽會優惠措施，讓跑者感受到主辦單位用心與誠意，例如每年與定期與百回馬拉松協會合作，共同舉辦馬拉松普查頒獎（為鼓勵向馬拉松挑戰的跑者，完成10馬、30馬、60馬、100馬，並於審核完成者，即有資格獲頒完成獎座）；此外創設初馬獎，凡跑者生涯第1次跑全程馬拉松，並在規定時限內完成者，即由賽會贈送初馬獎盃；此外，為了讓此次賽會的初馬跑友有更多的交流互動的機會，櫻花馬籌備會鼓勵報名參賽的初馬跑友，加入2013年北馬雙溪馬拉松臉書粉絲團，發表練跑方法、心得及甘苦喜樂等與馬拉松運動有關的文章。

2013年3月新北市馬拉松協會舉辦第五屆雙溪櫻花馬拉松賽，馬拉松組的起點為新北市雙溪區雙溪高中，途經雙泰產業道路至新北市與宜蘭縣縣界附近，再由原路線折返至雙溪高中，為因應逐年增多的馬拉松選手，賽事主辦單位採取晶片計時系統，作為計時與名次評分標準，晶片計時講求準確性與系統穩定性，且能快速的公布賽事成績，並藉由電腦的排列組合與分析，提供主辦單位最完整的選手參賽紀錄，晶片計時系統已逐漸成為臺灣馬拉松賽事的主流，優異的計時及分析效率，備受主辦單位、參賽選手的好評與肯定，目前臺灣地區的國際級馬拉松比賽，大部分皆已採用晶片計時系統，負責全程的計時監控，以避免選手抗議成績不公正之問題。

新北市馬拉松協會能夠連續5年舉辦雙溪櫻花馬拉松，除了在地居民的大力支持，也有眾多熱情志工的辛苦付出，才能吸引跑者的踴躍參與，結合眾人的努力成果，才能成就一場經典的馬拉松賽事，櫻花馬拉松擁有絕佳的賽事條件，純樸的鄉村風貌、盛開著櫻花與杜鵑花的賽道、熱情友善的居民，甚至是各屆全然不同的花

況與天氣，都是參與賽事的跑友最美的回憶。主辦單位誠摯的用心，讓櫻花馬成為臺灣的馬拉松年度盛事，讓每個跑者盡興而來滿載而歸，櫻花馬已成為跑友口耳相傳不能缺席的經典賽事。

備受好評的經典賽事中還包括屏東縣阿里港國際馬拉松賽，其舉辦目的在於提升路跑水準，推廣馬拉松運動風氣，促進身心健康及提升地方經濟發展，發揚里港人文風情，賽會主辦單位將比賽路線規劃經過當地村落，讓跑者能夠與當地居民進行互動，感受在地民眾的熱情，形成阿里港馬拉松的一大特色，此外，透過馬拉松賽事的積極舉辦，也增加了城市的國際能見度與知名度，除了吸引馬拉松選手參與賽事，也可吸引許多觀光人潮，對於地方經濟與產業發展，都有一定程度的幫助，同時也有助於提升臺灣的國際形象。

第二節 參與動機及其相關研究

一、動機的定義

Gleitman (1997) 指出，動機是有方向、有目標的，大多數人和動物的行動是有目標的，我們走向某個東西，去拿某個東西，都是個有目的的行動，包含了一個內在的動機（一個目的、一個慾望），絕不會是一種漫無目的的動作，他也提及很多心理學家認為絕大部分的動機是為了尋找「最佳的激發程度」（optimum level of arousal）。動機 (motivation) 指的是，引起個體活動，維持已起的活動，並促使該一活動朝向某一目標進行內在歷程（引自張春興，2011）。

郭豐州（2008）指出運動動機是維持恆常運動的成功關鍵，問自己目標是什麼，當動機越具體而明確時，越容易成功地將運動變成日常生活的一部分，而且短期而容易達到的目標較容易執行且得到回饋，可見擁有一個明確的參與動機，對建立持續的運動習慣有其絕對的幫助，且目標一旦訂定之後，便可依照管理學的原理，對其進行規劃、組織、控制，以掌控目標完成的進度。

Jones 與 Hill (2008) 也曾提及目標 (goal) 是指能被精確描述，且可以被衡量的一個未來想要達到的狀態，其包含四項基本特性：1、必須是精確可衡量。2、必須為了解決重要議題。3、必須具有挑戰性且兼顧實務。4、必須訂出適當的達成時間，所以參與動機對跑者來說，其實也是為了達成目標的一種驅力。由此可知，

需求是引發動機的內在理由，而行為則是滿足需求的外在作為。

二、動機理論

關於動機的研究，學術界發展出許多的理論，其於本研究的需要，以及延續對動機定義的探討，本研究針對動機理論，進行系統性、理論性的分析歸納，有關歸納方法的重要性，葉聖陶（2010）強調就是審查許多的事實、事理，比較、分析，求得它們的共通點，於是綜合成為通則，而通則中就可以包含且解釋這些事實或事理，因此筆者將部分動機理論分別從生理、心理及行為等不同面向來進行探討，本研究經歸納整理後，就以下不同的動機理論加以說明如下：

（一）驅力減低理論（drive reduction theory）

根據 Clark L.Hull 的「驅力減低理論」（drive reduction theory），有機體所追尋的最佳激發程度是零，Hull 認為很多動機其實是為了減低身體內在情境的張力，因為如果不讓這個壓力解決，就會導致傷害甚至造成死亡，例如食物及水的剝奪、痛苦等。

Hull 認為所有的動機都是如此，他認為報酬（reward）就是減低身體的緊張（tension），所以他叫動機為驅力，這種主張認為所謂快樂其實不過是痛苦或不舒服的減低，有機體所追求的就是所有刺激和激發的絕對最低點。

Hull 的「驅力減低理論」認為有機體是尋求最低程度的刺激，偏好和平、安靜，而不喜歡緊張和激發，但是根據學者有關的研究（甜味、性、好奇心）證據顯示，驅力減低並不是唯一的目標，人常為做一件事而做，而不是說做這件事是達到一個目的的手段，根據 Hull 的理論，有機體永遠在尋求減低他們激發的程度，但是經由研究證據顯示事實並非如此（Henry Gleitman, 1997）。綜觀上述研究可以得知，驅力減低理論，並無法解釋大部分跑者的參與動機。

（二）動機對立歷程理論（opponent-process theory of motivation）

動機對立歷程理論強調各種跟痛苦和快樂有關的情緒感情的基本對立性，例如害怕和恐懼跟快樂和安詳是對立的，它的基本命題是神經系統對於任何偏離正常的東西都有一個反作用（counteract）的傾向，假如它擺的太過頭、太偏向快樂的一邊，這個對立歷程就會進行干涉，將平衡桿傾向痛苦的一側，以保持天平兩方的均衡，這個理論的另一個假設，是重複這種極樂的情況，就會使另一方的力量增大。

（三）需求層次理論（hierarchy of needs theory）

此理論係由美國猶太裔人本主義心理學家亞伯拉罕·馬斯洛（Abraham Maslow）所提出，馬斯洛從需求層次的理論觀點來探討動機，馬斯洛認為行為主義者與心理分析學家都把人類看成一個從事永無止境掙扎的人，需要去除內在的緊張與彌補缺陷，這是對人性悲觀和負面的觀念，而人本主義的取向則強調積極的動機，如自我實現、正面的個人體驗及深受感動的高峰經驗。

由於此種看法強調生理上的需要-馬斯洛稱其為「匱乏的需求」（deficiency needs），包含了飢餓、口渴、逃離痛苦、性等，而這些需求即是我們經驗到缺乏而要去填滿它。馬斯洛認為這個匱乏跟所謂的「社會需求」（social needs）的內在原因很相像，而所謂「社會需求」就是需要尊敬及安全感的慾望，馬斯洛堅持要了解人是什麼，心理學家一定要考慮到「匱乏的需求」以外的動機，馬斯洛強調人的需求階層從生理需求逐漸提昇至對美的認知及自我實踐需求（李晶，2000）。

馬斯洛認為有一個「需求的層次」（hierarchy of needs），生理上的需求在階梯的最下層，安全的需要再上一層，愛和依附的需要又再上一層，尊重的需要更上一層，而最高層次則為「自我實現」的努力目標，這是個人自我生命目標實現的慾望，馬斯洛認為人只有在低層次的需求被滿足後，才會去追求較高層次的需求，最高層次的動機-即追求自我實現的驅力，只有在下面各層次的需求被滿足後，才會成為個人努力的主要目標，進而尋求「自我實現」-就是發揮一個人的潛能，去實現他的理想與夢想，去成為他所能成為的人（Maslow, 1968,1970）。

臺灣最資深的馬拉松前輩黃政德先生曾說，馬拉松之於他不只是跑步而已，是一種信仰，一種生活態度，也是身心靈的修行。透過馬拉松，把健康追回來，把體力找回來，去構築屬於自己的美麗人生，把興趣跟生活做一個完整的結合，他用參加馬拉松來激勵自己持續不斷地跑步，形成馬拉松者跑者的生活型態，讓心力始終保持有目標地忙碌著，這樣的正向循環會把生活導向越來越健康的一方，（蘇怡任、郭豐州，2012），黃政德賢伉儷正是馬斯洛所形容的，以馬拉松來實現旅行夢想，追求自我夢想實現的最佳見證。

此理論在馬拉松跑者參與動機的實例，在於馬拉松跑者於參與艱辛比賽中，所會經歷到的痛苦過程，馬拉松跑者關家良一（2013）曾說，透過跑步和自己的身體對話，就能夠確切的掌握自己的身體狀況，也藉由跑步讓身體掌握到自己的步調，國家七日賽超級馬拉松紀錄保持者吳勝銘也曾提及，儘管歷經痛苦、掙扎，淚水汗

水交織於臉頰，當跑者奮力抵達終點線時，映入眼簾的確是所有人的掌聲與歡呼，這是跑者最大的回饋，善用時間運動，享受自然，它可以讓跑者體現價值和獲得成就（徐國峰，2011）。

（四）自我決定理論（self-determination theory）

此理論係 1985 年由 Deci 與 Ryan 所提出，是研究休閒運動參與行為的重要理論依據，自我決定理論整合「認知評價理論」（cognitive evaluation theory）與「基本需求理論」（basic needs theory）等概念，從較為深層的心理學觀點（需求理論）探究個體內在需求的滿足與休閒運動參與涉及認知歷程之間的關係，自我決定理論認為，個體具有追求心理整合的傾向，自主需求的滿足對於個體行為的表現有著重要的影響力（Deci & Ryan, 1985；Ryan & Deci, 2002）。

依據 Deci 與 Ryan（1985）所提出個體以內在動機從事活動，會依照自己的選擇，且在愉悅的心情下以自我決定的態度控制自己的行為，而以外在動機從事活動的個體，在受到種種外部情況的影響下時，也會產生內化且以自我決定的知覺來督促自己的行為，在自我決定論中，依據不同的行為原因和目標來區分不同的動機型態，根據自我決定程度的不同，動機可分為內在動機（intrinsic motivation, IM）、外在動機（extrinsic motivation, EM）及無動機（amotivation）。

所謂內在動機係指個體會從事某項活動是因為對於活動本身的興趣，並且從參與的過程中獲得樂趣與滿足，外在動機則是指個體參與活動是屬於外發性的，並不是因為對該項運動本身的興趣或自身參與其中獲得樂趣，而是因為外在所提供的誘因，如獎金、獎勵等報酬，最後無動機則指個體察覺行為與結果間缺乏聯結時，個體會參與活動的原因，既不是因內在動機也不是由外在動機所引發，個體因感到無動機的存在，而停止對活動的參與（林季燕、季力康，2003；蔡俊傑，2009）。

陳業宏、陳餘鑿與李思慧（2012）指出，由於自我決定理論探討的研究變項涉及動機與涉入等內在心理歷程，在近年來已發展出客觀測量的具體工具，在休閒運動領域的研究中，是經常被引用的重要理論依據。

三、參與動機相關研究

本研究從不同類型的休閒活動中，整理出不同特性的參與者在參與動機上的差異情形：

(一)路跑、馬拉松方面

張孝銘、林樹旺與余國振 (2004) 在「慢跑消費者活動參與動機、持續涉入與休閒行為之相關研究」中，以在公立體育場及學校體育場之 470 位慢跑參與者為研究對象，參與動機衡量構面分別以「體重控制」、「社交」、「壓力釋放」、「健康體適能」等構面進行問卷調查，其結果在參與動機分量表的 α 值為 .92；研究發現：消費者動機（體重管理、健康體適能、社交以及壓力釋放）對慢跑持續涉入有直接正向的影響存在，且持續涉入慢跑活動對休閒行為有正向的影響存在，此外研究者也發現慢跑消費者其健康體適能動機與社交、壓力釋放與社交動機之間有相關存在，這也說明了跑者參與活動是除了健康體適能之因素外，也包含了社交因素及獲得壓力的紓解。

張家銘 (2006) 在 2005 New Balance 澎湖國際馬拉松賽會吸引力之競爭模式比較研究中也提及，賽會主辦單位應瞭解有何種資源可運用於行銷策略上的規劃與宣傳，以增加運動觀光客如馬拉松參與者前往之誘因，例如運用澎湖豐富的古蹟資源來進行宣傳，將可提高運動觀光客前往參賽的可能性。

林佳慧 (2010) 在「長跑運動者參與動機和社會支持之關係研究」中，以 2009 年臺灣大腳丫長跑協會 429 名會員為研究對象，參與動機衡量構面分別以「紓壓放鬆」、「健康需求」、「成就需求」、「身體形象」等構面進行問卷調查，預試問卷採用 Cronbach's α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為 .88；研究發現：年齡愈高、業餘選手獲得較好的參與動機，且長跑運動者的參與動機愈強烈，則獲得較佳的社會支持，尤其是參與動機中的成就需求愈好，則社會支持中的朋友支持愈好，此研究發現與郭豐州 (2008) 指出運動動機是維持恆常運動的成功關鍵，當動機越具體而明確時，越容易成功地將運動變成日常生活的一部分，而且短期而容易達到的目標較容易執行且得到回饋的結論一致。

邵雅卿 (2010) 在「馬拉松跑者參與動機、深度休閒與幸福感之研究」中，以報名雙溪馬拉松賽之馬拉松參與者為研究對象，參與動機衡量構面分別以「社會支持」、「自我展現」、「健康行為」為構面，問卷採用 Cronbach's α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為 .93，研究結果發現：社會支持感與找到志同道合的朋友，以及提升親友之間的感情，是參與馬拉松活動的最主要動機，此外，參加馬拉松活動可以得到自我實現、成就感以及歸屬認同感，這些感受也間

接提升人們對於生活上的幸福感。

(二)休閒運動方面

呂惠富 (2008) 在「休閒運動之參與動機與休閒效益關係之研究」中，以真理大學淡水校區日間部 500 名學生為研究對象，參與動機衡量構面分別以「運動功能」、「時間與成本」，休閒效益衡量構面分別以「外在愉悅」、「內在成長」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為 .93；研究結果發現：參與休閒運動之動機與休閒效益具有顯著正向關係，此外參與動機及休閒效益，會因性別、年級及參與休閒運動時間的不同而有顯著差異，由此得知休閒運動的參與動機愈強，其休閒效益則愈大。

陳盈位、黃瑞榮 (2009) 在「深度休閒之參與動機、持續參與因素之探討-以南部地區獨木舟協會的成員為例」中，以嘉義縣市、臺南縣市、高雄縣市從事獨木舟活動之 86 名會員為研究對象；研究結果顯示：受訪者參與動機有自我興趣、社交行為、標新立異、純粹休閒、同儕邀約等五項，其中標新立異與同儕邀約為較強的參與動機。

李立良 (2010) 在「網球運動參與者之休閒運動動機、阻礙及效益之研究」中，以座落於臺北市內網球場的 480 名使用者為研究對象，參與動機衡量構面分別以「身體適能」、「知識追求」、「個人心理」、「學習興趣」，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為 .75；休閒效益衡量構面分別以「心理效益」、「自我滿足」、「社交效益」、「生理效益」、「健身效益」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在休閒效益分量表的 α 值為 .72；研究結果發現網球運動參與者之不同參與動機中有顯著差異存在，個人的心理和學習興趣為最高參與動機，其次網球運動者之不同運動效益中有顯著的差異存在，其中又以心理效益和健身效益為最高的運動效益，並顯著高於自我滿足、社交效益和生理效益，由此推論休閒運動參與動機與休閒效益均有關聯性。

林偉立與林春鳳 (2011) 在「屏東縣單車國道自行車騎乘者參與動機與休閒效益之研究」中，以屏東縣單車國道內 400 名 18 歲以上自行車騎乘者為研究對象，參與動機衡量構面分別以「生理動機」、「心理動機」、「社交動機」、「自我實現動機」，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α

值為.94；休閒效益衡量構面分別以「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在休閒效益分量表的 α 值為.93；研究結果發現：參與休閒運動之動機與休閒效益具有高度正相關，此外不同教育程度的參與者在整體休閒效益及社交效益達顯著差異，參與同伴及每月騎乘頻率在整體休閒效益及休閒效益各個構面也達顯著差異，由此得知投入自行車活動的生理、心理、社交及自我實現的動機越強烈，在參與自行車活動後生理效益、心理效益及社交效益的感受也越深刻，因此推論休閒運動的參與動機與參與頻率愈高，其所獲得的休閒效益也愈顯著。

謝宗霖 (2012) 在「台南市自行車騎士從事休閒活動參與動機與休閒效益之研究」中，以台南市安平運河沿岸從事自行車休閒活動之 400 名騎士為研究對象，參與動機衡量構面分別以「休閒娛樂」、「心理因素」、「健康體適能」、「社會因素」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為.86；研究發現：不同年齡、收入金額、職業與學歷在參與動機上具有顯著差異，不同性別、年齡、收入金額與職業在休閒效益具有顯著差異，證明休閒動機與休閒效益具有顯著正相關，且從事休閒活動參與動機愈高，則所呈現休閒效益程度也愈高。

(三)遊憩與旅遊方面

盧俊宏 (1994) 歸納近代心理學家探討一般人從事運動的動機研究結果，約可歸納出以下幾點：1、對運動參與者來說，運動所帶來的快樂、放鬆、興奮等感覺是很重要的動機來源。2、健康及體適能需求是運動參與者的重要動機來源。3、運動本身也是一個良好的社交場合，可獲得友誼及社會性交往機會。4、藉由運動轉換情緒、放鬆等作用，也是參與運動的重要動機，且能滿足追求成就及自主等需求。

鍾志強 (2008) 在「休閒運動參與動機理論」之探討中，分析了國、內外學者對休閒參與動機的研究，研究指出一般人的休閒運動參與動機多樣化，但加以分析歸納後，大致可分為身體層面、心理層面、社會層面及追求美好生活層面等四個構面。

陳業宏、陳餘鏐與李思慧 (2012) 在「休閒運動參與者的休閒參與動機以及休閒涉入：以性別與休閒運動類型為探索變項」研究中，以 312 位戶外遊憩以及球類活動休閒運動參與者為研究對象，研究結果發現休閒運動參與者的休閒涉入會隨著

性別與休閒運動類型的不同而有差異，且男女休閒運動參與者在內在動機，自發從事休閒運動方面的動機強度很相似。

綜觀上述國內外學者對於參與動機在休閒活動、慢跑及馬拉松的研究發現，不同背景的休閒運動參與者，有著不同面向的參與動機，在上述文獻的分析中，本研究歸納出馬拉松跑者的人口統計變項為「性別」、「年齡」、「教育程度」、「月收入」、「職業」、「平均每年參與馬拉松次數」、「今年參與馬拉松次數」、「跑齡」等8個變項，此外，本研究旨在探討馬拉松跑者之參賽動機，並參考張孝銘、林樹旺與余國振(2004)、呂惠富(2008)、林佳慧(2010)、邵雅卿(2010)等人之研究，將參與動機分為「自我展現」、「社會支持」等二項構面，以做為本研究參與動機量表之因素。

第三節 休閒效益及其相關研究

一、休閒效益定義

個人在參與休閒活動的過程中，身心狀況與社會關係所獲得的改善或助益及所帶來的正面效益，稱之為休閒利益或休閒效益，可分為四方面：社會、情緒、心智及生理(Driver, Brown, & Peterson, 1991)。參與休閒活動即是休閒益處，休閒活動可帶來身心健康、生活滿意、個人成長等方面之利益(高俊雄, 1995)。休閒效益是一種主觀的個人經驗感受，係針對個人參與休閒活動過程中及休閒活動後的經驗，可以幫助個人改善身心狀況或滿足需求的個人主觀感受(王怡菁, 2010; 黃任閔、林一貞, 2011)。因此，個人從參與休閒活動的過程中，可獲得種種休閒效益，都將有助於身心狀態之改善，提升生活滿意度，進而擁有較佳的生活品質。

Bammel 與 Burrus-Bammel (1992)，指出休閒活動參與者可以透過休閒參與的經驗中，獲得各種休閒效益，包括：生理效益(Physiological benefits)：保持運動或體能，可保持個人體適能水準、維持體適能、減少心肺血管之疾病。心理效益(Psychological benefits)：參與不同的休閒活動可得到肯定與認同，亦可藉由情境角色的轉換獲得成就感。此外，對於心靈受創者也有舒緩、調適的功效。社交效益(Social benefits)：休閒活動具有社交的功效，對於興趣相同，有同樣嗜好的夥伴藉由休閒活動的參與，培養珍貴的友誼。放鬆效益(Relaxation benefits)：休閒活動

的參與使人解除憂慮，使人恢復精力，讓參與者達到放鬆的目的，並保持個人身心層面的平衡發展。教育效益 (Educational benefits)：休閒提供多元的領域，藉由休閒活動的參與，滿足個人求知慾，並充實個人知識。美學效益 (Aesthetic benefits)：從休閒活動中學習美的欣賞，獲得心靈、情感及靈性的充實及滿足，並可確認個人價值觀念 (郭正德，2011)。

休閒效益 (leisure benefits) 是一種主觀的個人經驗感受，Iwasaki (2006) 對休閒效益的評價，認為休閒可以提供全世界人類有機會獲得有價值及有意義的生活，可以幫助他們促進生活品質。郭正德 (2011) 則認為休閒效益為在參與休閒活動的過程中，身心狀態各方面獲得愉悅與滿足感的一種正面感受，並將休閒效益分為「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」、「放鬆效益」等構面進研究。

Stebbins (1992) 曾定義深度休閒為個人有系統的從事一種業餘、嗜好或是志工活動，他們如同經營事業般的專注，藉此獲得與表現他們特殊技巧及知識，讓參與者感到充實與有趣，此外 Stebbins (1982) 認為深度休閒者具有六項特質，包括 1、堅忍不拔 2、如同經營事業般的投入 3、投入相當的努力 4、持久的個人利益(包括自我實現、自我充實、自我表達、成就感、社會互動與歸屬感等利益)5、獨特的精神 6、強烈的認同感等特質。

另外，Stebbins (2001) 的研究也指出，深度休閒伴隨之報酬包括以下各項：自我實現(發展技巧、能力、知識)，自我表現(表現技巧、能力、知識)，增強自我意像(認識其他種類深度休閒參與者)，自我滿足感(深度滿意度與表現樂趣之連結)，自我強化(深愛休閒活動之體驗)，以及再創造(透過深度休閒在每日工作後再創造) (劉虹伶，2005；張孝銘、邱姿菁，2011)。

日本小說家及跑者村上春樹 (2008) 曾說，動機是確實在自己心中安靜存在的東西，不應向外部求取什麼形式或基準，跑步對他來說是一種鍛鍊，也是有效的隱喻，藉由跑步與參加比賽，提高達成基準的高度，透過跑步來提升專注力與持續力，也藉著目標的達成來提升自我，跑步對他來說是人生最有益且具有重大意義的事，跑步已經到達形而上的領域；我跑，故我在。村上春樹強調把跑步行為納入日常生活的循環中，藉由跑步持久地保持能力與活力，參與馬拉松並不是要與時間競爭，而是跑者在馬拉松中能獲得多少充實感，這賦予馬拉松運動深層的意義與價值。

永和慢跑俱樂部創會會長蕭萬呈先生曾說，從跑步中學習對土地的尊敬與對事物的謙卑；用熱忱帶給周圍的朋友健康與和樂（郭豐州、夏偉恩，2008），筆者也深深地認同參與馬拉松運動，將帶給跑者全方位的休閒效益與心靈啟發。

國內心理學與神經科學研究專家洪蘭（2010）根據學術上對運動休閒之研究，列舉諸多休閒所帶來的驚人效益，運動可以促進多巴胺、血清張素和正腎上腺素等神經傳導物質的釋出，尤其多巴胺與血清張素更是與情緒有直接的關聯，運動讓人精神亢奮、心情愉快，同時有效降低壓力，防止負向情緒產生；此外，運動後會增加大腦的血流量，讓腦神經迴路活化，因此對健康與學習有相當的益處，洪蘭博士強調用最自然的運動方式，來提升體能與學習效果。

台灣大腳丫長跑協會的黃政達認為，很多人進入跑步界的動機是身體健康，他卻把健康視為跑步的一種附加效益，真正最大的獲益是心理層面的影響，以及他做事的態度，跑步以後的他，整个人生態度都改變了，他更想追求的是心靈層面的蛻變（蘇怡任、郭豐州，2012）。日本著名的跑步教練青山剛（2013）也強調馬拉松運動充滿樂趣，跑者完成自我所設定的目標，那種內心喜悅的感受，不管歷經幾次都不會退燒。美國赤腳跑步教練傑森·羅比拉德（2013）曾說跑步的樂趣之一是來自與其他跑者練習的情感交流，跑者有時會面對跑步的低潮期，而自我激勵進而轉換情緒，透過正面思考的力量，追尋自我心靈的成長，可幫助跑者將跑步低潮轉為愉悅的狀態。

西藏著名的禪修大師與跑者薩姜·米龐仁波切（2013）認為跑步與禪修是身體與心靈的訓練，藉由跑步運動能夠認知呼吸、然後欣賞呼吸，繼而深切地投入呼吸，呼吸新鮮的空氣讓身體感到振奮，協助跑者發展積極正面的態度，運動對身體與心靈皆有益處，讓跑者得到安舒與鬆懈，在跑步過程中感受到自然的和諧與平衡，跑者間無需太多交談就能感受到彼此間的情誼，善待我們從事跑步運動之心，仁慈地體恤自己的身體，這是種感激自己健康活著的深切感受，跑者也為自己能夠持續跑步而感到幸運，跑步所帶來的幸福不是我們擁有多少，而是我們與身邊彼此關心的人共同相處一起分享的時光。

臺灣已邁入高齡化的社會，根據聯合國世界衛生組織（World Health Organization, WHO）所訂的指標，老年人口總數達全國總人口的 7% 以上為高齡化社會，臺灣於 1993 年 9 月，65 歲以上的人口已達 148 萬人，占總人口 7.1%，已經

達到世界衛生組織的高齡化社會指標（臺灣大百科全書，2012），郭豐州（2008）指出步入老年最明顯的變化即為生理與健康的改變，提升老年生活品質，是目前社會關切的焦點，其指出老年期的運動規劃應朝向兩個目標：「延緩退化老化」和「維持生活品質」，且醫學上的研究也發現老年人有規律的運動對疾病的預防與治療有很大的幫助，由於路跑賽的性質是最適合所有年齡參加，且一向是臺灣參與人口最多且最大規模的賽事，因此推展及參與跑步運動的休閒效益，不只是跑者體能狀況的維持，也更深遠地影響了國家未來的社會問題，更是提升生活品質的關鍵因素。

行政院體育委員會前主委戴遐齡自述，其過去總是在高張的競技強度比賽中突圍，但現在的她則鍾情於「慢跑」，享受沒有壓力的運動，留存在其心中的是挑戰自我意志力、耐力以及堅持到底的毅力（蘇怡任、郭豐州，2012），可見跑步除了對個人有紓解壓力的效果外，對個人意志力、體力、耐力的提升有一定的幫助，且經由持續地運動，也能維持一定的身體健康與提高生活品質。

跑步可以豐富我們的生活，跑者因瞭解跑步之道而謙虛，生命也因為謙虛而受益，跑者在從事休閒活動的過程中，體驗到休閒活動的樂趣，也期望獲得某些休閒效益，而跑者在從事馬拉松競賽的過程中，究竟獲得何種休閒效益，使得跑者願意持續且規律的參與馬拉松活動，每位跑者對活動的主觀評價不同，其所獲得之休閒效益感受也不盡相同，馬拉松跑者究竟在參與賽事的過程中獲得何種效益，何種效益促使跑者主動的花費時間、金錢及精力，持續的參與馬拉松運動是本研究關心的議題。

二、休閒理論

關於休閒理論的研究，學術界發展出許多的理論，其於本研究的需要，以及延續對休閒效益定義的探討，本研究針對休閒理論，進行系統性、理論性的分析歸納，部分休閒理論分別從生理、心理及社交等不同面向來進行探討，本研究歸納涂淑芳（1996）的整理後，就以下不同的休閒理論加以說明如下：

（一）休閒是人類所有活動的目的

亞里士多德在其著作〈人類倫理學〉中，提出最早的休閒行為理論，其認為休閒是人類活動之目的，生命中的任何事都與休閒相關，是所有行動導向的最終結果，休閒就是藝術性的活動或純欣賞，及用於冥想或思考，人類唯有在休閒時，才是最真實的生活著，生活中所經歷的每件事，都應該朝著自我成長機會發展，亞里士多

德認為休閒是所有人類行為之目的，其他一切行為皆是為休閒而做，休閒活動本身即是其目的。

(二)補償理論 (compensatory theory)

最早提出休閒行為補償理論的人是恩格斯 (Friedrich Engels) 與馬克思 (Marx) ，補償理論的基本觀念在於休閒與工作互相關聯，被視為生活中的主力是工作，而休閒則是被認為工作無聊之餘的補償，根據補償理論的說法，人們是利用空閒的時間，來平衡謀生或每天單調辛苦的工作，人只要有機會避開例行性的工作，就會從事完全相反的事，恩格斯舉例如勞工酗酒、吸毒或使用暴力，就是因為工作所承受的心理補償與發洩。

(三)後遺休閒理論

後遺休閒理論最早也是由恩格斯與馬克思所提出，這個理論的基本概念是工作與休閒係平行發展或為其結果，假如工作能讓人感覺到興奮與刺激，那麼工作者將會持續這種的感覺，繼續選擇從事令人興奮又刺激的休閒方式。

(四)熟悉理論

不同於補償理論及後遺理論視休閒行為是工作的後果，熟悉理論則是將休閒行為與習慣連結，人們會因習慣於某些習慣而從事某些休閒，例如大家都喜歡做自己做得好的事，因此當你做那些曾經給予自己成就感與喜悅的事情時，便會備感輕鬆與愉悅。

(五)個人社區理論

個人社區理論則強調，一般的社交事件及心理欲動都是經過同事、家人與朋友等社交圈的過濾與指引，此外，有很高比例的休閒行為受到同儕團體的影響，這和人的年齡、階層、工作與住家環境息息相關，個人所呈現的休閒行為，其形式多是因某個已熟知且熱中該活動的人所啟發。

(六)休閒做為放鬆、娛樂及個人發展

杜馬哲 (Joffre Dumazedier) 強調休閒活動是人們隨興的事，它結合了放鬆、多態樣及增廣見聞的因素，是兼具社交性質的活動，並且需要發揮個人的創造力，杜馬哲稱其為休閒三部曲理論，在其理論中休閒具有相互貫通的功能與特性，就是放鬆、娛樂及自我發展，杜馬哲強調工作其實是附屬的人類行為，而其他的一切都與休閒有關，杜馬哲與亞里斯多德的休閒主張有著相同的概念。

美國休閒社會學教授約翰·凱利 (John Kelly, 1990) 強調沒有一種現有的理論是獨具慧眼的，必須用不同的理論方法研究休閒現象，從不同的角度來觀察它，休閒是多方面的複雜現象，在其文化與背景中有相對性，休閒是在擺脫義務責任的同時，對具有自身意義與目的活動的選擇，休閒是人們通過社會與文化活動構建而成，不是單一固定的、永恆的觀念或理想。因此研究休閒較適用動態的、辯證的理論，不能使用單一理論，不管這個理論有多麼動人。

綜觀上述各種休閒理論，提出者都有其秉持之特殊觀點與關注面向，但大體而言，休閒的基本概念強調休閒是一種心靈狀態、態度及做事的方法，休閒是剩餘之事，休閒是具功能性的，由人格塑造出自由進而選擇活動。一般人最常提到的休閒，其實就是指個人從義務與責任中解脫之自由，休閒就是去做想做的事，而不是去做必須做的事，休閒理論的重要性就在於幫助人們瞭解何以選擇從事特定的休閒行為。

三、休閒效益相關研究

林欣慧 (2002) 在「解說成效對休閒效益體驗之影響研究-以登山健行為例」中，以陽明山國家公園冷擎步道健行的民眾為研究對象，進行問卷調查，休閒效益衡量構面分別以「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」等構面，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在休閒效益分量表的 α 值為 .88；研究結果發現：人口統計變項中僅年齡對休閒效益之體驗有部分影響，解說成效變項與休閒效益變項有中度正相關。

陳春安 (2011) 在「路跑運動參與者流暢體驗與休閒效益之關係研究」中，以參加 2011 年台南古都國際馬拉松賽之 755 名參賽者為研究對象，進行問卷調查，休閒效益衡量構面分別以「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」等構面，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在休閒效益分量表的 α 值為 .95；研究結果發現在流暢體驗中，技巧與挑戰及正面情緒愈高，都與路跑參與者的生理、心理、社交效益呈現正向相關，而且參與者擁有明確的目標，對生理、心理、社交效益也有顯著相關性，因此流暢體驗與休閒效益間有高度相關，其中又以流暢體驗之挑戰與技巧，正面情緒構面，與休閒效益之生理效益、心理效益構面相關性最高，可見參與者重視賽事之挑戰與技巧，以及參與賽事之正面情緒和生理、心理效益，因此主辦賽會單位在推展路跑活動方面，應注重參與者的參賽體驗，使其享受休閒活動所帶來的休閒效益，進而達到促進身心健康的效果。

張孝銘與邱姿菁 (2011) 在「影響運動賽會觀光客運動觀光參與行為因素之研究-以金門國家公園馬拉松路跑賽為實證」之研究中，以參加金門國家公園馬拉松路跑賽之 250 名遊客為研究對象，進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在深度休閒分量表的 α 值為 .86 之間；研究發現在深度休閒方面，除婚姻狀況與教育程度變項外，不同人口變項均會對參賽者的深度休閒有所影響，參加馬拉松組的參賽者，其在路跑的深度休閒以及運動觀光參與行為均比全民健跑組高，此外在研究中也發現，挑戰與社交因素，通常是影響運動觀光客之賽會參與行為的主要因素，而影響賽會觀光客運動觀光參與行為的變項，最有影響力的因素則是深度休閒。

李晶、羅雅馨與姚大偉 (2011) 在「城鄉地區高齡者參與休閒活動階段之休閒效益體驗差異研究」中，以新北市板橋區及臺南市西港區西港里、港東里及慶安里 65 歲以上之高齡者為研究對象，進行問卷調查，休閒效益衡量構面分別以「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」等構面，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在休閒效益分量表的 α 值為 .90；研究結果發現因資源、交通與選擇的不同，故在板橋的休閒效益較西港高，且介入活動與日常生活層級之關聯性會影響休閒效益，且休閒活動參與當下之休閒效益較高。

黃任閔與林一貞 (2011) 在「自行車活動參與者休閒涉入與休閒效益之研究」中，以自行車騎乘者為研究對象，進行問卷調查，休閒效益衡量構面分別以「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」等構面，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在休閒效益分量表的 α 值為 .91；研究結果發現在休閒效益部分，自行車活動參與者其認同度最高為「生理效益」，其次為「社交效益」，最低為「心理效益」，此外社會心理涉入和休閒效益具有顯著的正相關。

郭正德 (2011) 在「藍色公路遊客對休閒活動參與動機與休閒效益之研究」中，以搭乘藍色公路淡水線航段遊客為研究對象，參與動機衡量構面分別以「壓力釋放」、「人際關係」、「獲得滿足」、「社會需求」，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為 .83；休閒效益衡量構面分別以「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」、「放鬆效益」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在休閒效益分量表的 α 值為 .75；研究結果發現參與動機在「壓力釋放」、「人際關係」、「獲得滿足」、「社

會需求」等四個因素上和休閒效益在「提振精神」、「親友交誼」、「身心保健」、「親近自然」四個因素上均呈現顯著相關，由此可得知搭乘藍色公路遊客在參與動機與休閒效益上呈現高度正相關。

吳水丕與柯幸宜 (2012) 在「健走運動對社區中高齡居民身心健康促進成效之探討」之研究中，以 47 位臺北市某里中高齡居民研究對象，進行問卷調查，休閒效益衡量構面分別以「心理效益」、「生理效益」、「社交效益」、「教育效益」等項目為構面，研究結果發現中高齡居民在參與健走運動前後，對心理健康有顯著效應，在休閒效益量表的測量結果也發現，研究對象主觀認知上對休閒效應皆表同意，此外，在參與運動前後，身體的健康狀態也有顯著效應。

綜合上述學者之研究論述，休閒效益的內涵其實包羅萬象，本研究以馬拉松跑者之參與動機、休閒效益為主軸，旨在瞭解馬拉松跑者在參與馬拉松前後之生理、心理、及社交等休閒效益體驗之差異性，因此就休閒效益之對象而言，可分為個人與社會關係，本研究針對個人休閒效益進行歸納，並依休閒效益涉及之人際關係，將休閒效益分為「個人層面」與「社交層面」兩部分：個人層面包含之休閒效益有「生理效益」及「心理效益」兩個構面，而社交層面包含之休閒效益為「社交效益」構面，以上述三個構面來探討馬拉松跑者的休閒效益。

第四節 參與動機對滿意度之相關研究

馬拉松跑者兼作家蘇怡任 (2012) 指出，每個人跑步的初衷或許不盡相同，跑馬拉松所追求的目的也各自不同，跑步帶給人的改變、感受與驚喜，絕大多數在意料之外。蔡今中 (2008) 也曾說，其實做每件事或工作都要有相當程度的專注力，而人的專注力也與他本身的興趣息息相關，因此，休閒參與動機是因人而異，儘管休閒動機可能不同，但藉由休閒運動的參與培養興趣與養成良好的生活習慣，以促進身心的健全發展，進而感到內心的愉悅與滿意，是從事休閒運動者所欲達成的目標，本節之目的即在從不同類型的休閒活動中，整理出不同特性的參與者參與動機與滿意度間的相互影響關係，相關參與動機與滿意度之研究整理如下：

(一)馬拉松方面

張家銘 (2006) 提及運動觀賞或參與動機應是多維度的構面，在不同的活動項目及活動方式都會影響到動機之測量構面及題目內容，此外從相關文獻之探討亦發現參與者和觀賞者的人口統計變項在參與動機存在著差異，且不同的運動活動項目的分析結果也有差異，因此每一活動的參與者都有其特殊性需求。

在其「2005 New Balance 澎湖國際馬拉松賽會之運動觀光客參與動機之研究」中，以 2005 New Balance 澎湖國際馬拉松賽會 600 位參與之成人為研究對象，參與動機衡量構面分別以「社交與休閒體驗」、「運動體驗與挑戰因素」、「文化偏好」、「新奇與自我滿足」，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為.95；研究結果發現賽會參與者對整體運動觀光參與動機認知是趨向正面的，其中動機程度最高為運動健身，其次為感受運動的氣氛與體驗、再其次為活動是否具備挑戰性，最後滿足好奇心是最低程度之動機，由此可見馬拉松活動是否具有運動健身功能，是否能讓參與者感到愉悅，及活動的挑戰性是參與者產生參與動機的關鍵考量因素，此外，不同人口統計變項的運動觀光客，僅有在是否參加套裝旅遊及年齡變項達顯著差異，在性別、教育程度及居住地區等變項皆未達顯著性差異。

張家銘 (2006) 在「2004 澎湖世界華人馬拉松賽會之運動觀光客滿意度之研究」中，以 2004 澎湖世界華人馬拉松賽 543 位參與之成人為研究對象，滿意度衡量構面分別以「品質承諾」、「接待服務」、「設施服務」等構面，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在滿意度分量表的 α 值為.93；研究結果發現在不同人口統計變項參與者在滿意度之平均數差異比較分析結果，僅有性別變項在參與滿意度上達顯著差異，是否參加套裝行程、教育程度、年齡、居住地區等變項皆未達顯著性差異，由分析中可得以知滿意度分數皆高於中位數，因此瞭解參與者是給予賽會正向的肯定。

(二)休閒運動方面

林昌國與余幸秀 (2007) 在「臺北市社區大學學員休閒運動參與動機與滿意度之相關性研究」中，以 93 學年度臺北市社區大學的 585 學員為研究對象，參與動機衡量構面分別以「培養休閒興趣」、「工作影響」、「建立人際關係」、「心理需求」、「滿足成就感」、「強健體魄」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s

α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為 .94-.75 之間；研究發現參與動機的各因素項目間，均有明顯的相關性。在休閒運動的滿意度，各項目的因素彼此間亦均有明顯相關性，在參與動機中以建立人際關係項目與滿意度相關性最高，在滿意度方面，以身心與體能情況與參與動機相關性最高，動機與滿意度間具顯著性差異。

黃惠芝與張家銘 (2008) 在「日月潭嘉年華水上活動吸引力與運動觀光客參與動機、滿意度及忠誠度之研究」中，以參加日月潭嘉年華水上活動 600 名運動觀光客為研究對象，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為 .96；研究結果發現運動觀光吸引力與參與者參與動機、參與滿意度對參與忠誠度有顯著預測力，運動觀光客之參與動機會顯著影響其參與滿意度，此外，男生在滿意度高於女生，北部地區觀光客之參與動機與參與滿意度顯著高於中部地區的觀光客。

蔡英美與王俊明 (2010) 在「中部大專學生參與運動性社團的休閒態度、參與動機及休閒滿意度之研究」中，以參加運動性社團的 853 名學生為研究對象，參與動機衡量構面分別以「健康適能需求」、「自我成就需求」、「社會需求」、「心理需求」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的平均 α 值為 .90；研究結果發現休閒運動情境、自我成就需求、休閒運動參與行為、休閒運動認知、社會需求及心理需求，可以聯合預測休閒滿意度中的心理層面之總變量的 66%，此外研究者也發現，參與運動社團頻率越高，其休閒態度、參與動機及休閒滿意度也越高。

第五節 休閒效益對滿意度之相關研究

Rossmann 與 Schlatter (2003) 針對活動的評估方法，曾提出滿意度評估法 (satisfaction-base evaluation)，認為參與者的休閒體驗與滿意度可決定活動服務的價值，是環境體驗後的一種事後評估方法，具有理論依據且有效的休閒參與成果評估法，被廣泛地用來確認活動的價值，以及是否達成活動的預設目標，且不同的活動滿意度，也可以用來比較不同服務活動其滿意度之差異性 (黃文卿、陳玉清、林晏州，2007)。

黃文卿、陳玉清、林晏州 (2007) 在「國家公園大型活動之效益評估-以太魯閣國際馬拉松活動為例」之研究中，以 2004 年與 2005 年太魯閣馬拉松參與者為研究對象，休閒效益衡量構面分別以「增進互信」、「心情愉快」、「獲得成就」、「消除疲勞」等構面進行問卷調查，發現兩屆參與者對馬拉松活動所獲得之各種休閒效益，雖均達到正面效益且多數具有顯著差異，參與者認同參與馬拉松的最大休閒效益為培養挑戰性、維持健康體能、紓解生活壓力與心情愉快，此外在獲得成就感、多瞭解周遭事物、增進活動技巧等效益方面，也出現顯著的差異性，由此可知馬拉松活動的成功與否，端視承辦單位能否準確地掌握活動的宗旨與目標、依據詳細的規劃活動內容，提供適切的賽事服務，進而提升跑者的整體滿意度與未來參賽意願。

簡彩完與黃長發 (2010) 在「主題樂園遊客體驗價值、顧客滿意度及休閒效益相關之研究」中，以九族文化村、月眉育樂世界及劍湖山世界三個主題遊樂園之 360 名遊客為研究對象，顧客滿意度構面分別以「遊樂設備與設施」、「價格合理性」、「服務滿意性」、「便利性」，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為 .89；休閒效益衡量構面分別以「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在休閒效益分量表的 α 值為 .95；研究結果發現主題樂園遊客在體驗價值、顧客滿意度與休閒效益三者之間具有正相關情形存在，且遊客在顧客滿意度之「設備與設施」感到越滿意時，就越能獲得休閒效益之心理及生理效益，讓遊客在休閒體驗中獲得深刻的感受與體驗，以提升遊客的滿意度，並創造出良好的休閒效益。

王怡菁 (2010) 在「東豐綠廊自行車休閒活動之休閒效益與滿意度之研究」中，以一般參與自行車休閒活動的 430 名騎士為研究對象，滿意度構面分別以「專業性規劃設計」、「周邊設施」、「附加設施」、「與自然環境結合程度」、「所產生的觀光價值」；休閒效益衡量構面分別以「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在休閒效益分量表的 α 值為 .93；研究結果發現在性別、婚姻狀況、不同年齡、不同教育程度、不同職業、在不同平均月收入方面均有顯著差異情況產生，此外，在不同年齡層對於休閒效益與滿意度之間，在休閒效益的心理因素、社交因素、生理因素以及滿意度因素都有顯著情形產生。

第六節 馬拉松跑者參與動機與休閒效益對滿意度之研究

張家銘 (2006) 認為滿意度是各個研究領域中，用來評估消費者對產品、工作、戶外遊憩品質、生活品質等方面之看法或衡量消費者行為指標的工具。Fomell (1992) 則認為滿意是消費者在接受服務或使用產品後，呈現喜歡與不喜歡的整體反應，而 Kotler (1994) 也提出消費者滿意是來自於對產品知覺與期望相比較，其結果為個人產生愉快和失望感覺的程度，本研究中滿意度是指馬拉松跑者實際感受到賽會主辦單位所提供的服務，經過整體評估後的滿意程度。

馬拉松賽在各縣市政府、路跑社團與各相關單位的推動下參賽人口逐漸增加、賽事規模也逐漸擴大，但國內對於馬拉松賽會滿意度的相關研究並不多見，研究者就不同觀點與面向所研究的焦點也不盡相同，以下針對國內馬拉松的研究與本論文的相關性綜整如下。

呂謙 (2005) 在「台灣地區馬拉松賽會參賽者服務管理模式建構與驗證之研究」中，以參加台灣地區舉辦之四項國際馬拉松賽的 2,535 名選手為研究對象，研究結果發現賽會的行銷宣傳、報名手續對賽前規劃，路線指引對比賽執行，成績查核對賽會服務之直接影響最高，承辦馬拉松賽會必須留意這些因素間的互動，其次賽會管理在賽前規劃階段以行銷宣傳與報名手續等二方面的執行影響層面最大，馬拉松比賽中以路線指引之執行層面最重要，而賽會的服務則以名次卡發放、成績登錄等相關事項較為重要，此外報名手續簡便、成績公布地點明顯對賽會服務之間接影響最大，綜上所述馬拉松賽事的賽前規劃、賽中執行、賽後服務都是千頭萬緒的工作，這些事項的處理細節與過程，都將接受所有與會者的檢驗，進而影響賽會服務品質、執行績效與滿意度，成為馬拉松賽會舉辦成敗與否的關鍵影響因子。

張家銘 (2006) 在「運動賽會之運動觀光客參與行為模式之研究：以 2004 年澎湖世界華人馬拉松路跑賽會為例」之研究中，以參加 2004 年澎湖世界華人馬拉松賽會之 543 位成人為研究對象，運動觀光參與動機衡量構面分別以「好奇」、「社交與休閒體驗」、「文化偏好」、「運動體驗與挑戰」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為 .95；參與滿意度衡量構面分別以「接受服務」、「設施服務」、「品質承諾」等構

面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與滿意度分量表的 α 值為.93；研究結果發現：運動觀光吸引力會顯著地影響參與者之參與動機，其次參與者之運動觀光參與動機會顯著影響其運動觀光參與滿意度，再其次參與者之參與動機會顯著影響其參與忠誠度，最後參與者之參與滿意度會顯著影響其參與忠誠度，因此賽會主辦單位能深入瞭解參與者之行為模式，進而滿足參與者之需求，是賽會能吸引跑者持續參與的重要因素。

陳薇先與邵于玲（2006）在「2004 ING 臺北國際馬拉松參賽者涉入程度、滿意度及再參加意願之研究」中，以 2004 ING 臺北國際馬拉松半程馬拉松組及短程路跑組 290 名參賽者為研究對象，滿意度衡量構面分別以「賽會相關訊息的獲取」、「選手報到指引流程」、「賽會動線標示」、「選手站服務」、「活動安全性」、「賽會醫療服務」、「賽會周邊活動」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在服務滿意度分量表的 α 值為.89；研究結果發現運動賽會參與者之涉入程度與滿意度及再參加意願呈現正相關，涉入程度高的參與者，在滿意度及再參加意願較涉入程度低者表現強烈，且運動賽會參與者之涉入程度愈高，其涉入程度對滿意度的影響就愈大，所以就馬拉松賽會的舉辦單位而言，舉辦賽會時應注重服務品質，提升參賽者的參與感與對賽會的認同感，進而增加其涉入程度與參與意願，是賽會舉辦成功的重要因素。

邱榮基與畢璐鑾（2008）在「台灣地區馬拉松賽會服務品質與滿意度之研究」中，以參加台灣地區 2005 年五場 42.195 公里的 700 名馬拉松組參賽選手為研究對象，滿意度衡量構面分別以 1、「路線」 2、「符合期待」 3、「宣傳」 4、「服務人員」等構面進行問卷調查，問卷採用 Cronbach' s α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在滿意度分量表的平均 α 值為.85；研究結果發現參賽者在不同比賽的馬拉松賽會服務品質與滿意度單因子變異數分析均達顯著差異，顯示不同的賽會提供不同的服務品質與滿意度，相關分析也指出賽會服務品質之互動與滿意度之宣傳、路線與符合期待之關係相當密切，顯示這些因素都會互相影響，在現今講究以顧客需求為服務導向的社會，在提升馬拉松賽會的品質與滿意度方面，主辦單位若能注重活動相關細節的規劃，在網路上的競賽資訊公開透明，讓參賽者在賽事舉辦期間所遭遇到的問題，都能得到服務人員適切的處理，均會提升參賽者對賽會的滿意度，進而持續參與馬拉松賽事。

蔡聰智、謝旻諺與曾淑平（2008）在「梨山馬拉松賽參與者之參與動機與參與滿意度之研究」中，以2006年梨山馬拉松賽600多名參賽者為研究對象，參與動機衡量構面分別以「健康與挑戰」、「好奇與學習」、「社交」、「文化與休閒體驗」等構面進行問卷調查，問卷採用Cronbach's α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與動機分量表的 α 值為.92；參與滿意度衡量構面分別以「身心方面滿意度」、「場地與賽程安排滿意度」、「品質承諾滿意度」等構面進行問卷調查，問卷採用Cronbach's α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在參與滿意度分量表的 α 值為.94；研究結果發現梨山馬拉松賽參與者的參與動機與參與滿意度之相關分析，達顯著性中等強度相關，且參與動機對參與滿意度具有顯著的預測力，因此整體而言，參與動機與參與滿意度是有顯著相關性的，且從梨山馬拉松賽會的結果分析得知，如果賽會能夠滿足參與者之動機需求，其滿意度亦會有所提升。

游智名（2010）在「2009富邦臺北馬拉松選手參賽動機與環境屬性對參賽滿意度影響之研究」中，以參加2009富邦臺北馬拉松賽之全程馬拉松選手，並且完跑42.195公里者為研究對象，滿意度衡量構面分別以「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」等構面進行問卷調查，問卷採用Cronbach's α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在滿意度分量表的 α 值為.95，參與動機衡量構面分別以「運動體驗與挑戰」、「賽事魅力」、「社交」、「心理感受」等構面進行問卷調查，問卷採用Cronbach's α 係數檢測問卷內部一致性，其結果在滿意度分量表的 α 值為.93；研究結果發現：馬拉松參賽者參賽動機以社交與心理感受為主要參賽動機，馬拉松參賽者參賽滿意度以身心因素為最主要因素，此外，參賽動機的社交、心理感受及環境屬性的路徑與安全對參賽滿意度有顯著的預測力。

馬拉松跑者兼作家蘇怡任（2012），提到跑馬拉松就像是人生的縮影，人生的挫折與阻礙，如果碰到就退縮，逃避，沮喪，放棄，永遠也跨越不了那一道牆。只有去面對它，通過它，穿越它，才能摘下成功的果實，這樣的掙扎與淬鍊，跟跑步過程中所遇到的心路歷程其實是同樣的情境，這是跑者對馬拉松精神的堅持與態度。

綜觀上述學者對於滿意度在休閒活動、慢跑及馬拉松的研究發現，不同人口統計變項的休閒運動參與者，對於滿意度鑑別也有不同的構面，本研究旨在探討馬拉松跑者之參賽滿意度，透過上述文獻的分析中並參考陳薇先與邵于玲（2006）、蔡

聰智、謝旻諺與曾淑平（2008）與游智名（2010）等人之研究，將滿意度分為「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」等三項構面，以做為本研究滿意度量表之因素。

第七節 本章總結

馬拉松運動的蓬勃發展過程中，主辦單位如何能夠瞭解跑者的需求，並且為馬拉松運動創造市場，提高跑者參與賽事之動機，讓跑者達到休閒效益的滿足，進而提升滿意度，是推廣馬拉松運動的關鍵因素。本章就馬拉松跑者的參與動機角度切入，試圖探討跑者的內心世界，促使其參與馬拉松運動的動機為何？跑者在參與過程中所獲得的休閒效益為何？跑者在參與馬拉松之後，如何衡量賽事與服務的滿意程度？馬拉松跑者的參與動機、休閒效益與滿意度是否會影響跑者未來再次參與賽事的意願？

從本章的文獻探討中，瞭解到參與動機是促使跑者參與賽事的驅力，其內在的個人需求與社會支持會使得跑者產生參與動機，在以往的研究結果中，我們發現不同特性的跑者，在參與動機上是有所差異的。參與休閒運動之動機與休閒效益也具有顯著正向關係，此外參與動機及休閒效益，會因性別、參與休閒運動時間的不同而有顯著差異，由此得知休閒運動的參與動機愈強，其休閒效益則愈大，而在以往的研究當中，我們也發現到不同特性的馬拉松跑者，在休閒效益上也有所差異。跑者在參與馬拉松賽事後，他們對於賽事的品質與服務會產生整體評估的主觀認知，進而衡量馬拉松賽事與主辦單位的服務讓他們達到滿意的程度。

在文獻探討的過程中，我們更進一步瞭解到參與動機是會正向影響到跑者的休閒效益，也會影響到跑者再次參與馬拉松賽事的意願。而跑者的休閒效益對於參賽滿意度往往具有預測能力，這也是學者認為休閒效益是衡量跑者繼續參與賽事的重要因素。跑者在參與馬拉松賽後若能感到整體性的滿意，也會增加跑者再次參與的意願，進而促使跑者成為賽會最忠實的擁護者，願意持續參與馬拉松運動，甚至推薦其他跑者一同參與，這是馬拉松賽事能創造優質服務的最佳典範。

本研究由上述文獻探討的結果，擬出本研究的研究架構，針對國內馬拉松運動的跑者進行探討，以瞭解馬拉松跑者的特性與現況為何？馬拉松跑者參與動機、休閒

效益及滿意度現況為何？不同人口統計變項的馬拉松跑者在參與動機與休閒效益上是否有差異存在？以及探討不同馬拉松跑者的參與動機、休閒效益與滿意度之間的相關情形。

第參章 研究方法

本章依序說明本研究的方法與步驟如下：包含第一節研究架構；第二節研究對象；第三節研究工具；第四節研究流程；第五節資料處理與分析。

第一節 研究架構

經界定研究目的、研究問題與文獻回顧，來建立本研究之架構，如下圖 3-1。

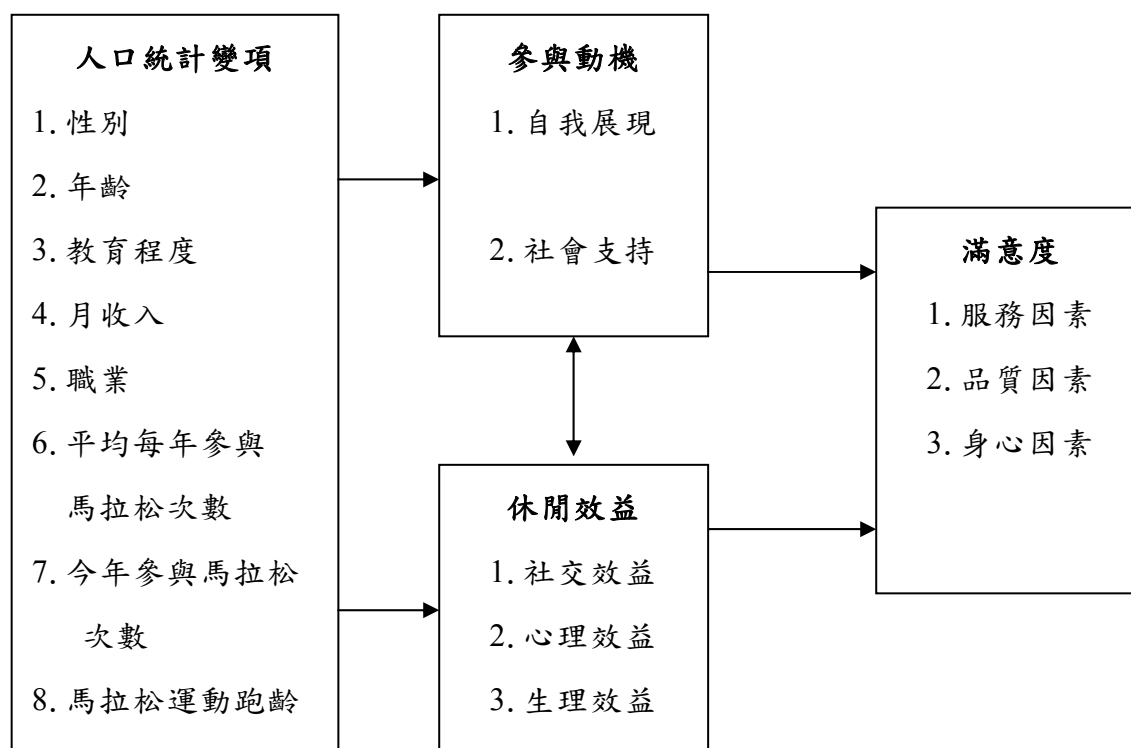


圖 3-1. 研究架構圖

第二節 研究對象

依據上述問題背景，期透過本研究瞭解馬拉松跑者的參加現況，以及比較不同人口統計變項馬拉松跑者之參與動機、休閒效益與滿意度之差異情形。具體而言，本研究之研究對象說明如下：

（一）研究地點

本研究以新北市雙溪區所舉辦之 2013 年北馬雙溪櫻花馬拉松賽事為進行研究地點的選擇。

（二）研究對象及時間

本研究以臺灣目前從事馬拉松運動跑者作為研究對象，因限於時間、人力、物力等因素，研究對象僅針對從事全程馬拉松競賽者為主要對象。預試時間及預試對象為 2012 年 12 月 16 日富邦臺北馬拉松之全程馬拉松完賽選手，正式施測時間及對象為 2013 年 3 月 10 日北馬雙溪櫻花馬拉松賽事舉辦當天，於比賽終點及選手休息區，針對全程馬拉松完賽選手進行問卷調查。

（三）預試樣本數

預試調查時間為 2012 年 12 月 16 日，於臺北市 2012 年富邦臺北馬拉松賽現場針對全程馬拉松賽跑者進行預試，以建構本量表的信度與效度，共計發出 200 份問卷。

（四）正式施測樣本數

本研究旨在探討馬拉松跑者人口統計變項、參與動機、休閒效益與滿意度之相關及差異情形為研究內容之範圍。取樣則以參加 2013 年北馬櫻花馬拉松的跑者為研究對象，本賽事由新北市馬拉松協會、新北市雙溪區公所主辦。

本研究問卷抽樣以便利取樣方式取得樣本，取樣方式是由研究者親至比賽現場發放問卷調查。在樣本數方面，樣本大小採林惠玲與陳正倉（2011）所提出之樣本數選擇公式來計算，設定所需信賴水準為 95%，計算出有效樣本大小最小值為 384 份，本研究發放 450 份問卷，扣除未繳回及漏未填答之無效問卷，收集有效問卷資料共計 391 份，有效問卷回收率為 87%。

$$n = \frac{Z^2 \times p \times (1-p)}{d^2} \quad Z=Z \text{ 值 (95\%信賴區間下之標準分數)}$$

p=被選到之機率 (本研究假設每位跑者被抽到之機率為 5%)

d=抽樣誤差 (本研究之抽樣訂為±5%)

第三節 研究工具

一、預試問卷編製

本研究工具依據邵雅卿 (2010)、林欣慧 (2002)、游智名 (2009) 等學者對於參與動機、休閒效益、滿意度等變項所發展之內容，根據嚴謹的文獻探討後加以推估研擬，並針對研究目的修正量表之語法與描述，修訂成本研究「參與動機、休閒效益、滿意度問卷」。研究工具包括參與動機量表、休閒效益量表、滿意度量表、馬拉松跑者特性等四部分，各工具內容說明如下：

(一) 參與動機量表

本研究之參與動機量表首先根據國外專家學者Deci與Ryan所提出，研究休閒運動參與行為的重要理論自我決定理論，並參考邵雅卿 (2010) 之研究中所提出參與動機之問卷內容加以歸納，將馬拉松跑者參與動機分為「社會支持」、「自我展現」、「健康行為」等三個構面，為本研究參與動機之因素，本量表信度Cronbach's α 值為.92~.93，總量表的Cronbach's α 值為.96，顯示該量表具可接受之信效度，參與動機量表得分愈高，代表跑者參與動機愈強，參與動機分析摘要表如表3-1所示。

表 3-1

參與動機分析摘要表

分量表因素	內含題目	Cronbach's α 係數
社會支持因素	第 1、14、16~20 題 共 7 題	.92
自我展現因素	第 6、12、13 題 共 3 題	.92
健康行為因素	第 2~5、7~11、15 題 共 10 題	.92
總 量 表	共 20 題	.96

資料來源：邵雅卿 (2010)。馬拉松跑者參與動機、深度休閒與幸福感之研究 (未出版碩士論文)

(二) 休閒效益量表

本研究之休閒效益量表首先根據國外專家學者Driver, Brown, 與 Peterson 於1991年所提出之休閒效益概念，並參考 Bammel 與 Burrus-Bammel於1982年所提出的六項休閒效益，再參考林欣慧 (2002) 之研究中所提出休閒效益之問卷內容加以歸納，將馬拉松跑者休閒效益分為「生理效益」、「心理效益」、「社交效益」等三個構面，為本研究休閒效益之因素，本量表信度Cronbach's α 值為.68~.83，總量表的Cronbach's α 值為.88，顯示該量表具有可接受之信效度，休閒效益量表得分愈高，代表跑者所獲得與感受到的休閒效益也就愈高，休閒效益分析摘要表如表3-2所示。

表 3-2

休閒效益分析摘要表

分量表因素	內含題目	Cronbach's α 係數
生理效益因素	第 1 ~7 題 共 7 題	.68
心理效益因素	第 8 ~17 題 共 10 題	.83
社交效益因素	第 18 ~26 題 共 9 題	.81
總量表	共 26 題	.88

資料來源:林欣慧 (2002)。解說成效對休閒效益體驗之影響研究-以登山健行為例。國立臺灣師範大學，臺北市。

(三) 滿意度量表

本研究之滿意度量表以 Beard 與 Ragheb (1983) 整體滿意度的概念，及 Beard 與 Ragheb 所發展的「休閒滿意」量表為基礎，再參考游智名 (2010) 之研究中所提出滿意度之問卷內容加以歸納，將滿意度分為「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」等三個構面，為本研究滿意度之因素，本量表信度Cronbach's α 值為.67~.72，總量表的Cronbach's α 值為.95，顯示該量表具有可接受之信效度，滿意度量表得分愈高，代表跑者對賽會的滿意度程度愈高，滿意度分析摘要表如表3-3所示。

表 3-3

滿意度分析摘要表

分量表因素	內含題目	Cronbach's α 係數
服務因素	第 1~6、8~13 題 共 12 題	.72
品質因素	第 14 ~18、22 題 共 6 題	.68
身心因素	第 7、19 ~21、23 題 共 5 題	.67
總量表	共 23 題	.95

資料來源：游智名（2010）。2009 富邦臺北馬拉松選手參賽動機與環境屬性對參賽滿意度影響之研究（未出版碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。

（四）馬拉松跑者特性

包括性別、年齡、教育程度、月收入、職業、平均每年參與馬拉松次數、今年參與馬拉松次數、馬拉松運動跑齡等情形，題項置於問卷第二部分個人基本資料。

二、預試問卷之信效度分析

本研究工具是依據文獻探討及馬拉松跑者實際狀況訂定之「參與動機、休閒效益、滿意度問卷」初稿，預試問卷於馬拉松比賽現場發放，經選手填答回收後，再進行探索性因素分析（EFA）與信度分析（reliability analysis），以建構量表之信效度。預試調查時間為2012年12月16日於臺北市2012年富邦臺北馬拉松賽現場針對全程馬拉松完賽跑者進行預試，以建構本量表的信度與效度，發出200份問卷。本預試量表共分為兩個部分，除了馬拉松跑者特性資料外，另外還包括「參與動機量表」20題、「休閒效益量表」26題、以及「滿意度量表」23題（預試問卷詳見附錄一），分析結果說明如下：

（一）預試對象之描述分析

本研究對象共165人，性別比例男性佔（81.2%），女性佔（18.8%）；年齡分布在31-40歲（35.2%）居多；教育程度以大學（65.5%）佔多數。樣本結構之分析摘要詳見表3-4所示：

表 3-4

樣本結構之描述分析摘要表

(n = 165)

馬拉松跑者特性資料		樣本數	百分比 (%)
性別	男性	134	81.2
	女性	31	18.8
年齡層	20 歲以下	2	1.2
	31-30 歲	28	17.0
	31-40 歲	58	35.2
	41-50 歲	42	25.5
	51 歲以上	35	21.2
教育程度	國中及以下	3	1.8
	高中(職)	31	18.8
	大學(專)	108	65.5
	研究所及以上	23	13.9
職業	學生	10	6.1
	軍警公教	46	27.9
	自由業	25	15.2
	工商服務業	72	43.6
	無業或退休	9	5.5
	其他	3	1.8
個人收入	20,000 元以下	9	5.5
	20,001-30,000 元	16	9.7
	30,001-40,000 元	34	20.6
	40,001-50,000 元	31	18.8
	50,001-60,000 元	38	23.0
	60,001-70,000 元	15	9.1
	70,001 元以上	22	13.3

(二) 參與動機量表信效度分析

本量表以探索性因素分析 (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)，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。

因素分析結果其KMO值取樣適切性達0.93，接近1，球型檢定卡方值為2197.05 ($p < .05$)，達顯著水準，表示資料適宜進行因素分析，所得結果共萃取出二個因素，二個因素個別解釋變異量分別為 50.48%、9.44%，量表的解釋變異量為59.93%，統計結果如表3-5所示。

表 3-5

參與動機量表探索性因素分析摘要表

題號	題目	平均數	標準差	因素一	因素二
1	參與馬拉松能紓緩生活或工作的壓力	4.35	.72	.80	
2	我能享受跑馬拉松的過程，跑完後有滿足的感覺	4.36	.72	.95	
3	參與跑馬拉松可以使我心情愉快	4.35	.66	.84	
4	參與跑馬拉松過程中可以獲得超越自我的樂趣	4.35	.64	.78	
5	參與馬拉松運動可以讓我改善與維持個人身材	4.38	.72	.70	
6	參與馬拉松可以建立自信心	4.24	.73	.86	
7	參與馬拉松可以增加自己的體力	4.49	.56	.65	
8	參與馬拉松可以增加正確的跑步知識與技巧	4.24	.63	.64	

(續下頁)

表3-5

參與動機量表探索性因素分析摘要表(續)

題號	題目	平均數	標準差	因素一	因素二
9	參與馬拉松讓自己開啟更多生活上的智慧	4.08	.77	.43	
10	參與馬拉松可以讓自己的生活更規律	4.28	.67	.63	
12	參與馬拉松可增進意志力	4.47	.66	.45	
11	參與馬拉松可以戒除一些壞習慣	4.22	.71		.46
13	參與馬拉松可以增進運動精神	4.31	.71		.72
14	參與馬拉松運動使我身心靈舒暢	4.38	.63		.66
15	參與馬拉松讓我結交許多志同道合的朋友	4.35	.67		.75
16	參與馬拉松有助於提升親友及家人間的情感	3.94	.79		.85
17	我喜歡跑完馬拉松後在會場與跑友一起分享經驗	4.15	.74		.80
18	在跑完馬拉松運動後可以增進家庭生活和諧	3.93	.86		.95
19	參與馬拉松讓自己開啟更多生活上的智慧	4.06	.80		.78
20	馬拉松使我看到美好感人的畫面	4.15	.70		.74
特徵值				10.10	1.89
解釋變異量(%)				50.48	9.44
累積解釋變異量(%)				50.48	59.93

經探索性因素分析建構量表的效度後，參與動機量表建構出二個分量表，本研究在考量題目的適切性與屬性後，將第1至第10題及第12題，共11個題目，命名為「自我展現」因素；將第11題及第13至20題，共9個題目，命名為「社會支持」因素。本研究之參與動機量表運用 Cronbach's α 係數檢定量表之內部一致性，所得結果如

表 3-6 所示，量表之 Cronbach' s α 係數在.70以上，表示具有可接受的信度。

表 3-6

參與動機信度分析摘要表

分量表因素	內含題目	Cronbach's α 係數
自我展現因素	第 1~10、12 題 共 11 題	.92
社會支持因素	第 11、13~20 題 共 9 題	.91
總量表	共 20 題	.94

(二) 休閒效益量表信效度分析

本量表以探索性因素分析 (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)，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。

因素分析結果其KMO值取樣適切性達0.93，接近1，球型檢定卡方值為2647.04 ($p < .05$)，達顯著水準，表示資料適宜進行因素分析。經刪除跨因素4題 (第11題至第14題) 及因素負荷量未達.40以上的題目2題 (第1題與第6題) 後，所得結果共萃取出三個因素，三個因素個別解釋變異量分別為 52.23%、7.03%、5.74%，量表的解釋變異量為65.00%，統計結果如表3-7所示。

表 3-7

休閒效益量表探索性因素分析摘要表

題號	題目	平均數	標準差	因素一	因素二	因素三
7	可以學習並增進活動的技巧	4.13	.75	.61		
17	可以拓展知識，啟發智慧	3.96	.87	.62		

(續下頁)

表3-7

休閒效益量表探索性因素分析摘要表(續)

題 號	題 目	平均數	標準差	因素一	因素二	因素三
18	能認識新朋友	4.16	.73	.68		
19	能增進人際之間的感情	4.13	.81	.74		
20	能了解同伴的想法和觀念	4.04	.86	.75		
21	能為他人服務	3.87	.87	.76		
23	能學習到與同伴互助合作的技巧	3.98	.87	.71		
25	能了解人與自然的關係	4.10	.79	.75		
26	能享受在自然環境中活動的樂趣	4.21	.70	.71		
2	可以逃避繁雜的環境	3.95	.85		.72	
8	可以紓解生活中的壓力與憂慮	4.25	.69		.69	
9	可以獲得滿足的感覺	4.18	.70		.67	
10	可以找到心靈慰藉	4.01	.77		.68	
15	可以得到表現自我的機會	4.13	.75		.56	
16	可以得到自我反省的機會	3.88	.87		.68	
22	能有獨處的機會	4.04	.82		.52	
3	可以鍛鍊肌肉的力量與耐力	4.34	.62			.77
4	可以減少體脂肪，使身材健美	4.25	.66			.77
5	可以增進心臟與肺臟的功能	4.44	.65			.70
24	能接近大自然	4.17	.71			.63
特徵值				6.04	4.71	3.55
解釋變異量(%)				27.46	21.41	16.13
累積解釋變異量(%)				27.46	48.88	65.00

經探索性因素分析建構量表的效度後，休閒效益量表建構出三個分量表，本研究在考量題目的適切性與屬性後，將第 7、17 至 21、23、25、26 題、共 9 題，命名為「社交」效益；將第 2、8 至 10、15 至 16、22 題，共 7 題，命名為「心理」效益；將第 3、4、5、24 題，共 4 題，命名為「生理」效益。本研究之休閒效益量表運用

Cronbach' s α 係數檢定量表之內部一致性，所得結果如表 3-8 所示，量表之 Cronbach' s α 係數在.70 以上，表示具有可接受的信度。

表 3- 8

休閒效益信度分析摘要表

分量表因素	內含題目	Cronbach's α 係數
社交效益	第 7、17 至 21、23、25、26 題共 9 題	.93
心理效益	第 2、8 至 10、15 至 16、22 題共 7 題	.88
生理效益	第 3、4、5、24 題 共 4 題	.83
總量表	共 20 題	.95

(二)滿意度量表信效度分析

本量表以探索性因素分析 (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)，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。

因素分析結果其KMO值取樣適切性達0.93，接近1，球型檢定卡方值為2480.34 ($p < .05$)，達顯著水準，表示資料適宜進行因素分析。經刪除因素負荷量未達.40 以上的題目2題 (第1題與第5題) 後，所得結果共萃取出三個因素，三個因素個別解釋變異量分別為 47.14%、9.29%、5.56%，量表的解釋變異量為61.98%，統計結果如表3-9所示。

表 3- 9

滿意度量表探索性因素分析摘要表

題號	題目	平均數	標準差	因素一	因素二	因素三
3	晶片感應登入成績方式快速又正確	4.07	.73	.54		
4	服務人員能快速的解決問題	3.77	.73	.80		

(續下頁)

表3-9

滿意度量表探索性因素分析摘要表(續)

題 號	題 目	平均數	標準差	因素一	因素二	因素三
6	晶片退換規劃完備	3.84	.84	.56		
7	交通管制得當	3.87	.84	.73		
8	工作人員能快速地處理選手需求	3.76	.76	.74		
9	網站所提供之賽會資訊非常充足	3.92	.77	.71		
10	繳費及報到方式方便	3.77	.75	.69		
11	成績公告查詢簡便	4.00	.70	.70		
12	提供的服務與宣傳或廣告相符	3.87	.77	.60		
13	交通停車規劃良好	3.52	.91	.74		
14	感覺體能有增進	4.13	.76		.72	
15	嘗試另一種新的體驗	4.04	.74		.72	
16	個人自信心提升	4.15	.72		.76	
17	使身心得到放鬆	4.16	.66		.73	
18	感到挑戰性高	4.18	.72		.81	
19	美麗景觀	3.84	.88		.63	
22	跑步技巧有進步	3.92	.77		.57	
2	休息站皆有醫護人員駐守	3.87	.79			.53
20	活動整體很流暢	3.74	.88			.66
21	比賽起訖時間安排符合選手期望	3.84	.81			.59
23	整體消費價格可以接受	3.52	.99			.83
特徵值				5.95	4.83	3.48
解釋變異量(%)				25.87	21.00	15.11
累積解釋變異量(%)				25.87	46.87	61.98

經探索性因素分析建構量表的效度後，休閒效益量表建構出三個分量表，本研究在考量題目的適切性與屬性後，將第 3 至 4 題、6 至 13 題，共 10 題，命名為「服務」因素；將第 14 至第 19 題、22 題、共 7 題，命名為「品質」因素；將第 2、20

至 21 題、23 題、共 4 題，命名為「身心」因素。本研究之滿意度量表運用 Cronbach's α 係數檢定量表之內部一致性，所得結果如表 3-10 所示，量表之 Cronbach's α 係數在 .70 以上，表示具有可接受的信度。

表 3-10

滿意度信度分析摘要表

分量表因素	內含題目		Cronbach's α 係數
服務因素	第 3 至 4 題、6 至 13 題	共 10 題	.91
品質因素	第 14 至第 19 題、22 題	共 7 題	.89
身心因素	第 2、20 至 21 題、23 題	共 4 題	.84
總量表	共 21 題		.94

預試問卷經實施調查及資料分析後，檢驗其信度及效度都符合標準，因此可以定稿以此作為正式施測問卷（詳如附錄二）。

第四節 研究流程

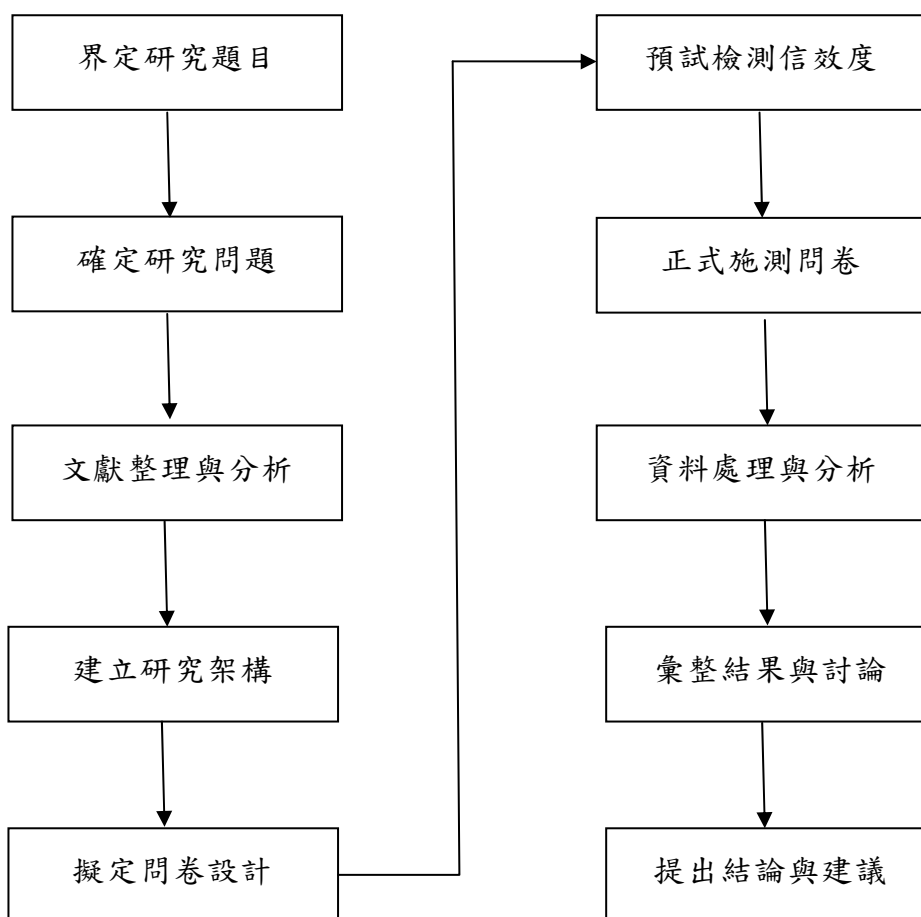


圖 3-2. 研究流程圖

第五節 資料處理與分析

本研究根據所提出之研究問題，將收集之問卷資料，以 IBM SPSS19.0 中文版統計套裝軟體進行量化分析，顯著水準設為 $\alpha = .05$ 。

一、預試部分

本研究於預試後進行下列分析，以精簡問卷題數並確立正式問卷施測時，問卷量表的適用性。

(一) 建構效度

以探索性因素分析 (EFA) 檢核各量表之建構效度。

(二) 內部一致性信度分析

以 Cronbach's α 值作為測試信度的標準，確認各量表、構面的穩定性與一致性。Cronbach's α 係數在.70 以上，表示具有可接受的信度。

二、正式問卷部分

為回答研究問題以達成研究目的，將正式問卷回收的資料進行下列分析。

(一) 描述性統計 (descriptive statistics)

以次數分配表、平均數與標準差等統計量數呈現馬拉松跑者的現況。

(二) 獨立樣本 t 檢定 (independent t-test)

依照不同性別之馬拉松跑者在參與動機、休閒效益與滿意度上之差異情形。

(三) 獨立樣本單因子變異數分析 (one-way ANOVA)

分析不同馬拉松跑者在參與動機、休閒效益與滿意度上之差異情形。

(四) 雪費事後比較方法 (Scheffe's Post Hoc Comparison)

當單因子變異數分析主要效果達顯著差異，再以此方法進行事後比較。

(五) 皮爾森積差相關分析 (Pearson correlation analysis)

以皮爾森積差相關分析參與動機、休閒效益與滿意度之相關情形。

(六) 一般多元迴歸分析 (multiple linear regression analysis)

探討馬拉松跑者特性、參與動機、休閒效益對滿意度之解釋力。

第肆章 結果與討論

本章結果與討論，依據本研究方法經由問卷調查收集資料，共計發出 450 份問卷，扣除未繳回及漏未填答之無效問卷，收集有效問卷資料共計 391 份，有效問卷回收率為 87%，並運用 SPSS19.0 for Windows 中文版軟體進行統計分析與解釋，本章就所收集的資料，進行深入的結果分析與討論，共分為六節：第一節馬拉松跑者人口統計變項之描述統計分析；第二節不同背景變項馬拉松跑者對參與動機之差異分析；第三節不同背景變項馬拉松跑者對休閒效益之差異分析；第四節不同背景變項馬拉松跑者對滿意度之差異分析；第五節參與動機、休閒效益與滿意度之現況與相關分析；第六節參與動機與休閒效益對於滿意度之預測分析。

第一節 馬拉松跑者人口統計變項之描述統計分析

本研究以參加 2013 年 3 月 10 日新北市馬拉松協會所舉辦之北馬櫻花馬拉松的跑者為研究對象，依據「馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之研究問卷」之人口統計變項資料彙整而成，詳如表 4-1 所示。

一、研究結果

(一)性別

馬拉松參與者以 332 位的男性跑者居多，佔 84.9%，女性跑者則為 59 位，佔 15.1%，男性與女性的比例約為 6：1。

(二)年齡層

馬拉松跑者年齡層分佈狀況，以 41-50 歲者最多，計有 117 人，佔 29.9%，其次是 51 歲以上者，計有 108 人，佔 27.6%；31-40 歲者，計有 105 人，佔 26.9%，三者計有 330 人，即佔了 84.4%，其餘年齡層在 21-30 歲者，計有 58 人佔 14.8%，以及 20 歲以下者，計有 3 人，佔 0.8%，考量 20 歲以下者樣本數較少，且其屬性與 21-30 歲者相似，本研究將兩組合併為 30 歲以下者，計有 61 人，共佔 15.6%。

(三)教育程度

馬拉松跑者的教育程度中，以大學（專）程度者最多，計有 190 人，佔 48.6%，研究所及以上者，計有 111 人，佔 28.4%居次，其次為高中（職）者，計有 67 人，佔 17.1%，其餘為國中及以下者，計有 23 人，佔 5.9%。

(四)職業

馬拉松跑者的職業別部分，以工商服務業者居多，計有 228 人，佔 58.3%，其次是軍警公教者，計有 67 人，佔 17.1%，自由業者，計有 50 人，佔 12.8%，其他類者，計有 19 人，佔 4.9%，無業或退休者，計有 16 人，佔 4.1%，其餘為學生，計有 11 人，佔 2.8%。

(五)個人收入

馬拉松跑者的收入方面，以 30,001-40,000 元者最多，計有 82 人，佔 21%，40,001-50,000 元者居次，計有 72 人，佔 18.4%，其次為 50,001-60,000 元者，計有 71 人，佔 18.2%，70,000 元以上者，計有 66 人，佔 16.9%，60,001-70,000 元者，計有 43 人，佔 11%，20,001-30,000 元者，計有 38 人，佔 9.7%，最少者為 20,000 元以下者，計有 19 人，只佔 4.9%。

(六)今年參與馬拉松次數

在今年參與馬拉松次數方面，以參與第 3 次以上者居多計有 206 人，佔 52.7%，其次為第 2 次參與者，計有 95 人，佔 24.3%，其餘為第 1 次參與者，計有 90 人，佔 23%。

(七)平均每年參與馬拉松次數

跑者平均每年參與馬拉松次數方面，以 1-5 次者最多，計有 149 人，佔 38.2%，6-10 次者居次，計有 134 人，佔 34.3%，二者計有 283 人，即佔了 72.5%，其次為 21 次以上者，計有 45 人，佔 11.7%，16-20 次者，計有 33 人，佔 8.5%，最少者為 11-15 次者，計有 30 人，只佔 7.8%。

(八)馬拉松運動跑齡

馬拉松跑者運動跑齡方面，以 1-5 年者最多，計有 268 人，佔 68.5%，6-10 年者居次，計有 77 人，佔 19.7%，二者計有 345 人，即佔了 88.2%，其次為 11-15 年者，計有 20 人，佔 5.2%，16-20 年者，計有 18 人，佔 4.7%，最少者為 21 年以上者，計有 8 人只佔 2.2%。

表 4-1

馬拉松跑者人口統計變項描述統計分析摘要表

(n=391)

馬拉松跑者特性資料		樣本數	百分比 (%)
性別	男性	332	84.9
	女性	59	15.1
年齡層	20 歲以下	3	0.8
	21-30 歲	58	14.8
	31-40 歲	105	26.9
	41-50 歲	117	29.9
	51 歲以上	108	27.6
教育程度	國中及以下	23	5.9
	高中(職)	67	17.1
	大學(專)	190	48.6
	研究所及以上	111	28.4
職業	學生	11	2.8
	軍警公教	67	17.1
	自由業	50	12.8
	工商服務業	228	58.3
	無業或退休	16	4.1
	其他	19	4.9
個人收入	20,000 元以下	19	4.9
	20,001-30,000 元	38	9.7
	30,001-40,000 元	82	21.0
	40,001-50,000 元	72	18.4
	50,001-60,000 元	71	18.2
	60,001-70,000 元	43	11.0
	70,001 元以上	66	16.9

(續下頁)

表 4-1

馬拉松跑者人口統計變項描述統計分析摘要表(續) (n=391)

今年參與次數	第 1 次	90	23.0
	第 2 次	95	24.3
	第 3 次以上	206	52.7
平均每年參與次數	1-5 次	149	38.2
	6-10 次	134	34.3
	11-15 次	30	7.8
	16-20 次	33	8.5
	21 次以上	45	11.7
馬拉松運動跑齡	1-5 年	268	68.5
	6-10 年	77	19.7
	11-15 年	20	5.2
	16-20 年	18	4.7
	21 年以上	8	2.2

二、討論

由上述人口統計變項資料分析得知，參加北馬櫻花馬拉松的跑者以男性為主，比例佔 84.9%，男性與女性比例約為 6：1，研究結果與呂謙(2005)、邱榮基、畢璐鑾(2008)、張孝銘、邱姿菁(2011)的研究結果相符，由此可推論馬拉松運動因需要極佳的體力與肌耐力，且活動的性質兼具休閒性與挑戰性，跑者在比賽前就必需進行長期的體能訓練，因此女性跑者除了訓練時間的付出外，往往也要兼顧到家庭成員的照護責任，因此參賽的阻礙因素，也較男性跑者明顯。

馬拉松跑者年齡層部分，以 41-50 歲者最多，計有 117 人，佔 29.9%，其次是 51 歲以上者，計有 108 人，佔 27.6%；31-40 歲者，計有 105 人，佔 26.9%，三者計有 330 人，佔了 84.4%，因此可發現參與馬拉松的跑者中，是以 31-40 歲與 41-50 歲之青壯年族群為主要成員，由於馬拉松活動性質是兼具休閒性與挑戰性，51 歲以上的參賽者，依然保持相當的體力與耐力，持續活躍在馬拉松運動領域。

馬拉松跑者的教育程度中，以大學（專）程度者最多，計有 190 人，佔 48.6%，研究所及以上者，計有 111 人，佔 28.4%居次。研究結果與游智名（2010）、邵雅卿（2010）的研究結果相符，顯示馬拉松跑者的教育程度隨著國內高等教育的普及而逐漸提升。

馬拉松跑者的職業別部分，以工商服務業者居多，計有 228 人，佔 58.3%，其次是軍警公教者，計有 67 人，佔 17.1%，以二者計有 295 人，佔 75.4%，顯示參與馬拉松運動的跑者來源仍以上班族為主。

馬拉松跑者的收入方面，以 30,001-40,000 元者最多，計有 82 人，佔 21%，40,001-50,000 元者居次，計有 72 人，佔 18.4%，其次為 50,001-60,000 元者，計有 71 人，佔 18.2%，70,000 元以上者，計有 66 人，佔 16.9%，依據行政院主計總處公布 102 年 1 月工業及服務業，每人每月平均經常性薪資為 37,683 元，因此本研究推論，馬拉松運動跑者，在薪資所得部分是高於一般工業及服務業從業人員，參與者往來各縣市參與競賽，通常需要利用交通工具前往及支付住宿地點之費用，長期參與者通常需要具備一定的經濟基礎。所以在經濟無虞的情況下，收入足以支應休閒活動所需，並能持續參與馬拉松運動。

在今年參與馬拉松次數方面，以參與第 3 次以上者居多計有 206 人，佔 52.7%，其次為第 2 次參與者，計有 95 人，佔 24.3%，其餘為第 1 次參與者，計有 90 人，佔 23%。由此推論馬拉松跑者，在養成運動健身的習慣之後，便有持續參與馬拉松活動的特性。

跑者平均每年參與馬拉松次數方面，以 1-5 次者最多，計有 149 人，佔 38.2%，6-10 次者居次，計有 134 人，佔 34.3%，二者計有 283 人，即佔了 72.5%，由此推論跑者在感受過馬拉松活動的運動健身功效、良好的運動體驗氣氛等因素後，有充分的誘因，讓大部分的跑者願意持續地參與。

馬拉松跑者運動跑齡方面，以 1-5 年者最多，計有 268 人，佔 68.5%，6-10 年者居次，計有 77 人，佔 19.7%，二者計有 345 人，即佔了 88.2%，由此研究結果推論馬拉松運動的參與人口，在臺灣各縣市路跑社團近年來的積極推廣行銷下，有逐年增多蓬勃發展的趨勢，而且觀察跑者的運動跑齡也與國內近年來馬拉松運動推展的趨勢吻合，因此本研究推論跑者參賽意願和參賽人數的大幅增加與國內馬拉松的舉辦次數大幅增加具有相關性。

第二節 不同背景變項馬拉松跑者對參與動機之差異分析

本節所探討之主題是馬拉松跑者在「性別」、「年齡」、「教育程度」等不同背景，在參與動機構面中分析「自我展現」與「社會支持」之差異情形，進而瞭解不同背景變項，在馬拉松跑者參與動機中之差異情形。本研究將以獨立樣本 t 檢定 (independent t -test) 及獨立樣本單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 進行統計分析，若達顯著差異 ($p < .05$)，則以雪費事後比較方法 (Scheffe's Post Hoc Comparison) 進行事後比較。

一、研究結果

(一)不同性別的馬拉松跑者在參與動機上的差異情形

不同性別的馬拉松跑者對於參與動機進行獨立樣本 t 檢定，其結果如表 4-2 所示：無論男性或女性跑者在參與動機上並無顯著差異。從表 4-2 分析資料得知，不論男性或女性跑者對於參與動機之「自我展現」與「社會支持」構面皆傾向同意，其中以「自我展現」方面傾向的同意程度較高。

表 4-2

不同性別的馬拉松跑者在參與動機之獨立樣本 t 檢定摘要表 (n=391)

構面	性別	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
自我展現	男性	332	4.46	.47	1.59	.11
	女性	59	4.35	.51		
社會支持	男性	332	4.30	.55	.28	.78
	女性	59	4.28	.56		

(二)不同年齡層的馬拉松跑者在參與動機上的差異情形

不同年齡的馬拉松跑者對於參與動機進行單因子變異數分析，其結果如表 4-3 所示：不同年齡層的馬拉松跑者在參與動機上有顯著差異。從表 4-3 分析資料得知，不同年齡層的馬拉松跑者對於參與動機之「自我展現」與「社會支持」構面皆傾向同意，其中以「自我展現」方面傾向的同意程度較高。

表 4- 3

不同年齡層的馬拉松跑者在參與動機之描述統計表 (n=391)

構面	年齡	個數	平均數	標準差
自我展現	21-30 歲	61	4.34	.52
	31-40 歲	105	4.37	.49
	41-50 歲	117	4.52	.47
	51 歲以上	108	4.49	.43
社會支持	21-30 歲	61	4.29	.53
	31-40 歲	105	4.14	.56
	41-50 歲	117	4.36	.56
	51 歲以上	108	4.40	.51

另從表 4-4 中可以發現不同年齡層的馬拉松跑者在「自我展現」與「社會支持」方面，皆呈現顯著差異 ($F(3,387) = 3.08, p < .05$)及($F(3,387) = 4.85, p < .05$)。再進行 Scheffe 事後比較發現，31-40 歲者在社會支持方面是較 41-50 歲與 51 歲以上的跑者為低。由研究結果中得知，年齡層在 31-40 歲之間的跑者對於馬拉松參與動機的社會支持較其他年齡層平均值低。由於馬拉松運動舉辦的時間大都為週末假期，而 31-40 歲年齡者的跑者，正是家庭生活與事業工作的主要支持者，在休閒生活的規劃上，不免要兼顧家庭與事業等因素，因此研究結果也與實際情況相符。

表 4- 4

不同年齡層的馬拉松跑者在參與動機之變異數分析摘要表

構面	變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	事後比較
自我展現	組間	2.06	3	.69	3.08	
	組內	86.45	387	.22		
	總和	88.52	390			
社會支持	組間	4.23	3	1.41	4.85	B<C
	組內	112.48	387	.29		
	總和	116.70	390			

* $p < .05$ ，A 為 21-30 歲，B 為 31-40 歲，C 為 41-50 歲，D 為 51 歲以上。

(三)不同教育程度的馬拉松跑者在參與動機上的差異情形

不同教育程度的馬拉松跑者對於參與動機進行單因子變異數分析，其結果如表 4-5 所示：不同教育程度之馬拉松跑者在參與動機上之社會支持構面發現有顯著差異情形。從表 4-5 分析資料得知，不同教育程度之馬拉松跑者對於參與動機之「自我展現」與「社會支持」構面皆傾向同意，其中又以「自我展現」方面傾向的同意程度較高。

表 4-5

不同教育程度的馬拉松跑者在參與動機之描述統計表 (n=391)

構面	教育程度	個數	平均數	標準差
自我展現	國中及以下	23	4.50	.42
	高中(職)	67	4.45	.45
	大學(專)	190	4.48	.51
	研究所及以上	111	4.36	.43
社會支持	國中及以下	23	4.48	.41
	高中(職)	67	4.40	.50
	大學(專)	190	4.34	.57
	研究所及以上	111	4.14	.53

* $p < .05$ ，A 為國中及以下，B 為高中(職)，C 為大學(專)，D 為研究所及以上。

另從表 4-6 中可以發現不同教育程度的馬拉松跑者在參與動機之「社會支持」方面，呈現顯著差異($F(3,387) = 5.26, p < .05$)。再進行 Scheffe 事後比較後發現，高中(職)與大學(專)教育程度者在社會支持方面是較教育程度為研究所以上的馬拉松跑者為高。由研究結果可以得知，高中(職)與大學(專)者的馬拉松跑者對於馬拉松參與動機的社會支持程度，較研究所以上的馬拉松跑者為高。此外，透過平均數的比較結果，也呈現出馬拉松跑者的教育程度愈高，對社會支持愈低的情形。

表 4-6

不同教育程度的馬拉松跑者參與動機之變異數分析摘要表

構面	變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	事後比較
自我展現	組間	.98	3	.33	1.45	
	組內	87.53	387	.23		
	總和	88.52	390			
社會支持	組間	4.58	3	1.53	5.26	B>D
	組內	112.12	387	.29		C>D
	總和	116.70	390			

* $p < .05$, A 為國中及以下, B 為高中(職), C 為大學(專), D 為研究所及以上。

二、討論

本研究依據研究結果發現，馬拉松運動跑者在性別、年齡、教育程度等方面對參與動機之「自我展現」與「社會支持」構面均傾向同意程度，其中以「自我展現」方面傾向的同意程度較高，其次是「社會支持」，推論可能原因是馬拉松運動具有相當的挑戰性，要能成功完成長時間競賽，跑者平時必需付出相當多的時間與精力從事訓練工作，而訓練的成果也將在馬拉松競賽中進行驗收，出色的競賽成績除了彰顯跑者的成就，也是自我實現的最佳典範。

其次在「社會支持」構面，馬拉松跑者大都傾向同意，因為馬拉松不僅是耐久的體能運動，更能培養跑者樂觀堅毅的精神。馬拉松賽事在臺灣已逐漸成為重要的運動賽會，每年政府及民間社團皆投入相當的人力與物力，在各地辦理不同類型的馬拉松競賽，舉辦單位藉由馬拉松活動的舉行與參賽者進行交流與互動，以行銷地方人文、特色，提升城市在地觀光，有助於地方經濟的活絡。因此，馬拉松運動的社會支持是得到參與跑者普遍的認同。

不同性別的馬拉松跑者在參與動機之「自我展現」與「社會支持」方面，均無顯著差異，與先前相關文獻相符（林昌國與余幸秀，2007；蔡聰智、謝旻諺與曾淑平，2008；黃惠芝與張家銘，2008；邵雅卿，2010；蔡英美與王俊明，2010；陳業宏、陳餘鑒、李思慧，2012），顯示不論性別為何，由於馬拉松運動著重在跑者自我挑戰的特性，不會因男女性別之不同而影響參與動機。

不同年齡的馬拉松跑者在參與動機之「自我展現」與「社會支持」方面，皆呈現顯著差異，表示參與動機之「自我展現」與「社會支持」兩個構面，會因為跑者的年齡差異導致認知與評價之不同，與先前相關文獻相符（邵雅卿，2010；謝宗霖，2012）。林佳慧（2010）研究亦指出年齡愈高之跑者其參與長跑動機也愈強，且獲得較佳的社會支持，亦與本研究結果相符。隨著跑者年齡的增長與近年來運動養生概念的大力推廣，年紀較長的跑者對於運動健身與紓解生活壓力，明顯較年紀輕者有更多的參與動機與需求，況且馬拉松運動舉辦的時間大都為週末假期，且舉辦地點遍布全臺各地，參與者往來各縣市參與競賽，通常需要利用交通工具前往及支付住宿地點之費用，因此長期參與者通常需要具備一定的經濟基礎。而41-50歲與51歲以上的馬拉松跑者，因其家庭成員皆已獨立自主，且有穩定的工作事業支應生活開支，在休閒生活時間的規劃與選擇上，相較於其他年齡族群，有較少的阻礙因素，因此馬拉松跑者在獲得較佳的社會支持後，也會提升賽會參與動機，因此本研究結果也與實際情況相符。

不同教育程度的馬拉松跑者在參與動機之社會支持構面有顯著差異，與先前相關文獻相符（林佳慧，2010；邵雅卿，2010；謝宗霖，2012），顯示馬拉松跑者會因為教育程度之差異，導致參與動機之社會支持構面認知與評價之不同。由研究結果中亦得知，高中(職)與大學(專)者的馬拉松跑者獲得較佳的社會支持，高中(職)與大學(專)者的馬拉松跑者參與動機的社會支持構面較研究所以上的馬拉松跑者為高。此外，透過平均數比較，呈現出馬拉松跑者教育程度愈高，對社會支持構面愈低的情形，推論其原因教育程度愈高者，所受的教育與訓練愈多，對於社會支持的感受面可能來自其他社會經歷，且教育程度高者，也能夠多方面且邏輯性的判斷賽會服務品質的優劣，因此對於賽會所提供的服務與要求，可能較其他教育程度之跑者為高，因此社會支持構面之感受度較其他程度者為低。

由上述討論得知，不同背景的馬拉松跑者在參與動機各個構面上均呈現同意程度，顯示馬拉松運動已得到參與者普遍的認同與支持，由於馬拉松跑者的參與動機各有不同，也會因為參與者的特性給予不同的認知與評價，但在本研究中得知自我展現與社會支持是參與動機重要的構成因素，因此馬拉松賽事推展單位必需針對馬拉松跑者的參與動機進行賽事規劃，掌握馬拉松運動的核心價值，發揮行銷創意，進行差異化的賽事規劃，來贏得參與者的信賴，提升馬拉松跑者的參與動機。

第三節 不同背景變項馬拉松跑者對休閒效益之差異分析

本節所探討之主題是馬拉松跑者在「性別」、「年齡」、「教育程度」等不同背景，在休閒效益構面中分析「社交」、「心理」、「生理」之差異情形，進而瞭解不同背景變項，在馬拉松跑者休閒效益中之差異情形。本研究將以獨立樣本 *t* 檢定 (independent *t*-test) 及獨立樣本單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 進行統計分析，若達顯著差異 ($p < .05$)，則以雪費事後比較方法 (Scheffe's Post Hoc Comparison) 進行事後比較。

一、研究結果

(一)不同性別的馬拉松跑者在休閒效益上的差異情形

不同性別之馬拉松跑者對於休閒效益進行獨立樣本 *t* 檢定，其結果如表 4-7 所示：無論男性或女性跑者在休閒效益上並無顯著差異。從表 4-7 分析資料得知，不論男性或女性跑者對於休閒效益之「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」構面皆傾向同意，其中以「生理效益」方面傾向的同意程度較高。

表 4-7

不同性別的馬拉松跑者在休閒效益之獨立樣本 *t* 檢定摘要表 (n=391)

構面	性別	個數	平均數	標準差	<i>t</i> 值	<i>p</i> 值
社交效益	男性	332	4.27	.53	-.08	.94
	女性	59	4.28	.56		
心理效益	男性	332	4.30	.55	1.96	.05
	女性	59	4.15	.66		
生理效益	男性	332	4.51	.51	1.85	.07
	女性	59	4.38	.56		

(二)不同年齡層的馬拉松跑者在休閒效益上的差異情形

不同年齡之馬拉松跑者對於休閒效益進行單因子變異數分析，其結果如表 4-8 所示：不同年齡層之馬拉松跑者在休閒效益上並無顯著差異。從表 4-8 分析資料得知，不同年齡層之馬拉松跑者對於休閒效益之「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」構面皆傾向同意，其中以「生理效益」方面傾向的同意程度較高。

表 4-8

不同年齡層的馬拉松跑者在休閒效益之描述統計表 (n=391)

構面	年齡	個數	平均數	標準差
社交效益	21-30 歲	61	4.26	.51
	31-40 歲	105	4.21	.54
	41-50 歲	117	4.29	.55
	51 歲以上	108	4.32	.52
心理效益	21-30 歲	61	4.29	.57
	31-40 歲	105	4.22	.54
	41-50 歲	117	4.30	.57
	51 歲以上	108	4.31	.59
生理效益	21-30 歲	61	4.50	.52
	31-40 歲	105	4.45	.51
	41-50 歲	117	4.50	.53
	51 歲以上	108	4.52	.52

另從表 4-9 中可以發現不同年齡層的馬拉松跑者在「社交」、「心理」、「生理」方面，皆無顯著差異。由研究結果中得知，在各年齡層的生理效益構面之馬拉松跑者之平均數，相對於社交與心理構面程度為高。藉由馬拉松運動之參與能獲得不同程度的休閒體驗與感受，在生理效益方面，最常見明顯的變化為體重的減輕、肌耐力的提升及心肺功能的強化，進而達到預防心血管疾病的功效，增加人體對於疾病的抵抗力。雖然馬拉松運動對社交及心理構面也有促進作用，不僅能舒緩生活中的壓力，放鬆平日緊繃的心情，也能透過馬拉松活動與其他參與者進行互動，藉由共同的興趣與嗜好的交流，以拓展自己的社交生活圈。其中跑者最能感受到的明顯變化，則是來自於生理機能的強化與提升，因此本研究結果的呈現也與實際情況相符。

表 4-9

不同年齡層的馬拉松跑者休閒效益之變異數分析摘要表

構面	變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定
社交效益	組間	.79	3	.26	.92
	組內	109.89	387	.28	
	總和	110.68	390		
心理效益	組間	.57	3	.19	.59
	組內	124.63	387	.32	
	總和	125.20	390		
生理效益	組間	.35	3	.12	.43
	組內	104.57	387	.27	
	總和	104.91	390		

(三)不同教育程度的馬拉松跑者在休閒效益上的差異情形的同意程度較高。

不同教育程度之馬拉松跑者對於休閒效益進行單因子變異數分析，其結果如表 4-10 所示：不同教育程度之馬拉松跑者在休閒效益之社交效益構面有顯著差異。從表 4-10 分析資料得知，不同教育程度之馬拉松跑者對於休閒效益之「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」方面構面皆傾向同意，其中以「生理效益」方面傾向

不同教育程度的馬拉松跑者在休閒效益之描述統計表

(n=391)

構面	教育程度	個數	平均數	標準差
社交效益	國中及以下	23	4.38	.44
	高中(職)	67	4.34	.49
	大學(專)	190	4.31	.54
	研究所及以上	111	4.14	.55
心理效益	國中及以下	23	4.36	.46
	高中(職)	67	4.32	.55

(續下頁)

表 4- 10

不同教育程度的馬拉松跑者在休閒效益之描述統計表(續) (n = 391)

構面	教育程度	個數	平均數	標準差
心理效益	大學(專)	190	4.32	.60
	研究所及以上	111	4.17	.53
生理效益	國中及以下	23	4.58	.46
	高中(職)	67	4.49	.52
	大學(專)	190	4.51	.55
	研究所及以上	111	4.44	.48

另從表 4-11 中可以發現不同教育程度的馬拉松跑者在「社交效益」方面，呈現顯著差異 ($F(3,387) = 3.55, p < .05$)。再進行 Scheffe 事後比較後發現，大學(專)者在社交效益方面是較研究所以上的馬拉松跑者為高。由研究結果中得知，大學(專)者的馬拉松跑者對於馬拉松休閒效益的社交效益較研究所以上的馬拉松跑者為高。另透過平均數比較，得知不管馬拉松跑者教育程度為何，其對休閒效益構面之生理效益感受度最高。

表 4- 11

不同教育程度的馬拉松跑者休閒效益之變異數分析摘要表

構面	變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	事後比較
社交效益	組間	2.97	3	.99	3.55	C>D
	組內	107.71	387	.28		
	總和	110.68	390			
心理效益	組間	1.88	3	.63	1.97	
	組內	123.31	387	.32		
	總和	125.20	390			
生理效益	組間	.56	3	.19	.69	
	組內	104.35	387	.27		
	總和	104.91	390			

* $p < .05$ ，A 為國中及以下，B 為高中(職)，C 為大學(專)，D 為研究所及以上。

二、討論

本研究依據研究結果發現，馬拉松運動跑者在性別、年齡、教育程度等方面對休閒效益之「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」構面均傾向同意程度，其中以「生理效益」方面傾向的同意程度較高，其次是「心理效益」，最後則是「社交效益」。推論可能原因是跑者要參與馬拉松運動前，需具備一定的體力、肌耐力與心肺能力，才能完成具有相當挑戰性的競賽，馬拉松跑者平時必需自主進行體能鍛練，而最能看出各項訓練的成果指標之一，就是跑者體能狀況的提升，因此本研究結果也與實際情形相符。

其次在「心理效益」構面，馬拉松跑者透過跑步和自己的身體對話，就能夠確切的掌握自己的身體狀況，也藉由跑步掌握到自己的生活步調，跑步一種信仰，一種生活態度，也是身心靈的修行，跑者藉由馬拉松來激勵自己持續不斷地跑步，形成馬拉松者跑者的生活型態。此外，跑者強化後的心理抗壓性與挫折容忍力，也體現出馬拉松運動的附加價值，馬拉松運動讓跑者獲得自信心與成就感，也完成跑者內心深處之自我實現。

最後在「社交效益」構面上，由於馬拉松競賽的特性，只有少部分的菁英跑者是在追求個人成績的突破，而大部分業餘跑者是藉由馬拉松來達成休閒的目的，也因為馬拉松是強調以個人挑戰為主的運動，大部分的跑者係以時限內完成競賽為主要目標，因此在賽事進行的過程中，經常可發現馬拉松跑者彼此間的互動頻繁，且在競賽過程中，跑者經常透過彼此間的談話、協助，而與其他跑者進行交流，進而達到聯繫情感及擴大人際關係的社交效益。

不同性別的馬拉松跑者在休閒效益之「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」構面，均無顯著差異，與先前相關文獻相符（林偉立與林春鳳，2011；郭正德，2011），由於馬拉松運動的特性，完成挑戰需要較長的競賽時間，跑友在比賽過程中相互交流，促進彼此友誼與維繫情感，跑者在完成具挑戰性競賽的同時，也滿足自身的成就感，感受深刻的休閒效益。在本研究中顯示不論性別為何，不會因男女性別之不同而影響休閒效益。

不同年齡層的馬拉松跑者在「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」方面，皆無顯著差異，與先前相關文獻相符（簡彩完與黃長發，2010；郭正德，2011）。郭正德（2011）認為年齡在休閒效益的各個構面未達顯著水準，表示各個年齡層的

參與者在休閒效益上感受相當，亦與本研究結果相符。跑者參與休閒活動即是休閒益處，休閒活動不僅帶來身心健康、生活滿意、個人成長等方面之利益，跑者從參與休閒活動的過程中，也可獲得種種休閒效益，都將有助於身心狀態之改善，提升生活滿意度，進而擁有較佳的生活品質。不同年齡層的跑者，在休閒生活時間的規劃上，自然會有不同的選擇，譬如需要考量自身的體力、能力與是否有較少的阻礙因素。黃文卿、陳玉清、林晏州（2007）指出，跑者參與馬拉松活動所獲得之各種休閒效益，均達到正面效益，也認同參與馬拉松活動能培養挑戰性、維持健康體能、紓解生活壓力與心情愉快。陳春安（2011）認為挑戰及正面情緒愈高，都與路跑參與者的生理、心理、社交效益呈現正向相關，而且跑者擁有明確的目標，對生理、心理、社交效益也有顯著相關性。吳水丕與柯幸宜（2012）認為運動前後，對心理健康有顯著效應，在參與運動前後，身體的健康狀態也有顯著效應，因此，本研究推論不同年齡層的馬拉松跑者在「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」構面，皆會因為參與情況的差異，而獲得不同程度的正面效益，本研究結果也與實際情況相符。

不同教育程度的馬拉松跑者在休閒效益之社交效益構面有顯著差異，與先前相關文獻相符（王怡菁，2010；簡彩完與黃長發，2010；邵雅卿，2010；郭正德，2011），顯示馬拉松跑者會因為教育程度之差異，導致休閒效益之社交效益構面認知與評價之不同。由研究結果中得知，大學(專)者的馬拉松跑者對於馬拉松休閒效益的社交效益較研究所以上的馬拉松跑者為高。此外，透過平均數比較，得知不管馬拉松跑者教育程度為何，其對休閒效益構面之生理效益感受度最高。林偉立與林春鳳（2011）研究發現不同教育程度的參與者，在整體休閒效益及社交效益達顯著差異。黃任閔與林一貞（2011）在休閒效益的研究中，發現活動參與者其認同度最高為「生理效益」，其次為「社交效益」，最低為「心理效益」，此外社會心理涉入和休閒效益具有顯著關連性，因此本研究推論研究所以上的跑者，平日生活所涉及的層級與領域較大學(專)者的馬拉松跑者廣泛，因此對於馬拉松社交效益的感受程度較低，研究所以上的跑者在社交效益方面，可能在其他社會事務上，尋求替代性與補償性，所以才會對馬拉松的社交效益感受較不深刻。

由上述討論得知，不同背景的馬拉松跑者在休閒效益之各個構面上均呈現同意程度，顯示馬拉松跑者也寄望於參與休閒活動的過程中，獲得良好的休閒效益，跑

者藉由持續規律的參與馬拉松活動，以建立良好的運動習慣，也基於對馬拉松運動的熱愛與共同興趣的結合，跑者經常組成各種類型的路跑社團，並且藉由社團活動的持續參與，如例行性的團練、聚會、競賽以維繫彼此間的情感，參與馬拉松運動所帶來的休閒效益不勝枚舉，且在本研究中的「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」構面也僅是較為普遍的分類，無法涵括所有運動有關的休閒效益。「辛苦耕耘，便能歡喜收穫」，跑者能持續不間斷地完成馬拉松挑戰，所帶來的人生智慧與啟示，是在於持續規律的養成良好的運動習慣，更藉由持續不斷地鍛鍊與反思，培養自我的持續力與專注力，讓跑者對事物的觀察敏銳，邏輯思維清晰，培養人文關懷的思維與樂觀堅毅的人生觀，在人生的漫漫長路中，構建出獨具個人特質的生活型態，在馬拉松運動參與的過程中，就能從中感受到快樂、溫暖，汲取馬拉松的能量與熱情，進而透過服務與互動傳遞給他人更多快樂。

第四節 不同背景變項馬拉松跑者對滿意度之差異分析

本節所探討之主題是馬拉松跑者在「性別」、「年齡」、「教育程度」等不同背景，在滿意度構面中分析「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」之差異情形，進而瞭解不同背景變項，在馬拉松跑者滿意度中之差異情形。本研究將以獨立樣本 t 檢定 (independent t-test) 及獨立樣本單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 進行統計分析，若達顯著差異 ($p < .05$)，則以雪費事後比較方法 (Scheffe's Post Hoc Comparison) 進行事後比較。

一、研究結果

(一)不同性別的馬拉松跑者在滿意度上的差異情形

不同性別之馬拉松跑者對於滿意度進行獨立樣本 t 檢定，其結果如表 4-12 所示：無論男性或女性跑者在滿意度上並無顯著差異。從表 4-12 分析資料得知，不論男性或女性跑者對於滿意度之「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」構面皆傾向同意，其中以「品質因素」構面傾向的同意程度較高、「服務因素」構面次之、最低為「身心因素」構面。

表 4- 12

不同性別的馬拉松跑者在滿意度之獨立樣本 *t* 檢定摘要表 (n=391)

構面	性別	個數	平均數	標準差	<i>t</i> 值	<i>p</i> 值
服務因素	男性	332	4.21	.59	1.45	.15
	女性	59	4.09	.51		
品質因素	男性	332	4.36	.53	1.95	.05
	女性	59	4.22	.52		
身心因素	男性	332	4.08	.65	1.50	.13
	女性	59	3.94	.57		

(二)不同年齡層的馬拉松跑者在滿意度上的差異情形

不同年齡層跑者對於滿意度進行單因子變異數分析，其結果如表 4-13 所示：在滿意度上並無顯著差異。不同年齡層跑者對於滿意度之服務、品質、身心構面皆傾向同意，其中以「品質」因素傾向同意程度較高、服務因素次之、最低為身心因素。

表 4- 13

不同年齡層的馬拉松跑者在滿意度之描述統計表 (n=391)

構面	年齡	個數	平均數	標準差
服務因素	21-30 歲	61	4.14	.56
	31-40 歲	105	4.10	.58
	41-50 歲	117	4.24	.56
	51 歲以上	108	4.25	.59
品質因素	21-30 歲	61	4.38	.56
	31-40 歲	105	4.30	.53
	41-50 歲	117	4.35	.53
	51 歲以上	108	4.35	.51
身心因素	21-30 歲	61	4.06	.63
	31-40 歲	105	4.03	.66
	41-50 歲	117	4.08	.62
	51 歲以上	108	4.07	.66

從表 4-14 中發現不同年齡層的馬拉松跑者在「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」等構面，皆無顯著差異。由研究結果中得知，在各年齡層馬拉松跑者的「品質因素」構面平均數，相對於「服務因素」與「身心因素」構面程度為高。可見馬拉松跑者對於賽會品質及服務效率的重視，臺灣目前馬拉松賽事舉辦頻繁，隨著跑者參賽經驗增多，相對地也會以較嚴謹的標準去評價賽事，良好的賽會評價，也是跑者是否會再次參與的重要考量因素。此外，賽會承辦單位應該重視任務分工、任務編組明確，以確保各項賽會工作皆能鉅細靡遺地完成，對於賽事重要的環節的疏漏，以及良窳不齊的賽事品質，將導致嚴厲地批評與指責，也讓熱情參與的跑者感到失望。

表 4-14

不同年齡層的馬拉松跑者滿意度之變異數分析摘要表

構面	變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定
服務因素	組間	1.62	3	.54	1.64
	組內	127.75	387	.33	
	總和	129.37	390		
品質因素	組間	.29	3	.10	.35
	組內	108.58	387	.28	
	總和	108.88	390		
身心因素	組間	.16	3	.05	.13
	組內	159.93	387	.41	
	總和	160.09	390		

(三)不同教育程度的馬拉松跑者在滿意度上的差異情形

不同教育程度的馬拉松跑者對於滿意度進行單因子變異數分析，其結果如表 4-15 所示：不同教育程度之馬拉松跑者在「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」等構面，皆無顯著差異。從表 4-15 分析資料得知，不同教育程度之馬拉松跑者對於滿意度之「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」構面皆傾向同意，其中以「品質因素」方面傾向的同意程度較高。

表 4- 15

不同教育程度的馬拉松跑者在滿意度之描述統計表 (n=391)

構面	教育程度	個數	平均數	標準差
服務因素	國中及以下	23	4.37	.48
	高中(職)	67	4.20	.52
	大學(專)	190	4.20	.59
	研究所及以上	111	4.12	.59
品質因素	國中及以下	23	4.45	.48
	高中(職)	67	4.25	.53
	大學(專)	190	4.37	.54
	研究所及以上	111	4.32	.51
身心因素	國中及以下	23	4.03	.56
	高中(職)	67	4.04	.63
	大學(專)	190	4.13	.64
	研究所及以上	111	3.95	.66

另從表 4-16 中可以發現不同教育程度的馬拉松跑者在滿意度之「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」等構面，皆無顯著差異。由研究結果中得知，馬拉松跑者在滿意度之「身心因素」構面最低，推論其原因可能是，選手較在意賽會規劃的完善、整體的賽事流暢及良好的服務效率、即時解決跑者問題等方面，所以對於身心因素的知覺與評價感受度較平均值為低。

表 4- 16

不同教育程度的馬拉松跑者滿意度之變異數分析表

構面	變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定
服務因素	組間	1.24	3	.41	1.25
	組內	128.12	387	.33	
	總和	129.37	390		

(續下頁)

表 4- 16

不同教育程度的馬拉松跑者滿意度之變異數分析表(續)

構面	變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定
品質因素	組間	.99	3	.33	1.19
	組內	107.88	387	.28	
	總和	108.88	390		
身心因素	組間	2.28	3	.76	1.87
	組內	157.80	387	.41	
	總和	160.09	390		

二、討論

本研究結果發現，馬拉松運動跑者在性別、年齡、教育程度等方面對滿意度之「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」等構面均傾向同意程度，其中以「品質因素」方面傾向的同意程度較高，其次是「服務因素」，最後則是「身心因素」。馬拉松運動在臺灣各縣市路跑社團的積極推廣行銷下，有逐年增多蓬勃發展的趨勢，但是也逐漸發現有承辦單位因缺乏經驗與執行缺失，導致賽事品質良窳不齊，譬如路線規劃不佳、補給站缺水，物資供給不足、選手塞車無法進入會場等問題，都曾經在馬拉松的競賽過程中發生過，諸多的賽會缺失不僅遭到為數眾多的跑者批評與指責，也突顯了為馬拉松運動品質把關的重要性，臺灣目前並沒有專責主管單位為馬拉松賽事進行審核，馬拉松承辦單位辦理賽事的品質優劣，全憑跑者個人知覺感受與網路上的公開討論。因此，從鼓勵全民自發性參與休閒運動，提升國人生活品質，且順勢推廣馬拉松運動的思維，地方政府與體育主管單位應就賽事的協助與掛名承辦，有較為嚴謹的審核、督考機制，除了能為馬拉松運動的品質做好把關的機制，也能保障馬拉松跑者的參賽權益。

其次在「服務因素」構面，在本次櫻花馬拉松賽後檢討會議，承辦單位也針對賽會進行中的幾項缺失提出改善建議，譬如報名人數總量限制，過多的參賽人數，會造成人潮阻塞賽道，跑者短時間內來不及疏散，將會造成菁英選手受到一般選手的干擾與影響。本研究也發現，在交通管制方面是本次賽會選手滿意度平均值較低

的部分，分析其原因在於競賽會場週邊的停車位不足，公告牌設置與吊掛、交管人員就位、交通接駁等諸多問題，都需要有專業考量與溝通聯繫，且管制交通的志工也需熟悉會場週邊路況，對於交通引導及停車資訊，都要有一定程度的認知與瞭解。其次，在本次賽會中也出現水站缺水的嚴重問題，經過分析檢討發現，本次賽會準備的水量只適合氣溫 14~20°C 晴朗天氣的賽事，如遭遇氣溫急速上升的狀況，跑者的用水量將超出原本的準備數量，加上賽道位於山區，水站人員也無法臨時找到商家進行緊急補給，因此預備相當數量補給用水，置於機動補給貨車上，以備不時之需有其必要性，綜上所述，承辦單位解決問題的能力，能夠突顯團隊服務的效率。

不同性別的馬拉松跑者無論男性或女性跑者在滿意度上並無顯著差異。與先前相關文獻相符（黃惠芝與張家銘，2008；蔡英美與王俊明，2010）。此外，不論男性或女性跑者對於滿意度之「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」構面皆傾向同意，其中以「品質因素」構面傾向的同意程度較高。張家銘（2006）認為參與動機會顯著影響參與滿意度，也會影響其參與忠誠度，最後參與者之參與滿意度會顯著影響其參與忠誠度，因此馬拉松賽會承辦單位要能深入瞭解參與者之行為模式，進而滿足跑者之需求，是賽會能吸引跑者持續參與的重要因素。

不同年齡層的馬拉松跑者在在滿意度之「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」等構面，皆無顯著差異，與先前相關文獻相符（張家銘，2006；黃惠芝與張家銘，2008）。呂謙（2005）認為賽會的行銷宣傳、報名手續對賽前規劃，路線指引對比賽執行，成績查核對賽會服務之直接影響最高。邱榮基與畢璐鑾（2008）則強調賽會服務品質之互動與滿意度之宣傳、路線與符合期待之關係相當密切，顯示這些因素都會互相影響，進而會影響賽會服務品質、執行績效與滿意度，更是賽會舉辦成敗的關鍵因素。因此，要成就一場經典的馬拉松賽事，不僅賽前規劃、賽中執行、賽後服務都需要工作人員鉅細靡遺地進行整備，在現今凡事講究以消費者需求為服務導向的社會中，都要以跑者的立場與角度來進行賽事規劃，而馬拉松賽事舉辦的優劣，將在所有跑者的親身體驗後一一呈現。

不同教育程度的馬拉松跑者在滿意度之「服務因素」、「品質因素」、「身心因素」等構面，皆無顯著差異，與先前相關文獻相符（張家銘，2006；蔡聰智、謝旻諺與曾淑平，2008）。2013 年北馬櫻花馬拉松是新北市馬拉松協會在雙溪區舉行的第五次馬拉松競賽，由於主辦單位長期以來對馬拉松路跑運動的關注與推廣，且

擁有豐富的賽事承辦經驗，加上熱心志工及路跑團體的協助，本次賽會備受跑友的支持與愛戴，反應在報名人數上的狀況，就是全馬及半馬跑者超過 7000 多人，由於本屆賽事湧入大量的參賽跑者，也成為主辦單位承辦賽事以來最大的挑戰，主辦單位為確保最佳的賽事品質，事前進行詳細的任務工作編組，競賽過程中也投注大量的志工協助賽會的順利進行，賽後並由各任務編組及主要幹部成員，針對 2013 櫻花馬的優劣缺失召開檢討會，提出改善及配套措施。

在本研究中發現，本次賽會中的交通管制、停車規劃、整體消費價格、休息站配駐醫護人員及比賽起訖時間等因素，在整體滿意度上，跑者的感受與評價是較總體平均值為低，因此本研究建議馬拉松承辦單位，在賽事的籌辦過程中，便要考量活動會場的停車便利性，並在比賽前就要提供跑者詳細的停車資訊，因為本次賽事的舉辦地點雙溪區處於新北市的邊陲地帶，且大眾運輸工具只有火車能提供快速便捷的運輸服務，導致參賽者大都選擇自行開車前往會場，然而，比賽會場週邊並無大量的停車空間，較晚到達的參賽者幾乎無法順利找到停車位置。

其次在活動結束後，選手在同一時間湧向雙溪火車站，也造成往臺北方向的火車滿載，許多跑者被迫要在火車站苦候多時，這是造成本次賽事滿意度偏低的重要因素。因此，針對偏遠地點所舉辦的馬拉松賽事，本研究建議在交通運輸方面，應儘可能提供接駁車輛服務，若鄰近有火車站，承辦單位要派員主動協調臺鐵，在去回程的火車上加掛車廂，以方便跑者能利用大眾運輸工具，儘速且安全的返家休息。

跑者的休閒體驗與滿意度可決定活動服務的價值，簡彩完與黃長發（2010）認為在體驗價值、顧客滿意度與休閒效益三者間，是具有正相關情形存在，讓參與者休閒體驗中獲得深刻的感受與體驗提升滿意度，並創造出良好的休閒效益。就整體而言，不同背景的馬拉松跑者在滿意度之各個構面上均呈現同意程度，北馬櫻花馬拉松，對於跑者的休閒需求及地方經濟產業與行銷地方特色方面，的確產生相當大的助益，從本研究中也顯示馬拉松跑者在從事馬拉松競賽的活動過程中，獲得良好休閒感受，從事馬拉松活動能獲得各種正面的休閒效益，跑者也大都認同參與馬拉松活動的最大休閒效益為維持健康體能、紓解生活壓力與心情愉快，也能獲得成就感，提升個人自信心，由此可知一場成功的馬拉松競賽，端視承辦單位是否準確地掌握活動的宗旨與目標、詳細的規劃活動內容，並提供妥善的賽事服務，進而提升馬拉松跑者的整體滿意度與未來參賽意願。

第五節 參與動機、休閒效益與滿意度之現況與相關分析

本節運用皮爾森 (Pearson) 積差相關分析，來探討馬拉松跑者參與動機 (自我展現與社會支持)、休閒效益 (社交效益、心理效益、生理效益) 與滿意度 (服務因素、品質因素、身心因素) 之相關，茲將結果說明如下。

一、研究結果

本研究將馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度經皮爾森積差相關分析後，結果如表 4-17 所示。

表 4-17

馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之相關分析表

變項	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8
1.自我展現	4.44	.48								
2.社會支持	4.30	.55	.81*							
3.社交效益	4.27	.53	.73*	.83*						
4.心理效益	4.28	.57	.76*	.78*	.77*					
5.生理效益	4.49	.52	.72*	.69*	.66*	.72*				
6.服務因素	4.19	.58	.49*	.54*	.52*	.54*	.49*			
7.品質因素	4.34	.53	.68*	.65*	.65*	.73*	.70*	.61*		
8.身心因素	4.06	.64	.46*	.56*	.51*	.56*	.43*	.66*	.56*	

邱皓政 (2010) 指出相關係數絕對值小於.40 為低度相關，.40~.69 之間為中度相關，.70 以上為高度相關，從本研究結果顯示：馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度皆達顯著相關 ($p < .05$)。

從表 4-17 得知：參與動機之自我展現與社會支持構面與休閒效益之社交效益、心理效益、生理效益構面與滿意度皆呈現顯著的中度正相關，研究結果與先前的相關文獻 (張家銘，2006；林昌國與余幸秀，2007；黃文卿、陳玉清、林晏州，2007；蔡英美與王俊明，2010；王怡菁，2010) 相符。其中參與動機構面「自我展現」及「社會支持」與滿意度構面「品質因素」相關程度最高，相關係數分別為.68、.65；

休閒效益構面之「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」也與滿意度構面之「品質因素」相關程度達到最高，相關係數分別為.65、.73、.70，其中又以「心理效益」與滿意度構面之「品質因素」相關性最高。

二、討論

參與動機是種多維度的構面，在不同的活動項目與方式，其實都會影響到動機之測量構面及題目內容，在本研究中參與動機、休閒效益的各構面間，均有明顯的相關性。滿意度構面中，各項目的因素彼此間，亦呈現明顯相關性，其中又以參與動機中之「自我展現」項目與滿意度之「品質因素」相關性最高，表示要讓馬拉松跑者提升滿意度，首先必須維持賽事品質在水準之上，讓跑者的知覺感受良好並且在賽後給與肯定的賽事評價，讓優質的馬拉松運動成為跑者心目中的最佳選擇，在臺灣目前趨於蓬勃發展的馬拉松運動市場，要建立與維持一定的口碑需要經年累月的時間付出與團隊努力，才能成就一場經典賽事，獲選為跑者年度最想參與賽事，這也體現出馬拉松運動的可貴，就如同世界五大經典馬拉松賽事，必定有它的特殊淵源、地區文化、人文特色，才能獲得眾多跑者與城市居民的踴躍參與和支持，也才能奠定其不朽根基，成為馬拉松賽事的典範。

綜合上述資料的呈現與討論，可以發現馬拉松跑者的參與動機與休閒效益與滿意度間具顯著相關性，馬拉松跑者在各個構面中尤其重視賽會之品質因素，卓越的效率、品質、服務與跑者回應，是評價一個賽事承辦單位，是否以嚴肅、謹慎的態度進行賽事的籌備工作，在本研究從品質因素的受跑者重視的程度中，也可以了解到很多賽事準備工作所要掌握的關鍵因素。

第六節 參與動機與休閒效益對於滿意度之預測分析

本節探討馬拉松跑者參與動機、休閒效益對於滿意度之預測情形。其中以馬拉松跑者的平均每年參與馬拉松次數、今年參與馬拉松次數、馬拉松運動跑齡、自我展現、社會支持、社交效益、心理效益與生理效益等8個變項為自變項，分別以滿意度之服務、品質、身心構面為依變項，應用一般多元迴歸分析，分析結果如下說明。

一、研究結果

馬拉松跑者參與動機、休閒效益對滿意度「服務」構面的分析結果如表 4-18 所示，其中參與動機的「社會支持」構面與休閒效益的「心理」構面對滿意度「服務」構面有顯著的預測力 ($F(8,382) = 24.66, p < .05$)，解釋變異量為 34%，而「每年次數」、「今年次數」、「跑齡」與參與動機的「自我展現」構面及休閒效益的「社交」與「生理」構面則不顯著。

表 4-18

馬拉松跑者參與動機、休閒效益對服務構面之迴歸分析表

	未標準化係數		標準化係數	t 值	p 值
	B 之估計值	標準誤	Beta 分配		
常數	1.28	.24		5.28	.00
每年次數	.00	.00	.00	.07	.95
今年次數	-.04	.03	-.06	-1.15	.25
跑齡	.00	.00	.01	.13	.90
自我展現	.03	.10	.03	.33	.74
社會支持	.20	.10	.19	2.11*	.04
社交	.12	.09	.11	1.39	.17
心理	.20	.08	.20	2.58*	.01
生理	.14	.07	.12	1.85	.07
R 值	R 平方值	調整過後的 R 平方值		F 值	
.58	.34	.33		24.66	

* $p < .05$

馬拉松跑者參與動機、休閒效益對滿意度「品質」構面的分析結果如表 4-19 所示，其中參與動機的「自我展現」構面與休閒效益的「心理」、「生理」構面對滿意度「品質」構面有顯著預測力 ($F(8,382) = 75.20, p < .05$)，解釋變異量為 61%，而「每年次數」、「今年次數」、「跑齡」與參與動機的「社會支持」構面及休閒效益的「社交」構面則不顯著。

表 4- 19

馬拉松跑者參與動機、休閒效益對品質構面之迴歸分析表

	未標準化係數		標準化係數	<i>t</i> 值	<i>p</i> 值
	<i>B</i> 之估計值	標準誤	Beta 分配		
常數	.58	.17		3.41	.00
每年次數	-.00	.00	-.03	-.68	.50
今年次數	-.03	.02	-.05	-1.26	.21
跑齡	-.00	.00	-.03	-.85	.40
自我展現	.18	.07	.17	2.70*	.01
社會支持	-.01	.07	-.01	-.17	.86
社交	.11	.06	.11	1.76	.08
心理	.30	.06	.33	5.48*	.00
生理	.30	.05	.29	5.79*	.00
R 值	R 平方值	調整過後的 R 平方值		<i>F</i> 值	
.78	.61	.60		75.20	

* $p < .05$

由上述滿意度品質構面之迴歸分析表得知，賽會品質構面對跑者的參與動機與休閒效益有相當高的預測力，優異的賽會品質對增加跑者參賽意願，提高運動休閒效益都有相當程度的助益，因此賽會主辦單位針對馬拉松路線的規劃與設計要格外用心，配合良好的交通管制與疏導計畫，提供充裕且多樣化的補給物品，加強工作人員的專業訓練，以便能快速地回應處理跑者需求，都與提升賽會品質息息相關，這些因素都會影響賽會服務品質、執行績效與滿意度，也是賽會舉辦成敗的關鍵。

馬拉松跑者參與動機、休閒效益對滿意度「身心」構面的分析結果如表4-20所示，其中參與動機的「社會支持」構面與休閒效益的「心理」構面對滿意度「身心」構面有顯著的預測力 ($F(8,382) = 27.47, p < .05$)，解釋變異量為37%，而「每年次數」、「今年次數」、「跑齡」與參與動機的「自我展現」構面及休閒效益的「社交」、「生理」構面則不顯著。

表 4- 20

馬拉松跑者參與動機、休閒效益對身心構面之迴歸分析表

	未標準化係數		標準化係數	<i>t</i> 值	<i>p</i> 值
	<i>B</i> 之估計值	標準誤	Beta 分配		
常數	1.19	.26		4.50	.00
每年次數	.00	.00	.03	.65	.51
今年次數	-.06	.04	-.08	-1.60	.11
跑齡	-.01	.01	-.04	-.95	.35
自我展現	-.13	.11	-.09	-1.18	.24
社會支持	.41	.10	.35	3.92*	.00
社交	.05	.09	.04	.56	.58
心理	.40	.09	.36	4.71*	.00
生理	-.03	.08	-.02	-.36	.72
R 值	R 平方值	調整過後的 R 平方值		<i>F</i> 值	
.60	.37	.35		27.47	

* $p < .05$

二、討論

由上述研究結果顯示，馬拉松跑者參與動機之自我展現與社會支持程度愈高，對於休閒效益之心理效益與生理效益之程度就愈高，亦即「自我展現」、「社會支持」、「心理」、「生理」等 4 個變項對於滿意度有顯著的預測能力，即當馬拉松跑者的參與動機愈高，感受到的休閒效益愈多，對於賽會滿意度的程度也會有所提升，此結果與先前文獻的發現相符（呂惠富，2008；林佳慧，2010；林偉立與林春鳳，2011；謝宗霖，2012），運動參與動機是維持恆常運動的重要關鍵，當動機越具體明確時，越容易養成良好的運動習慣，且從事休閒活動參與動機愈高，所呈現休閒效益程度也愈高，馬拉松跑者的參與動機愈強烈，也容易獲得較佳的休閒效益，對於賽會的知覺感受與滿意度也會有所提升，推薦其他跑者參與賽會並給予正面口碑行為的意願就越高。

馬拉松具有自我展現及運動健身功能，能讓跑者感到身心愉悅，是跑者產生參與動機的重要因素，具有正面休閒效益，參與者普遍認同參與馬拉松運動的休閒效益包括培養挑戰性、維持健康體能、紓解生活壓力與心情愉快，此外在獲得成就感、多瞭解周遭事物、增進活動技巧等方面也有助益，馬拉松運動讓跑者獲得深刻感受與體驗，有助於滿意度的提升，並創造出良好的休閒效益。因此跑者參與動機、休閒效益與滿意度是有顯著的相關性，參與動機、休閒效益會影響滿意度，此結果與先前文獻的發現相符（張家銘，2006；林昌國與余幸秀，2007；黃文卿、陳玉清、林晏州，2007 黃惠芝與張家銘，2008；王怡菁，2010）。

馬拉松跑者的參與動機、休閒效益會影響到跑者對賽會滿意度的評價及未來是否會再次參與賽會的意願，馬拉松推展單位要提高跑者的參與動機與休閒效益，可藉由增加跑者的自我展現誘因與社會支持因素，因此，賽會承辦單位與人員的專業素養及賽會流程規劃就顯得非常重要，能突顯與符合跑者個人特色的設計規劃，譬如，製作客製化的創意參賽號碼布、符合賽會主題特色的完賽獎牌、個人化的完賽證書，以突顯跑者個人之完賽成就感；此外，透過異業結盟，在會場週邊舉辦運動商品展售會、聯合地區居民進行特色商品販售，或是舉辦園遊會性質的活動，不但方便跑者能夠攜家帶眷的前往參與賽會，也讓在會場等候的家人、朋友，可利用時間選購有需要的商品，對提升當地的觀光行銷與經濟也有所助益，營造賽會整體地愉快氣氛，讓跑者與眷屬樂意一同參與馬拉松賽會，跑者在參賽的同時除了獲得健康也擁有家庭幸福，進而對賽會產生歸屬感及信賴感，馬拉松賽會要符合跑者心中期待與需求，跑者參與率與賽會滿意度自然會大幅提升。

為鼓勵跑者養成固定運動觀念，馬拉松賽事亦可推出各項優惠措施，如萬金石馬拉松及櫻花馬拉松的連續五年參賽 VIP 不收報名費的優待，增加跑者參與優質馬拉松賽會的誘因，目前臺灣各地路跑社團所推出的馬拉松賽會，分為各種不同的類型，有與地方文化結合的拜年馬拉松系列、為推廣地方產業與當地商家合併舉辦的古坑馬拉松、有挑戰自我極限的南橫超級馬拉松、結合週休二日的關山二日馬、在夜間舉辦的星光馬拉松等各種不同的賽會型式，近年來的馬拉松舉辦類型亦趨於趣味化、多元化。馬拉松賽事推展單位應掌握馬拉松運動的核心價值，發揮行銷創意進行差異化的賽事規劃，便能透過參與過的跑者進行口碑宣傳，推薦更多的新跑者加入運動行列。

綜整本章的研究結果，本研究認為參與動機與休閒效益在賽會滿意度上是極為重要的關鍵因素，主辦單位要有提升賽會競爭優勢的重要理念，要創造賽會服務的差異化與特色化，首先是發揮積極的行銷創意，結合志工人員的熱忱服務，而且要善用網路科技，提供快速便捷的報名機制，相關的賽會交通、住宿等資訊，也要讓跑者都透過網路連結查詢，不但節省承辦單位大量人力，不必費心處理報名郵件等雜務，更能有效提升各項行政效率，主辦馬拉松運動單位透過網路科技的大量運用能讓賽事更具有競爭力，各項便利的新措施，讓參與賽事人數能大幅提升，也帶動臺灣馬拉松運動的蓬勃發展，馬拉松運動推展策略之良窳與跑者參賽意願與參賽人數具有顯著相關性，瞭解馬拉松跑者的休閒參與動機，行銷規劃特色化賽事，推展全民參與休閒運動，能夠提升國人運動生活品質，進而建立賽會優質的品牌形象與滿意度。

第五章 結論與建議

本章旨在依據結果與討論，提出結論與建議。本研究透過問卷調查與分析，來瞭解馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之情形，分析不同背景變項馬拉松跑者在參與動機、休閒效益與滿意度的差異情形，探討馬拉松跑者在參與動機、休閒效益與滿意度的相關情形，最後則分析馬拉松跑者的參與動機、休閒效益對滿意度之預測力。本章共分為兩節，第一節為結論，第二節為建議。

第一節 結論

一、馬拉松跑者之特性與現況

馬拉松賽事的參與者以男性跑者居多，年齡層以 41-50 歲者最多，顯示馬拉松運動的參與者以中高齡的跑者居多，教育程度以大學（專）程度者最多，是屬於高學歷的族群，收入方面大多在 30,001-40,000 元，職業以工商服務業者居多，顯示馬拉松的參與者大多數為中產階級，因此馬拉松賽事的推展單位可以針對跑者的特性來規劃賽事。

跑者平均每年參與馬拉松次數方面，以 1-5 次者最多，顯示隨著國內馬拉松賽事的蓬勃發展，跑者會選擇參與不同場次的馬拉松競賽，在馬拉松運動跑齡方面，以 1-5 年者最多，顯示馬拉松運動在臺灣各縣市路跑社團近年來的積極推廣行銷下，參與馬拉松賽事的跑者有逐年增多的趨勢，挑戰馬拉松在臺灣已經蔚為風潮，且跑者的馬拉松運動跑齡，也與國內近年來馬拉松運動的發展趨勢吻合。

由於馬拉松的活動特性是兼具休閒性與挑戰性，跑者在感受過馬拉松活動的運動健身功效與良好的運動體驗氣氛後，進而透過持續地參與賽事來檢視平時鍛鍊的成果，也透過馬拉松賽事參與，鞭策自己要能以堅持到底的馬拉松精神來面對人生的挑戰，因此有愈來愈多的跑者選擇以參與馬拉松來挑戰自我的極限，勇於實現自我夢想。

二、「不同年齡」、「教育程度」之馬拉松跑者在參與動機上之「社會支持」構面有顯著差異。

不同性別的馬拉松跑者在參與動機上並無顯著差異，但不同年齡層的馬拉松跑者在參與動機上有顯著差異，不同教育程度之馬拉松跑者在參與動機上之社會支持構面有顯著差異。此外，不同年齡層與教育程度的馬拉松跑者對於參與動機之「自我展現」與「社會支持」構面皆傾向同意，其中以「自我展現」方面傾向的同意程度較高。

馬拉松運動是相當具有挑戰性的競賽，要能成功挑戰馬拉松，跑者要利用時間持續地從事體能訓練，而出色的競賽成績除了彰顯跑者的成就，也是自我實現的最佳典範，跑者大多同意參與馬拉松能夠在自我展現方面有所助益，更能培養跑者樂觀堅毅的精神，自我展現與社會支持皆是參與動機的關鍵因素，因此馬拉松賽事推展單位要考量不同年齡與教育程度的跑者在參與動機方面的差異性，進行馬拉松賽事的規劃，掌握不同族群的個別需求與馬拉松運動的核心價值，以跑者的立場與需求來思考問題，透過各種的貼心服務與巧思，發揮卓越的行銷創意，進行有特色且具差異化的賽事規劃，提供良好的賽事品質，即時的賽會服務、強化各項賽事工作效率，針對跑者的問題與需求進時即時的回應，來獲得馬拉松跑者的信賴與認同，進而提升馬拉松跑者的參與動機。

三、不同「教育程度」之馬拉松跑者在休閒效益之「社交效益」構面有顯著差異。

不同性別與年齡層之馬拉松跑者在休閒效益並無顯著差異。但不同性別與年齡層之馬拉松跑者對於休閒效益之「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」構面皆傾向同意，其中以「生理效益」方面傾向的同意程度較高。不同教育程度之馬拉松跑者在休閒效益之社交效益構面有顯著差異。此外，透過平均數的比較得知，不管馬拉松跑者教育程度為何，其對休閒效益構面之生理效益感受度最高。

馬拉松跑者會因為教育程度之差異，導致休閒效益之社交效益構面認知與評價感受之不同。大學(專)者的馬拉松跑者對於馬拉松休閒效益的社交效益較研究所以上的馬拉松跑者為高。顯示教育程度之差異，導致休閒效益之社交效益構面認知與評價之不同。

由研究結果中得知，大學(專)者的馬拉松跑者對於馬拉松休閒效益的社交效益較研究所以上的馬拉松跑者為高。推論研究所以上的跑者，平日生活所涉及的層級與領域較為廣泛，因此對於馬拉松社交效益的感受程度較低，研究所以上的跑者在社交效益方面，可能在其他社會事務上，尋求替代性與補償性，所以在馬拉松的社交效益方面感受較不深刻。

參與馬拉松能獲得不同程度的休閒體驗，在生理效益方面，最明顯的變化就是體重減輕、肌耐力提升以及心肺功能的強化等生理機能的提升，因此本研究結果的呈現也與實際情況相符，參與馬拉松運動對於跑者的抗壓性及社交功能的提升都有幫助，跑者在面對生活與工作中的壓力時，更能以正向積極的心態去面對。此外，馬拉松是強調自我挑戰為主的運動，大部分的跑者都是以時限內完成賽事為主要目標，也由於馬拉松運動的特性，大部分跑者是以休閒的心情來參與賽事，因此在馬拉松賽事進行的過程中，經常可以發現跑者彼此間互動頻繁，這是馬拉松運動的特質，也是馬拉松與其他類型的運動賽事較為不同之處，跑者在完成具休閒性、挑戰性競賽的同時，也滿足自身的成就感，感受深刻的休閒效益，馬拉松跑者藉由活動的參與，結交有共同嗜好與興趣的朋友，達到聯繫情感及拓展人際關係的社交效益。

四、「參與動機」、「休閒效益」與滿意度之間顯示顯著的正相關。

參與動機之「自我展現」及「社會支持」構面與休閒效益之「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」構面與滿意度皆呈現顯著的中度正相關，其中參與動機構面「自我展現」及「社會支持」與滿意度構面「品質因素」相關程度最高；休閒效益構面之「社交效益」、「心理效益」、「生理效益」也與滿意度構面之「品質因素」相關程度達到最高，其中又以「心理效益」與滿意度構面之「品質因素」相關性最高。

由此可知，參與動機、休閒效益的各構面間，均有明顯的相關性，要提升馬拉松跑者的滿意度，主辦單位首先必須維持賽事品質在一定的水準之上，讓跑者的知覺感受良好，才能對賽事給予認同與肯定，參與優質的馬拉松賽事是跑者的福氣，也是對賽事承辦單位的正面的評價，馬拉松跑者在滿意度的構面中尤其重視賽會之品質因素，卓越的工作效率、服務品質、賽會服務與即時的跑者回應，是評價賽事承辦單位，是否能以嚴謹的態度來進行賽事籌備，在本研究從品質因素是受到大多數跑者的重視，就可以了解到良好的賽會品質，是馬拉松賽事成功的關鍵因素。

五、參與動機之「自我展現」、「社會支持」與休閒效益之「心理」、「生理」等四個變項對滿意度有顯著的預測能力。

馬拉松跑者參與動機之自我展現與社會支持程度愈高，對於休閒效益之心理效益與生理效益之程度就愈高，亦即「自我展現」、「社會支持」、「心理」、「生理」等四個變項對於滿意度有顯著的預測能力，亦即馬拉松跑者的參與動機愈高，感受到的休閒效益愈多，對於賽會滿意度的程度亦會有所提升。

從事馬拉松運動能夠增進體能、維持身體健康、紓解生活壓力及擁有自我展現等功能，具有正面且多元化的休閒效益，是提升跑者參與動機的關鍵因素，馬拉松運動推展單位，能滿足跑者的深刻知覺感受與休閒體驗，就有助於滿意度的提升，並創造出良好的休閒效益。馬拉松跑者的參與動機、休閒效益會影響到跑者對賽會滿意度的評價，及未來是否會再次參與賽會的意願。

馬拉松推展單位要提高跑者的參與動機與休閒效益，可藉由增加跑者的自我展現誘因與社會支持因素，透過賽會人員的專業素養與縝密的賽事規劃，為馬拉松運動附加更多的休閒效益，打造優質的馬拉松運動環境，以提升整體的賽會滿意度，這也是研究者對臺灣推展馬拉松運動，讓臺灣能夠躋身成為馬拉松大國的期許與盼望，推展優質的馬拉松賽事，成為全民參與的運動，讓馬拉松文化與精神融入跑者心中，培養良好的終生運動習慣，進而全面提升國人精神文化與生活品質。

第二節 建議

一、實務應用建議

(一) 強化參與動機

在強化跑者的參與動機方面，賽會主辦單位應該以跑者思維來進行需求與服務考量，跑者報名馬拉松賽事，最基本的考量就是交通、住宿的方便性等問題，如果賽事舉辦地點是在交通不便的城鎮與地區，此時主辦單位便需協調旅宿業者提供住宿資訊與優惠措施，以及為乘坐大眾交通工具的跑者安排接駁車服務，同時也要協助安排跑者眷屬的休息處所，減少跑者的各項賽事參與障礙，進而提升跑者參與動機。

電影「練習曲」中的經典名言：「有些事情現在不做，一輩子都不會做了」，非常適合用來行銷與推廣馬拉松運動：如果有一個完善的動機與願景去參與馬拉松，跑者心態上就不會瞻前顧後，下定決心、起身而行，相信要進入馬拉松的世界也不再是那麼遙不可及的事。

此外，從運動心理學的角度觀察，當我們對馬拉松運動由喜愛變成狂熱時，維持的時間將不容易長久，要把跑步內化為日常的生活習慣，就可以維持對馬拉松運動的熱度，跑者從平日的鍛鍊中培養積極樂觀的情緒，且保持愉悅心情參與馬拉松，透過跑步來提升個人專注力與持續力，經由正面思考的力量，追尋身心靈的成長，更能藉由目標的達成來提升自我，展現生命的可貴與價值。

（二）強化休閒效益

跑者在參與馬拉松活動的過程中，獲得各種休閒效益，諸如保持個人體適能、獲得成就感、對於生活壓力也有舒緩、調適的功效，良好的休閒功效，有助於跑者身心狀態之改善，提升生活滿意度，進而擁有優質的生活品質。跑者對於參與馬拉松運動能獲得社交、心理、生理等休閒效益都有極高的認同感，對於生理方面的休閒效益，更是跑者們關注的重要面向，因此賽會主辦單位要積極的思考，在舉辦馬拉松賽會的同時，如何有效提升與滿足跑者的休閒效益，並且透過賽會的進行，讓跑者能聯繫彼此感情，拓展人際關係與擴大社交圈，提升休閒效益的附加價值，將帶給跑者全方位的身心靈啟發，也有利於馬拉松賽會的籌辦及推展，創造馬拉松運動的最佳休閒效益。

（三）強化滿意度

馬拉松運動的蓬勃發展過程中，主辦單位如何能夠瞭解跑者的需求，並且為馬拉松運動創造市場，提高跑者參與賽事之動機，讓跑者達到休閒效益的滿足，進而提升滿意度，是推廣馬拉松運動的關鍵因素。

馬拉松賽會承辦單位要能深入瞭解跑者之行為模式，進而滿足跑者之需求，是賽會能吸引跑者持續參與的關鍵因素，馬拉松運動在臺灣各縣市路跑社團的積極推廣行銷下，有蓬勃發展的趨勢，但是缺乏經驗傳承的單位因為規劃與專業能力不足等因素，也導致良窳不齊的馬拉松賽事品質，品質因素是跑者在參與賽事時，最為優先的考量的層面，跑者以往的參賽經驗及賽會對服務品質的掌控，是提升跑者滿意度，給予賽會高度評價與再次參與賽事的關鍵因素。在鼓勵全民參與休閒運動，

提升國人生活品質，且順勢推廣馬拉松運動的考量下，地方政府與體育主管單位應就賽事的協助與掛名承辦，有較為嚴謹的審核監督機制，對馬拉松跑者的參賽權益才有保障。

賽會服務品質與滿意度之宣傳、良好的路線規劃與符合跑者期待之關係相當密切，這些因素都會影響賽會服務品質、執行績效與滿意度，更是賽會舉辦成敗的重要因素。因此，賽前規劃、賽中執行、賽後服務都需經過專業的評估，且精確地進行整備工作，在以消費者需求為服務導向的現代社會，堅持以跑者的立場與角度來進行賽事規劃，是最容易得到跑者認同與信賴的方式，配合完善的特色行銷手法，形成優質的賽會形象，建構跑者與在地民眾的凝聚力，宣傳在地景觀文化與人文特色，能為馬拉松帶來長遠的效益，以及提升舉辦城市的知名度，帶來可觀的經濟效益與賽會滿意度。

二、未來研究建議

(一)研究變項方面

本研究的變項包含參與動機、休閒效益，較偏重於跑者個人之主觀知覺感受與賽事評價，對於馬拉松運動滿意度評價的內容，包括環境屬性、服務志工、人文景觀及相關協力單位的效率等不同因素，由於研究變項選擇之差異，結果亦會有所不同，建議後續研究者可考慮加入以上因素，以深入探討馬拉松運動的相關研究。

(二)研究對象方面

本研究對象僅限於參與賽事之全程馬拉松跑者，由跑者來為整體賽事進行評價，但在馬拉松賽事的執行中，為數眾多的服務志工人員，也是影響賽會滿意度之重要因素，熱忱與即時的服務，為整體的賽事帶來加分作用，由於有眾多犧牲奉獻的志工人員熱情參與，才能成就一場經典的馬拉松賽事，所以志工的招募與運用，對賽會而言是重要的資產，也是不可忽視的力量，尤其目前有很多義務的服務志工，是由愛好馬拉松運動的跑者主動加入。建議未來可以針對大型馬拉松的志工及協勤人力進行研究，以不同的研究對象切入來相互印證，使研究的結果更臻完善，更有利於馬拉松運動的推展，讓臺灣的馬拉松環境更加開放與成熟。

參考文獻

一、中文部分

王亦穹(譯)(2010)。天生就會跑。臺北縣：木馬文化。(Christopher McDougall, 2009)

王怡菁(2010)。東豐綠廊自行車休閒活動之休閒效益與滿意度之研究。嶺東體育暨休閒學刊，(8)，113-130。

朱文儀、陳建男、黃豪臣(譯)(2010)。策略管理(*Hill Theory of Strategic Management 9e*)。臺北市：華泰文化。(Gareth R. Jones, Charles W. L. Hill, 2010)

行政院主計總處(2013)。工業及服務業每人每月平均經常性薪資。2013年4月10日取自中華民國統計資訊網 <http://www.stat.gov.tw/point.asp?index=4>

行政院體育委員會(2012)。中程施政計畫。臺北：作者。

行政院體育委員會(2012)。中華民國100年運動城市調查。臺北：作者。

余思佳(譯)(2013)。我的第一本路跑書：從選鞋、體態練習、防護運動、訓練計畫到衝線。新北市：博碩文化。(青山剛，2013)

吳水丕、柯幸宜(2012)。健走運動對社區中高齡居民身心健康促進成效之探討。工作與休閒學刊，3(1)，159-172。

呂惠富(2008)。休閒運動之參與動機與休閒效益關係之研究。休閒產業管理學刊，1(1)，41-53。

- 呂謙(2005)。台灣地區馬拉松賽會參賽者服務管理模式建構與驗證之研究。臺灣體育運動管理學報，(3)，43-76。
- 李立良(2010)。網球運動參與者之休閒運動動機、阻礙及效益之研究。國立虎尾科技大學學報，29(4)，99-112。
- 李佳霖(譯)(2013)。跑步勝者的100天修練。臺北市：遠流。(關家良一，2013)
- 李晶(2000)。休閒遊憩事業概論。台北：桂魯。(Ordes K.A. & Ibrahim(1996)H.M. 著)。
- 李晶、羅雅馨、姚大偉(2011)。城鄉地區高齡者參與休閒活動階段之休閒效益體驗差異研究。休閒與社會研究，(3)，1-16。
- 林秀雲等譯(2010)。社會科學研究方法(Earl Babbie)。台北：雙葉書廊。(Earl Babbie, 1975)
- 林佳慧(2010)。長跑運動者參與動機和社會支持之關係研究。休閒與社會研究，(1)，43-67。
- 林季燕、季力康(2003)。運動動機量表之編製。臺灣運動心理學報，(2)，15-32。
- 林昌國、余幸秀(2007)。臺北市社區大學學員休閒運動參與動機與滿意度之相關性研究。嘉大體育健康休閒期刊，6(2)，12-23。
- 林欣慧(2002)。解說成效對休閒效益體驗之影響研究-以登山健行為例。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 林偉立、林春鳳(2011)。屏東縣單車國道自行車騎乘者參與動機與休閒效益之研究。

屏東教大運動科學學刊，(7)，158-175。

邵雅卿 (2010)。馬拉松跑者參與動機、深度休閒與幸福感之研究 (未出版碩士論文)。輔仁大學，新北市。

邱皓政 (2010)。量化研究與統計分析：SPSS(PASW) 資料分析範例解析。臺北市：五南。

邱榮基、畢璐鑾 (2005)。探討台灣馬拉松運動之發展。大專體育，(80)，54-61。

邱榮基、畢璐鑾 (2008)。台灣地區馬拉松賽會服務品質與滿意度之研究。臺灣體育運動管理學報，(6)，1-20。

洪蘭 (2010)。理直氣平：勇於改變才會進步。臺北市：遠流。

洪蘭(譯) (2012)。快思慢想。臺北市：天下文化。(Daniel Kahneman, 2011)

洪蘭(譯) (2002)。心理學(上、下)(Psychology)。臺北市：遠流(Henry Gleitman, 1997)

徐國峰 (2010)。鐵人三項-游泳、自行車、跑步三項全能運動入門。臺北市：臉譜出版。

徐國峰(譯) (2013)。更快更安全的赤腳跑步法。臺北市：臉譜。(Jason Robillard, 2012)

徐國峰(譯) (2011)。跑步，該怎麼跑?: 學會姿勢跑法，提高跑步效能、不受傷!。臺北市：臉譜出版。(Robson, John, & Romanov, Nicholas, 2004)

涂淑芳譯(1996)。休閒與人類行為(*Cene Bammel & Lei Lane Burrus-Bammel* 著)。台北：桂冠。(Cene Bammel & Lei Lane Burrus-Bammel 1982. Leisure and human behavior)。

張孝銘、林樹旺、余國振(2004)。慢跑消費者活動參與動機、持續涉入與休閒行為之相關研究。《大專體育學刊》，6(1)，83-93。

張孝銘、邱姿菁(2011)。影響運動賽會觀光客運動觀光參與行為因素之研究-以金門國家公園馬拉松路跑賽為實證。《休閒產業管理學刊》，4(2)，57-76。

張保隆、謝寶煖著(2006)。學術論文寫作APA規範。臺北市：華泰文化。

張春興(2011)。張氏心理學辭典(典明版)。臺北市：東華。

張家銘(2006)。2004 澎湖世界華人馬拉松賽會之運動觀光客滿意度之研究。《北體學報》，(14)，252-270。

張家銘(2006)。2005 New Balance 澎湖國際馬拉松賽會之運動觀光客參與動機之研究。《休閒暨觀光產業研究》，1(1)，34-54。

張家銘(2006)。2005 New Balance 澎湖國際馬拉松賽會吸引力之競爭模式比較研究。《生物與休閒事業研究》，4(2)，1-15。

張家銘(2006)。運動賽會之運動觀光客參與行為模式之研究：以2004年澎湖世界華人馬拉松路跑賽會為例。《大專體育學刊》，8(2)，37-50。

許義雄(譯)(2001)。體育、體適能及運動入門。台南：復文。

郭正德(2011)。藍色公路遊客對休閒活動參與動機與休閒效益之研究。《台灣水域

運動學報，(2)，61-78。

郭豐州、夏偉恩(2008)。當自己的跑步教練。臺北市：三聯科技教育基金會。

陳春安(2011)。路跑運動參與者流暢體驗與休閒效益之關係研究。輔仁大學體育學刊，(10)，230-244。

陳盈位、黃瑞榮(2009)。深度休閒之參與動機、持續參與因素之探討-以南部地區獨木舟協會的成員為例。崇仁學報，(3)，21-34。

陳美燕(2007)。國際運動賽會與國家文化行銷之聯結。國民體育季刊，36(4)，76-79。

陳業宏、陳餘鏐、李思慧(2012)。休閒運動參與者的休閒參與動機以及休閒涉入：以性別與休閒運動類型為探索變項。運動健康休閒學報，(3)，47-55。

陳薇先、邵于玲(2006)。2004 ING 臺北國際馬拉松參賽者涉入程度、滿意度及再參加意願之研究。北體學報，(14)，146-156。

游智名(2010)。2009 富邦臺北馬拉松選手參賽動機與環境屬性對參賽滿意度影響之研究(未出版碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。

童國倫、潘奕萍、張祥著(2008)。研究你來做，論文寫作交給 EndNote X Word。臺北市：五南。

黃文卿、陳玉清、林晏州(2007)。國家公園大型活動之效益評估-以太魯閣國際馬拉松活動為例。戶外遊憩研究，20(3)，25-46。

黃任閔、林一貞(2011)。自行車活動參與者休閒涉入與休閒效益之研究。屏東教育大運動科學學刊，(7)，223-234。

黃惠芝、張家銘(2008)。日月潭嘉年華水上活動吸引力與運動觀光客參與動機、滿意度及忠誠度之研究。《休閒暨觀光產業研究》，3(1)，37-48。

黃蕙娟(2010)。運動賽事整合行銷傳播應用之探討—以 2004~2008 年 ING 臺北馬拉松為例。《休閒與社會研究》，3(3)，1-13。

葉東哲、鄭舜瓏（譯）（2012）。《跑步教我的王者風範：關家良一熱血自傳》。臺北市：遠流。（關家良一，2012）

葉聖陶（2010）。《給中學生的十二堂作文課—傳承半世紀的經典作文入門》。臺北市：如果,大雁文化。

董國安(2003)。學校教師休閒活動效益與規劃之探討。《中華體育季刊》，17(2)，139-146。

運動筆記（2012）。《馬拉松巡禮》。2012 年 11 月 23 日取自運動筆記網站
http://www.sportsnote.com.tw/running/feature_articles.aspx?id=99bd057c-e43f-4e61-8615-6f6d6f6ae0c7

臺灣大百科全書（2012）。《高齡化社會 aging society》。2012 年 9 月 15 日取自臺灣大百科全書 <http://taiwanpedia.culture.tw/web/content?ID=1676>

趙冉（譯）（2000）。《走向自由—休閒社會學新論(John Kelly)》。昆明：雲南人民出版社。（John Kelly, 1990）

劉宏裕等(譯)（2007）。《運動研究方法》。台北：華都。

劉虹伶（2005）。深度休閒者之休閒效益。《大專體育》，(78)，166-122。

- 蔡今中(2008)。社會科學研究與論文寫作:成功發表秘笈。臺北市:高等教育。
- 蔡俊傑(2009)。運動行為調節量表的編製與研究簡介。大專體育, (100), 157-165。
- 蔡英美、王俊明(2010)。中部大專學生參與運動性社團的休閒態度、參與動機及休閒滿意度之研究。雲科大體育, (12), 49-62。
- 蔡雅琴(譯)(2013)。跑步之心:同時鍛鍊身與心的禪跑。臺北市:橡實文化。(薩姜.米龐仁波切, 2012)
- 蔡聰智、謝旻諺、曾淑平(2008)。梨山馬拉松賽參與者之參與動機與參與滿意度之研究。台南科大學報, (27), 195-208。
- 鄭舜瓏(譯)(2011)。麥肯錫寫作技術與邏輯思考:為什麼他們的文字最有說服力?看問題永遠能擊中要害?。臺北市:大是文化。(高杉尚孝, 2010)
- 黎茂全(譯)(2012)。我在肯亞跑步的日子:揭開地球上最善跑民族的奧秘。臺北市:臉譜。(Adharanand Finn, 2012)
- 賴明珠(譯)(2008)。關於跑步,我說的其實是…。臺北市:時報文化。(村上春樹, 2008)
- 謝宗霖(2012)。台南市自行車騎士從事休閒活動參與動機與休閒效益之研究。運動健康休閒學報, (3), 141-156。
- 鍾志強(2000)。休閒運動參與動機理論。雲科大體育, (3), 63-68。
- 簡彩完、黃長發(2010)。主題樂園遊客體驗價值、顧客滿意度及休閒效益相關之研究。臺灣體育運動管理學報, (10), 1-37。

顏志龍（2011）。*傻瓜也會寫論文：社會科學學位論文寫作指南*。臺北市：五南。

譚家瑜（譯）（2012）。*記得你是誰-哈佛的最後一堂課*。臺北市：天下。（Daisy Wademan, 2012）

蘇怡任、郭豐州（2012）。*奔跑-跑出人生風景*。臺北市：平安。

二、英文部分

- Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. L. (1992). *Leisure and human behavior*. Dubuque ,IA: Wm. C. Brown Publishers.
- Beard, J. G., & Ragheb, M. G.(1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*,15(3), 219-228.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York, N.Y. : Plenum Press.
- Driver B. L., Brown, P. J., & Peterson, G. L. (1991). *Benefits of leisure*.State College , P.A. : Venture Publishing.
- Fomell, C.(1992). *A national customer satisfaction barometer the Swedish experience . Journal of Marketing*,55, 1-21.
- Iwasaki, Y. (2006). *Leisure, the Quality of Life & Diversity: An Intemational and Multicultural Perspective*. Paper presented at the World Congress of Leisure, China Zheuang Hangzhou.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and contro (8th ed.)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Ragheb,M.,& Tate,R.(1993).*A behavioural model of leisure participation ,based on leisure attitude ,motivation and satisfaction. Leisure Studies*,12,61-70.
- Rossman J. R., & Schlatter B. E. (2003). *Recreation programming: Designing leisure*

experiences. Champaign, ILL: Sagamore Publishing.

Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2002). Overview of self-determination theory: *An organismic dialectical perspective*. In E. L. Deci & R. M. Ryan (Eds.), *Handbook of self-determination research* (pp.3-33). Rochester, NY: University of Rochester Press.

Stebbins, R. A. (1982). Serious leisure: A conceptual statement. *Pacific Sociological Review*, 25, 251-272.

Stebbins, R. A. (1992). *Amateurs, professionals, and serious leisure*. Montreal: McGill-Queen,s University.

Stebbins, R. A. (1992a). *Amateur, Professionals, and Serious Leisure* .McGill-Queen's University Press, Montreal and Kingston.

Stebbins, R. A. (2001). *New directions in the theory and research of serious recreation*. Lewiston, New York, N.Y. :The Edwin Mellen Press.

附錄

附錄一 預試問卷

親愛的跑友您好：

這是一份學術性的研究問卷，關於「馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之相關研究」，本問卷採不記名之方式，且調查的結果僅作為學術研究之用。您的寶貴意見，將會獲得學術上絕對的尊重及保密，為了使本研究資料更具代表性，敬請您謹慎地填答，並請依實際情形，在下列空格□中，以打「v」方式勾選適當的答案。誠摯地感謝您在忙碌的工作（學業）之餘，參與及協助此問卷之研究。

敬祝 生活順心 萬事如意！

國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所

研究生：連央毅 敬上

指導教授：陳美燕

連絡電話：0937-043-372 (02)2760-0864

e-mail: lian660123@gmail.com

第一部分：請問您參與馬拉松運動之動機？

非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
5	4	3	2	1

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 參與馬拉松能紓緩生活或工作的壓力 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 我能享受跑馬拉松的過程，跑完後有滿足的感覺 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 參與跑馬拉松可以使我心情愉快 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 參與跑馬拉松過程中可以獲得超越自我的樂趣 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5. 參與馬拉松運動可以讓我改善與維持個人身材	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 參與馬拉松可以建立自信心	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 參與馬拉松可以增加自己的體力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 參與馬拉松可以增加正確的跑步知識與技巧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 參與馬拉松讓自己開啟更多生活上的智慧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 參與馬拉松可以讓自己的生活更規律	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 參與馬拉松可以戒除一些壞習慣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 參與馬拉松可增進意志力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 參與馬拉松可以增進運動精神	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 參與馬拉松運動使我身心靈舒暢	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 參與馬拉松讓我結交許多志同道合的朋友	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 參與馬拉松有助於提升親友及家人間的情感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 我喜歡跑完馬拉松後在會場與跑友一起分享經驗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 在跑完馬拉松運動後可以增進家庭生活和諧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 參與馬拉松讓自己開啟更多生活上的智慧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 馬拉松使我看到美好感人的畫面	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第二部分：請問您參與馬拉松運動的過程中及活動後所感受到的經驗為何？

	非常同意 5	同意 4	普通 3	不同意 2	非常不同意 1
1. 可以調節身心平衡，使身心健全	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 可以逃避繁雜的環境	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 可以鍛鍊肌肉的力量與耐力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 可以減少體脂肪，使身材健美	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 可以增進心臟與肺臟的功能	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 可以增進身體的柔軟度，使筋骨更靈活	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 可以學習並增進活動的技巧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 可以紓解生活中的壓力與憂慮	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 可以獲得滿足的感覺	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 可以找到心靈慰藉	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 可以使心情愉快，增添生活樂趣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 可以得到與日常生活不同的情境與體驗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 可以欣賞及創造真善美的事物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 可以擴展興趣領域，充實生活	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 可以得到表現自我的機會	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 可以得到自我反省的機會	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 可以拓展知識，啟發智慧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 能認識新朋友	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. 能增進人際之間的感情	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 能了解同伴的想法和觀念	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 能為他人服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 能有獨處的機會	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 能學習到與同伴互助合作的技巧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. 能接近大自然	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. 能了解人與自然的關係	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. 能享受在自然環境中活動的樂趣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分：對於賽會服務之感受。

非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
5	4	3	2	1

1. 各休息補給站設置得當	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 休息站皆有醫護人員駐守	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 晶片感應登入成績方式快速又正確	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 服務人員能快速的解決問題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 完跑證書取得方便	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 晶片退換規劃完備	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 交通管制得當	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 工作人員能快速地處理選手需求	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 網站所提供之賽會資訊非常充足	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分：對於賽會服務之感受。

	非常同意 5	同意 4	普通 3	不同意 2	非常不同意 1
10. 繳費及報到方式方便	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 成績公告查詢簡便	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 提供的服務與宣傳或廣告相符	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 交通停車規劃良好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 感覺體能有增進	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 嘗試另一種新的體驗	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 個人自信心提升	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 使身心得到放鬆	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 感到挑戰性高	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 美麗景觀	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 活動整體很流暢	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 比賽起訖時間安排符合選手期望	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 跑步技巧有進步	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 整體消費價格可以接受	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部分：個人基本資料

1. 性別	1. <input type="checkbox"/> 男性	2. <input type="checkbox"/> 女性	
2. 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歲以上	
3. 教育程度	1. <input type="checkbox"/> 國中及以下	2. <input type="checkbox"/> 高中(職)	3. <input type="checkbox"/> 大學(專)
	4. <input type="checkbox"/> 研究所及以上		

4. 職業
- | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> 學生 | 2. <input type="checkbox"/> 軍警公教 | 3. <input type="checkbox"/> 自由業 |
| 4. <input type="checkbox"/> 工商服務業 | 5. <input type="checkbox"/> 無業或退休 | 6. <input type="checkbox"/> 其他_____ |

5. 每月個人收入
- | | | |
|---|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> 20,000 元以下 | 2. <input type="checkbox"/> 20,001~30,000 元 | 3. <input type="checkbox"/> 30,001~40,000 元 |
| 4. <input type="checkbox"/> 40,001~50,000 元 | 5. <input type="checkbox"/> 50,001~60,000 元 | 6. <input type="checkbox"/> 60,001~70,000 元 |
| 7. <input type="checkbox"/> 70,001 元以上 | | |

6. 平均每年參與
馬拉松次數 _____ 次

7. 今年參與馬拉松
次數
- | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> 第 1 次 | 2. <input type="checkbox"/> 第 2 次 | 3. <input type="checkbox"/> 第 3 次以上 |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|

8. 馬拉松運動跑齡 _____ 年

【本問卷到此完畢，煩請檢查是否有遺漏之處，再次感謝您熱心協助!】

附錄二 正式問卷

親愛的跑友您好：

這是一份學術性的研究問卷，關於「馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之相關研究」，本問卷採不記名之方式，且調查的結果僅作為學術研究之用。您的寶貴意見，將會獲得學術上絕對的尊重及保密，為了使本研究資料更具代表性，敬請您謹慎地填答，並請依實際情形，在下列空格□中，以打「v」方式勾選適當的答案。誠摯地感謝您在忙碌的工作（學業）之餘，參與及協助此問卷之研究。

敬祝 生活順心 萬事如意！

國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所

研究生：連央毅 敬上

指導教授：陳美燕

連絡電話：0937-043-372 (02)2760-0864

e-mail: lian660123@gmail.com

第一部分：請問您參與馬拉松運動之動機？

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
	5	4	3	2	1
1. 參與馬拉松能紓緩生活或工作的壓力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我能享受跑馬拉松的過程，跑完後有滿足的感覺	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 參與跑馬拉松可以使我心情愉快	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 參與跑馬拉松過程中可以獲得超越自我的樂趣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 參與馬拉松運動可以讓我改善與維持個人身材	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 參與馬拉松可以建立自信心	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- | | | | | | |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 7. 參與馬拉松可以增加自己的體力 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. 參與馬拉松可以增加正確的跑步知識與技巧 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. 參與馬拉松讓自己開啟更多生活上的智慧 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. 參與馬拉松可以讓自己的生活更規律 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. 參與馬拉松可增進意志力 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. 參與馬拉松可以戒除一些壞習慣 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. 參與馬拉松可以增進運動精神 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. 參與馬拉松運動使我身心靈舒暢 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15. 參與馬拉松讓我結交許多志同道合的朋友 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16. 參與馬拉松有助於提升親友及家人間的情感 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17. 我喜歡跑完馬拉松後在會場與跑友一起分享經驗 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. 在跑完馬拉松運動後可以增進家庭生活和諧 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19. 參與馬拉松讓自己開啟更多生活上的智慧 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. 馬拉松使我看到美好感人的畫面 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第二部分：請問您參與馬拉松運動的過程中及
活動後所感受到的經驗為何？

	非常 同意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非常 不同意 1
1. 可以學習並增進活動的技巧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 可以拓展知識，啟發智慧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 能認識新朋友	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 能增進人際之間的感情	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 能了解同伴的想法和觀念	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 能為他人服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 能學習到與同伴互助合作的技巧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 能了解人與自然的關係	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 能享受在自然環境中活動的樂趣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 可以逃避繁雜的環境	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 可以紓解生活中的壓力與憂慮	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 可以獲得滿足的感覺	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 可以找到心靈慰藉	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 可以得到表現自我的機會	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 可以得到自我反省的機會	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 能有獨處的機會	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- | | | | | | |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 17. 可以鍛鍊肌肉的力量與耐力 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. 可以減少體脂肪，使身材健美 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19. 可以增進心臟與肺臟的功能 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. 能接近大自然 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第三部分：對於賽會服務之感受。

非常 同意 5	同 意 4	普 通 3	不 同 意 2	非 常 不 同 意 1
---------------	-------------	-------------	------------------	----------------------------

- | | | | | | |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 晶片感應登入成績方式快速又正確 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 服務人員能快速的解決問題 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 晶片退換規劃完備 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 交通管制得當 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. 工作人員能快速地處理選手需求 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. 網站所提供之賽會資訊非常充足 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. 繳費及報到方式方便 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. 成績公告查詢簡便 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. 提供的服務與宣傳或廣告相符 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. 交通停車規劃良好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. 感覺體能有增進 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. 嘗試另一種新的體驗 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

13. 個人自信心提升	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 使身心得到放鬆	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 感到挑戰性高	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 美麗景觀	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 跑步技巧有進步	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 休息站皆有醫護人員駐守	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 活動整體很流暢	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 比賽起訖時間安排符合選手期望	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 整體消費價格可以接受	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部分：個人基本資料

1. 性別	1. <input type="checkbox"/> 男性	2. <input type="checkbox"/> 女性	
2. 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 歲以上	
3. 教育程度	1. <input type="checkbox"/> 國中及以下	2. <input type="checkbox"/> 高中 (職)	3. <input type="checkbox"/> 大學 (專)
	4. <input type="checkbox"/> 研究所及以上		
4. 職業	1. <input type="checkbox"/> 學生	2. <input type="checkbox"/> 軍警公教	3. <input type="checkbox"/> 自由業
	4. <input type="checkbox"/> 工商服務業	5. <input type="checkbox"/> 無業或退休	6. <input type="checkbox"/> 其他 _____
5. 每月個人收入	1. <input type="checkbox"/> 20,000 元以下	2. <input type="checkbox"/> 20,001~30,000 元	3. <input type="checkbox"/> 30,001~40,000 元
	4. <input type="checkbox"/> 40,001~50,000 元	5. <input type="checkbox"/> 50,001~60,000 元	6. <input type="checkbox"/> 60,001~70,000 元
	7. <input type="checkbox"/> 70,001 元以上		

6. 平均每年參與
馬拉松次數 _____ 次

7. 今年參與馬拉松
次數

1. <input type="checkbox"/> 第 1 次	2. <input type="checkbox"/> 第 2 次	3. <input type="checkbox"/> 第 3 次以上
-----------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------------

8. 馬拉松運動跑齡 _____ 年

【本問卷到此完畢，煩請檢查是否有遺漏之處，再次感謝您熱心協助!】