

南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士班碩士論文

MASTER PROGRAM OF LEISURE ENVIRONMENT MANAGEMENT

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

馬拉松跑者參與動機、遊憩專門化與休閒效益之研究

A STUDY ON THE RELATIONS AMONG PARTICIPATION ON MOTIVATION,

RECREATION SPECIALIZATION, AND LEISURE BENEFITS OF

MARATHON RUNNERS

研究生：沈怡欣

GRADUATE STUDENT : YI-HSIN SHEN

指導教授：于健 博士

ADVISOR : CHIEN YU Ph. D.

中 華 民 國 一 〇 五 年 六 月

南 華 大 學
旅 遊 管 理 學 系 休 閒 環 境 管 理 碩 士 班
碩 士 學 位 論 文

馬拉松跑者參與動機、遊憩專門化與休閒效益之研究

研究生：沈怡欣

經考試合格特此證明

口試委員：劉瑞芬

丁慧敏

于健

指導教授：于健

系主任(所長)：丁慧敏

口試日期：中華民國 105 年 6 月 7 日

南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士班
一百零四學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：馬拉松跑者參與動機、遊憩專門化與休閒效益之研究

研究生：沈怡欣

指導教授：于健 博士

論文摘要內容：

本研究目的為瞭解不同背景的馬拉松跑者參與動機、遊憩專門化與休閒效益之現況及差異，並探討三者間的相關性。本研究以參與 2015 年 11 月 15 日虎尾糖都馬拉松賽全程、半程馬拉松選手為對象，採問卷調查蒐集相關資料，問卷包含參與動機量表、遊憩專門化量表、休閒效益量表及背景資料調查。正式問卷發放 426 份，有效問卷為 391 份，回收率為 91.8%，回收後以 SPSS22 進行資料分析。研究發現馬拉松跑者以男性居多，年齡集中在 21~40 歲，學歷為大學（專科）、服務業、收入超過 50,000 元居多。在跑步經驗方面，加入 1~2 個社團、參加 1~3 年賽事、參加次數 1~5 次、花費 10,001~30,000 元、每週跑步 2~3 次、每次距離 6~10 公里，每週跑步在 5 小時以下者居多。不同背景的跑者其參與動機、遊憩專門化及休閒效益皆有部分顯著差異。參與動機對遊憩專門化及休閒效益有顯著的正向關係，而遊憩專門化在參與動機對休閒效益的影響上具有部分中介效果。

關鍵詞：馬拉松跑者、參與動機、遊憩專門化、休閒效益

Title of Thesis : A Study on the Relations among Participation Motivation, Recreation Specialization, And Leisure Benefits of Marathon Runners

Name of Institute : Master Program of Leisure Environment Management,
Department of Tourism Management, Nan Hua University

Graduate Date : June 2016

Degree Conferred : M.B.A.

Name of Student : YI-HSIN SHEN

Advisor : CHIEN YU Ph. D.

Abstract

This study aims to understand the current situation and differences of the participation motivation, recreation specialization, and leisure benefits of the marathon runners with different backgrounds as well as to explore the correlation among the three. It selected the marathon and half-marathon runners who participated in Huwei Sugar Capital Marathon on November 15, 2015. The questionnaire survey was conducted to collect related information consisting of the scale of participation motivation, the scale of recreation specialization, the scale of leisure benefits, and background information survey. Four hundred and twenty-six formal questionnaires were given in which 391 effective questionnaires were returned and the response rate was 91.8%. SPSS version 22 was used for data analysis. The findings showed that male marathon runners were in the majority, aged from 21 to 40, and owned associate degrees. They were engaged in services and, for the most part, received monthly salary of more than NTD 50000. In terms of running experience, the runners participated in 1 or 2 clubs and races from 1 to 3 years in which they joined 1 to 5 races and spent NTD 10001 to NTD 30000. They ran for 6 to 10 kilometers twice or three times per week. Most of the weekly running time was less than 5 hours. In terms of the runners with different backgrounds, there were partially significant differences in participation motivation, recreation specialization, and leisure benefits. Furthermore, participation motivation had significantly positive correlations with recreation specialization and leisure benefits. Additionally, recreation specialization had its partial mediation effect on participation motivation influencing the leisure benefits.

Keywords : marathon runner, participation motivation, recreation specialization,
leisure benefits

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目 錄	iii
表目錄	v
圖目錄	vi
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 研究動機	2
1.2 研究目的	3
1.3 名詞釋義	4
1.3.1 馬拉松跑者	4
1.3.2 參與動機	4
1.3.3 遊憩專門化	4
1.3.4 休閒效益	5
1.4 研究流程	6
1.5 研究範圍與限制	7
1.5.1 研究範圍	7
1.5.2 研究限制	7
第二章 文獻探討	8
2.1 參與動機理論及相關研究	8
2.1.1 動機的定義	8
2.1.2 動機理論	10
2.1.3 動機相關研究	12
2.2 遊憩專門化理論及相關研究	14
2.2.1 遊憩專門化的定義	14
2.2.2 遊憩專門化理論	15
2.2.3 遊憩專門化相關研究	18
2.3 休閒效益理論及相關研究	19
2.3.1 休閒效益定義	19
2.3.2 休閒效益內涵	20
2.3.3 休閒效益相關研究	22
2.4 參與動機、遊憩專門化及休閒效益之關係	23
2.4.1 參與動機與遊憩專門化的關係	23
2.4.2 參與動機與休閒效益之關係	25
2.4.3 參與動機及遊憩專門化對休閒效益影響之相關研究	26

第三章 研究方法.....	28
3.1 研究架構.....	28
3.2 研究假設.....	29
3.3 研究對象.....	32
3.4 研究工具.....	32
3.4.1 問卷設計.....	33
3.4.2 預試問卷分析.....	36
3.5 資料處理與分析.....	43
第四章 研究結果與討論.....	45
4.1 背景資料分析.....	45
4.1.1 跑者人口背景統計資料.....	45
4.1.2 跑者經驗背景統計資料.....	47
4.2 跑者在參與動機、遊憩專門化及休閒效益的調查結果.....	50
4.2.1 跑者在參與動機的現況.....	50
4.2.2 跑者在遊憩專門化的現況.....	51
4.2.3 跑者在休閒效益的現況.....	53
4.3 不同背景的跑者在參與動機、遊憩專門化及休閒效益的差異情形.....	54
4.3.1 不同人口背景對跑者影響之差異分析.....	55
4.3.2 不同經驗背景對跑者影響之差異分析.....	59
4.4 跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益的相關分析.....	65
4.4.1 參與動機對遊憩專門化之影響分析.....	65
4.4.2 參與動機對休閒效益之影響分析.....	66
4.4.3 參與動機及休閒效益以遊憩專門化為中介效果之分析.....	66
4.5 研究假設之檢定.....	67
第五章 結論與建議.....	69
5.1 研究結論.....	69
5.1.1 馬拉松跑者特性.....	69
5.1.2 跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益現況.....	70
5.1.3 跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益的差異情形.....	70
5.1.4 跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益間的關聯性.....	71
5.2 研究建議.....	72
5.2.1 提升參與動機.....	72
5.2.2 提升遊憩專門化程度.....	72
5.2.3 提升休閒效益.....	73
5.3 後續研究建議.....	73
參考文獻.....	75
附錄.....	84

表目錄

表 2.1 參與動機相關研究彙整表	13
表 2.2 遊憩專門化相關研究彙整表	18
表 2.3 休閒效益相關研究彙整表	23
表 3.1 參與動機量表	33
表 3.2 遊憩專門化量表	34
表 3.3 休閒效益量表	35
表 3.4 跑者背景資料	36
表 3.5 參與動機量表預試項目分析摘要表	37
表 3.6 遊憩專門化量表預試項目分析摘要表	38
表 3.7 休閒效益量表預試項目分析摘要表	39
表 3.8 參與動機量表因素分析與信度檢定表	41
表 3.9 遊憩專門化量表因素分析與信度檢定表	42
表 3.10 休閒效益量表因素分析與信度檢定表	43
表 4.1 有效樣本跑者背景資料分布統計表	47
表 4.2 有效樣本跑者經驗背景分布統計表	49
表 4.3 參與動機各構面題項之現況分析	51
表 4.4 遊憩專門化各構面題項之現況分析	53
表 4.5 休閒效益各構面題項之現況分析	54
表 4.6 不同人口背景對跑者參與動機影響之差異分析	56
表 4.7 不同人口背景對跑者遊憩專門化影響之差異分析	57
表 4.8 不同人口背景對跑者休閒效益影響之差異分析	58
表 4.9 不同經驗背景對跑者參與動機影響之差異分析	60
表 4.10 不同經驗背景對跑者遊憩專門化影響之差異分析	62
表 4.11 不同經驗背景對跑者休閒效益影響之差異分析	64
表 4.12 參與動機對遊憩專門化之迴歸分析	65
表 4.13 參與動機對休閒效益之迴歸分析	66
表 4.14 遊憩專門化在參與動機對休閒效益的中介效果分析	67
表 4.15 研究假設實證結果	68

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖	6
圖 2.1 動機過程模式	9
圖 2.2 遊憩專門化連續帶概念圖	15
圖 2.3 專門化環概念圖	16
圖 2.4 遊憩專門化環概念圖	17
圖 2.5 休閒效益模式	22
圖 3.1 研究架構圖	29



第一章 緒論

本章旨在說明本研究之背景與動機、提出研究目的與問題、解釋相關重要名詞及說明研究範圍與限制，全章分為五節：第一節為研究背景與動機，第二節為研究目的與研究問題，第三節為名詞釋義，第四節為研究流程，第五節為研究範圍與限制。

1.1 研究背景與動機

1.1.1 研究背景

近十年來，因為國民健康意識提高、運動意識提升、運動場館日漸普及，加上週休二日實施後，國民休閒時間增加，以及各類型運動賽會推廣及舉辦，讓民眾運動更加方便，致使臺灣運動風氣日盛。根據教育部體育署民國 102 年、103 年及 104 年運動城市調查結果發現，國內運動人口逐年成長，102 規律運動人口為 31.3%，103 年成長至 33%，104 年則達 33.4%，其中有運動的民眾最主要從事的運動項目，連續三年以「散步/走路」比例最高，比例為 42.6%、42.7%及 32.1%，其次則是慢跑，比例為 25.7%、25.7%及 31.4%，慢跑人口大幅成長，與跑步相關之運動比例佔總運動項目達六成以上，足見健走和慢跑已成為國人最常從事的運動項目。

在中華民國路跑協會提倡下，國內馬拉松活動場次逐年增加，根據跑者廣場網站統計，2013 年全國馬拉松賽為兩百餘場，2014 年增加至四百餘場，2015 年全年更達六百場次以上，馬拉松場次激增，路跑賽事平均每天一場，2014 年萬金石馬拉松更獲得國際認證，國際田徑總會 (IAAF) 授與「銅標籤」路跑賽事證書，臺灣近年已躋身為全世界四大馬拉松國家，更是世上馬拉松賽事密度最高的國家 (王仁怡，2015)。

馬拉松賽已在臺灣成為重要的運動項目，由舉辦次數及參與人數可見其重要性，探究其蓬勃發展的原因，不僅是入門簡單，馬拉松更是耐久的體能運動，也能培養樂觀堅毅的精神文化，對國民性格和智能的提升有極大的幫助 (陳美燕，2007)，因此深受注重健康的國民青睞。

1.1.2 研究動機

觀察我國規律運動及運動人口比例可知國內運動風氣日益興盛，因此延續全民運動推展的重點，是找出增進運動參加意願或不願參加的原因，加上政策引導，使規律運動及運動人口比例持續增加 (葉丁鵬、陳思瑋，2014)。在運動領域中，參與動機為重要研究議題之一，因為運動參與者需具備參與動機，才會產生運動行為 (呂美利，2013)。因此，本研究欲探討馬拉松跑者參與動機現況，並瞭解不同背景之馬拉松跑者其參與動機的差異情況，此為本研究動機之一。

跑步是能輕鬆入門的運動，但要鍛鍊體能至能參加馬拉松賽事，仍需具備一定的能力，除需要有相關的配備，更需要投入相當的時間及練習，從過程中學習跑步技巧。如前所述，跑步已成我國民眾最常從事的運動項目，而馬拉松在我國發展歷史並不長，因此，本研究欲探討馬拉松跑者遊憩專門化現況，並瞭解不同背景之馬拉松跑者其遊憩專門化的差異情況，此為本研究動機之二。

國民健康是國家最大資產，國民體能更是國家競爭力的基礎，相關研究調查結果，適度運動可促進腦內啡、多巴胺及血清素的生成，有助於抵抗壓力，並使大腦保持最佳狀態(葉丁鵬、王浩祿、陳思瑋，2014)。因此，本研究欲探討馬拉松跑者休閒效益現況，並瞭解不同背景之馬拉松跑者其休閒效益的差異情況，此為本研究動機之三。

國內對於馬拉松賽事的研究或是針對單一賽事，或是集中於參與動機和其他變數的結合，本研究選擇以馬拉松跑者為研究對象，以其參與動機為出發點，進而探討其遊憩專門化及休閒效益間的關係，並探究三者間的相關性，期能對現今馬拉松跑者有更進一步的瞭解，進而提供政府或後續相關研究作為參考，此為本研究動機之四。

1.2 研究目的

1. 瞭解馬拉松跑者的人口背景特徵。

2. 瞭解馬拉松跑者其參與動機、遊憩專門化及休閒效益現況。
3. 探討不同背景的馬拉松跑者在參與動機、遊憩專門化及休閒效益間之差異情形。
4. 探討馬拉松跑者之參與動機、遊憩專門化及休閒效益的關聯性。

1.3 名詞釋義

1.3.1 馬拉松跑者

本研究中的馬拉松跑者（以下簡稱跑者），是指在馬拉松比賽中，參與全程馬拉松及半程馬拉松之選手。

1.3.2 參與動機

動機是指引起個體活動，維持已引起的活動，促使該活動朝向某一目標進行的內在歷程（張春興，1987）。在本研究中，參與動機是指驅使跑者基於生理、心理、社會與成就等因素，產生參與馬拉松活動的動力，並促使其持續參加的過程。

1.3.3 遊憩專門化

Bryan (1977) 提出遊憩專門化係指一般廣泛參與的遊憩活動，從低涉入到對活動產生特殊興趣，進而轉為高涉入的連續性過程與行為，這樣的行為可藉由活動設備、技術及環境偏好反映出來。在本研究中，遊憩專門化是指依跑者於馬拉松活動中使用裝備、技巧、環境偏好及參與

感受、次數，從認知、行為及情感等方面判定其涉入程度高低，藉此界定跑者遊憩專門化程度。

1.3.4 休閒效益

休閒效益是指個人在參與休閒活動過程中，個人認定可以幫助改善身心狀況或滿足需求的主觀感受（洪佑賢，2011）。在本研究中，休閒效益是指跑者在參與馬拉松活動的歷程中，主觀認定在各方面達到改善身心狀態及滿足需求的感受。



1.4 研究流程

本研究首先決定研究主題，確定研究目的與問題、界定研範圍與對象後，蒐集相關文獻、探討，進而建立研究架構，再進行問卷題目設計、修正及發放調查，回收後分析資料並統整，最後提出研究結論與建議。

本研究流程圖如圖 1.1 所示。

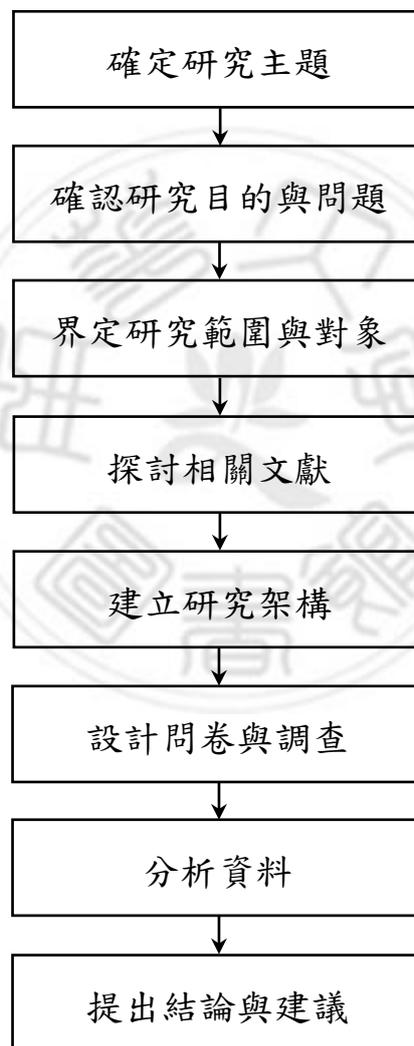


圖 1.1 研究流程圖

資料來源：本研究整理

1.5 研究範圍與限制

1.5.1 研究範圍

本研究範圍係以參加 2015 年 11 月 15 日舉辦之「2015 虎尾糖都馬拉松賽」全程馬拉松、半程馬拉松選手為對象，採取問卷調查的方式，探討其參與動機、遊憩專門化及休閒效益之相關性。

1.5.2 研究限制

本研究之限制可分為研究範圍、研究對象及抽樣方式三方面，分別說明如下：

1. 研究範圍方面：本研究問卷發放地點為雲林縣虎尾鎮，此賽事開放全國跑者參加，但受限於交通因素，所取得之樣本可能以臨近縣市跑者為多數，所得之結果可能無法推論至全國跑者之差異情形。
2. 研究對象方面：本研究問卷調查方式為賽後現場發放問卷，故受訪者在填寫問卷時，對於賽前參與動機的回顧有較不確定性，亦有因賽後過於疲憊，影響填答意願及施測信度的可能性。
3. 抽樣方式方面：本賽事全程、半程馬拉松跑者合計達六千人以上，在樣本選取時，受限人力、時間因素，無法採全面隨機抽樣方式進行調查，僅能透過便利抽樣之方式選取調查對象，研究樣本可能不夠周延。

第二章 文獻探討

本章旨在探討本研究相關之文獻，全章分為三節，第一節為參與動機定義、理論及相關研究的探討，第二節為遊憩專門化定義、理論及相關研究的探討，第三節為休閒效益的定義、內涵及相關研究的探討。

2.1 參與動機理論及相關研究

本節旨在探討馬拉松跑者遊憩專門化的內涵，包含定義、理論及相關研究的衡量構面。

2.1.1 動機的定義

動機 (Motivation) 的字源，源於拉丁語 *movere*，有動的含義，指引起個體參與活動的意願，且維持該活動向某一目標前進的內在歷程 (尚憶薇，2001)。Crandall (1980) 指出動機為個體基於休閒遊憩的需求，引起個體從事遊憩活動，維持並促使該活動朝某目標進行的內在歷程，並透過從事遊憩活動的行為，滿足個體的遊憩需要。Vroom (1964) 提出動機是控制行為的內在力量，即發自個體內心的驅力，促使個體行動的過程，其所提出的動機模式為一個循環，當個人需求不平衡時，會減少主動的動機因素，若參與活動使需求得到滿足，提供有益的正向回饋，若參與活動未能使需求得到滿足，則提供負向回饋，促使個體停止

活動。Schiffman 與 Kanuk (1983) 發表動機過程模式，指出動機是未能滿足的需求，因而引發內在驅力，驅使消費者滿足需求。動機過程模式如圖 2.1 所示。

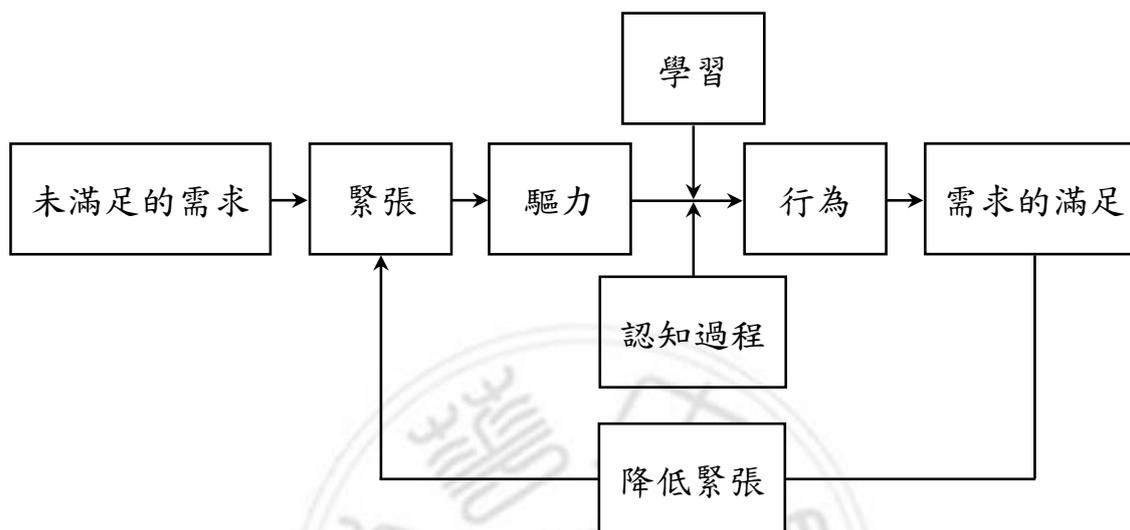


圖 2.1 動機過程模式 (Schiffman & Kanuk, 1983)

張春興、楊國樞 (1983) 根據行為科學指出，行為決定的主要因素為動機，分為內在因素及外在因素，內在因素為心理需求，外在因素為環境刺激，兩者經由動機影響行為表現。Deci 與 Ryan (1985) 指出參與運動動機的決定因素有生理、心理和社會三方面，生理動機指基於生理需求的動機，心理動機指個人心理作用或學習需要而產生的動機，社會動機是指個人因社會環境及文化影響而衍生的動機。郭豐州 (2008) 則認為運動動機的成功關鍵在於保持恆常的運動，當有明確具體的動機目標，運動更容易成為日常生活的一部分。綜上所述，行為的產生立基於動機，而動機是受內在及外在因素影響產生需求，進而引發朝向目標

前進的驅力，促使個體滿足需求，因此本研究的參與動機是指驅使跑者基於生理、心理、社會與成就等因素，產生參與馬拉松活動的動力，並促使其持續參加的過程。

2.1.2 動機理論

1. 需求層次理論

需求層次理論由美國心理學家 Maslow 在 1970 年提出，將人類各式的需求，依其發生的先後分為五種等級，分別為生理需求、安全需求、社會需求、尊重需求及自我實現需求，生理需求在最下層，依序往上為安全需求、社會需求及尊動需求，而最高層次為自我實現需求，當低階層需求滿足後，高階層需求才能成為行動的驅力，因此人要在低層次的需求被滿足後，才會去追求較高層次的需求，大多數需求層次是依序列上升，在五種需求中，生理需求、安全需求及社會需求要透過外在條件加以滿足，而尊重需求及自我實現需求則從內部得到滿足。（馬啟偉、張力為，1996）

2. 三因子理論

三因子理論是 Alderfer 於 1972 年修訂 Maslow 的需求理論，提出 ERG 需求論，認為個人有生存需求、關係需求及成長需求，生存需求為物質及生理上的慾望，相當於 Maslow 需求理論中的生理及安全需求，

關係需求是指建立並維持與重要他人關係的需求，為相當於 Maslow 需求理論中的社會及尊重需求，成長需求是指個人追求自我表現、發展潛力和積極創新等需求，相當於 Maslow 需求理論中的自我實現需求，在此理論中，個體會去追求高層次需求的滿足，受挫時則轉為追求較低層次需求的滿足，而此三種需求可能同時出現，可以同時追求一種以上的需求，沒有優先順序的分別。

3. 三種需求理論

三種需求理論由 McClelland 於 1951 年提出，指出人們有三種需求，分別為成就需求(Need for Achievement)、權力需求(Need for Power)及親和需求(Need for Affiliation)，成就需求是指追求成就感和優越感，希望自我的表現比同儕佳，權力需求是指追求控制及操控的權力，促使他人順服自己意見的慾望，親和需求是指尋求與他人建立友誼、親近及和諧的人際關係，McClelland 認為每個人都有這三種需求，但強度因人而異，環境不同會導致動機不同，動機不同亦會使行為不同，若需求不能得到滿足，則會促使人們採取行動以獲得滿足（引自呂美利，2013）。

4. 自我決定理論

自我決定理論由 Deci 與 Ryan 於 1985 年提出，為整合式理論，整合「認知評價理論」（cognitive evaluation theory）及「基本需求理論」

(basic needs theory)，認知評價理論著重社會因素在內在動機的影響，而基本需求理論著重基本需求及身心健康，從較深層的心理學觀點，探討個體在內在需求滿足及休閒運動參與間的連結。自我決定理論認為個體自我決定能力對參與動機有顯著影響，依據不同的行為成因及目標區分動機型態，而將動機分為內在動機 (intrinsic motivation, IM)、外在動機 (extrinsic motivation, EM) 及無動機 (amotivation)，內在動機是指為了獲得樂趣與滿足而參與活動，外在動機相對於內在動機，是為了獲得外在的獎勵或誘因而參與活動，無動機則指在參與活動中沒有目標，不是因為內在動機及外在動機而產生行為，自我決定程度最低。

2.1.3 動機相關研究

近年來，國內對於休閒活動參與動機的相關研究日益增加，研究範圍包括各式休閒活動，本研究針對馬拉松、路跑及跑步的相關研究進行探究，茲將相關文獻整理如表 2.1 所示。

表 2.1 參與動機相關研究彙整表

研究者	年代	研究對象	衡量構面
Havenar & Lochbaum	2007	馬拉松選手	心理、身體健康、社會、成就
郭鴻儒	2008	路跑比賽參賽者	自我展現、社會支持、賽會魅力、社交聯誼
游智名	2009	馬拉松選手	運動體驗與挑戰、賽事魅力、社交、心理感受
張秀華	2010	馬拉松賽事參與者	軟硬體規劃、自我充實
謝昇諺	2011	鐵人三項參賽者	成就、心理、健康、社會
吳苑菁	2012	馬拉松參賽者	心理、社交、成就、運動體驗與挑戰
連央毅	2013	馬拉松跑者	自我展現、社會支持
鄭秀燕	2013	馬拉松選手	運動體驗與挑戰、社交、好奇與學習、健康
林業展	2014	馬拉松跑者	學習創新、紓解壓力
湯雅琪	2014	主題性路跑參與者	好奇與學習觀光、社交、健康與挑戰、文化休閒體驗
陳麗珠	2014	馬拉松跑者	內在、外在
陳仁祥	2014	國民中學學生	心理、生理、人際
魏伊君	2014	馬拉松賽事參與者	健身與挑戰、社交、體驗與競賽、身心放鬆
劉創文	2015	路跑參與者	健康紓壓、社會支持
湯和展	2015	路跑運動參與者	外在調節、內射調節、內在動機

資料來源：研究者整理

由前述動機理論及表 2.1 可發現，專家學者及研究者所提出的參與動機分類均有所不同，分類具多樣性。本研究參考謝昇諺（2011）、連央毅（2013）及陳仁祥（2014）等參與動機量表，以生理、心理、社會及成就為衡量構面。

2.2 遊憩專門化理論及相關研究

本節旨在探討馬拉松跑者遊憩專門化的內涵，包含定義、理論及相關研究的衡量構面。

2.2.1 遊憩專門化的定義

遊憩專門化(recreation specialization)一詞是由 Bryan 於 1977 年提出，在以釣客為對象的研究中發現，當投入的時間及活動經驗越多，遊憩者會提升設備及技術，逐漸邁向專業化，他將遊憩專門化定義為遊憩者從一般廣泛式的低涉入參與，轉而對某活動特殊的、高涉入的連續性參與行為，這樣的行為可以從活動設備、技術及環境偏好反映出來，並提出四種觀點：遊憩經驗可成為預測遊憩經驗的因素，因增加活動時間使專業化程度提升；專門化的活動者會參與該活動的社交團體；活動者會從參與活動與消費的態度演變成關懷活動本質及環境；高專門化能力使活動者增加對環境及活動預測力的準確性，因而增加與特殊資源的相關性（陳梅君，2008）。Bryan 根據釣客的裝備、技術、經驗、搭檔及對環境熟悉度等條件，把釣客分為四組，依其專業化程度分為隨興參與者、普通者、技術專家及技術環境專家（湯和展，2015），其由隨興參與者演變至技術環境專家的連續過程，如圖 2.2 所示。

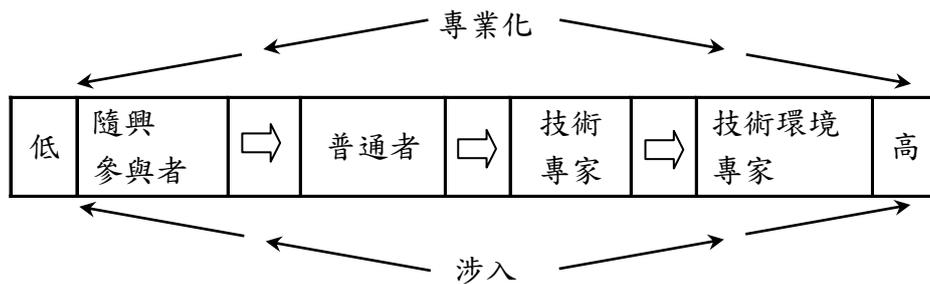


圖 2.2 遊憩專門化連續帶概念圖 (陳梅君, 2008)

Bryan 的遊憩專門化理論被應用在各種休閒活動的研究上，包含釣魚、划船、狩獵、健行、賞鳥、自行車等不同休閒活動種類，後續研究者仍沿用 Bryan 提出的定義 (蘇俊傑, 2015)，因此本研究亦採用 Bryan 的定義：從一般廣泛參與的遊憩活動，由低涉入到對活動產生特殊興趣，進而轉為高涉入的連續性過程與行為，這樣的行為可藉由活動設備、技術及環境偏好反映出來。

2.2.2 遊憩專門化理論

Little (1976) 指出專家有四項特徵，需要花很多時間與心力在活動上，並對活動有強烈參與感，同時在活動中學習進階的知識，還能透過活動對象、類別與活動的結合，從中得到愉悅感，因此提出專門化由認知系統、行為系統及情感系統等三大系統組合而成，認知系統包括對概念的內容及構造，行為系統包括參與活動的頻率及強度，情感系統則指對活動感到興趣且積極的感受，此三種系統形成專門化環，其過程具反覆性，且能相互作用及增強，如圖 2.3 所示。

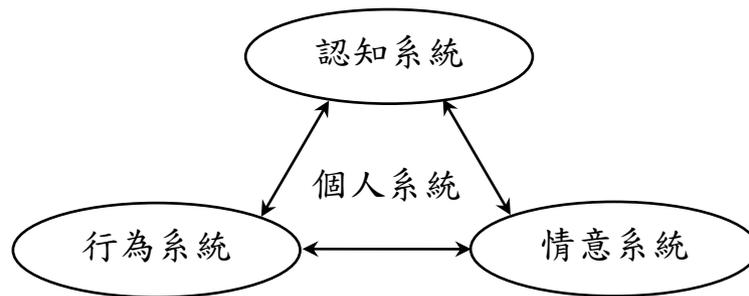


圖 2.3 專門化環概念圖 (Little, 1976)

McIntyre & Pigram (1992) 根據 Little 提出的整合系統，將其概念引入遊憩專門化的研究中，提出遊憩專門化環的模型，如圖 2.4 所示。認知系統是個人經由活動參與學習知識和精進技巧，可透過對環境屬性認識程度、技巧程度及具備專門知識程度測量；行為系統以參加頻率及強度為特徵，可透過參與經驗及環境熟悉度測量；情感系統包含持續涉入，可由對活動的重要性、愉悅性、自我表現及中心性來測量。

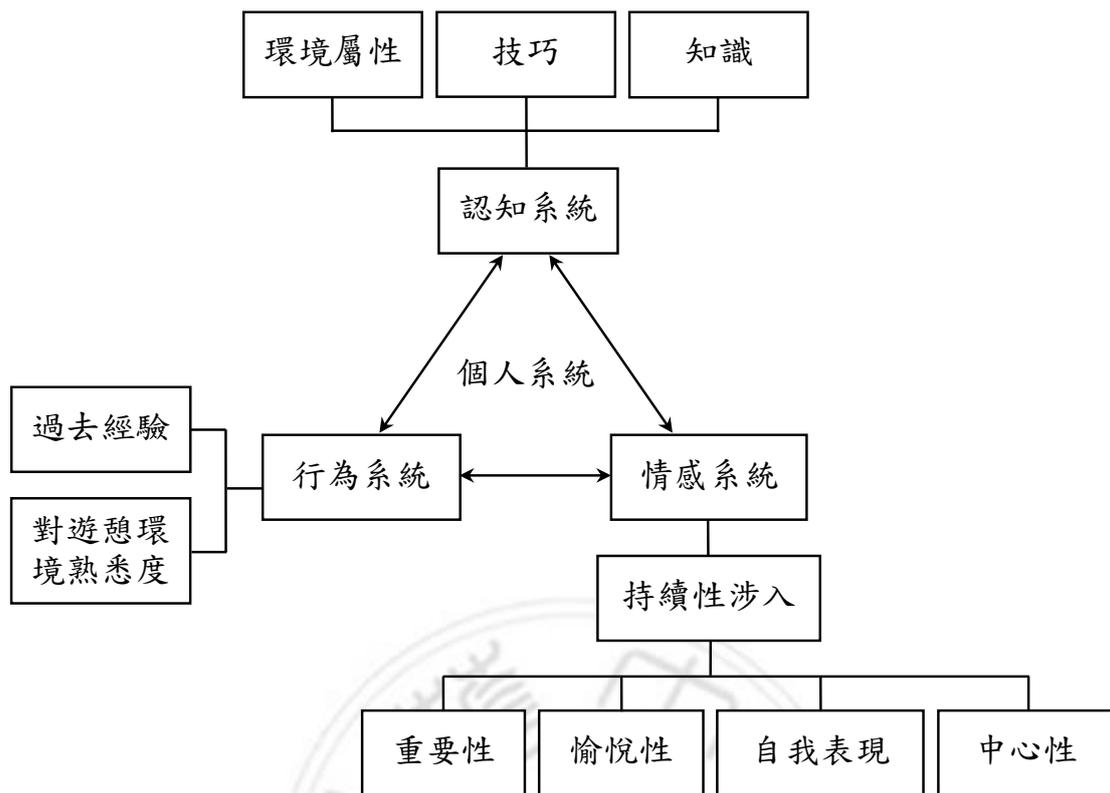


圖 2.4 遊憩專門化環概念圖 (McIntyre & Pigram, 1992)

Bryan 提出的遊憩專門化理論中，指出專業程度受到心理強化作用及社會化過程影響，當遊憩者趨向高度專門化層次發展時，個體認同與獨特感的建立管道會更依賴在特定遊憩活動的參與上，休閒參與團體的社會化作用亦會增強遊憩者依附的信念 (李齊, 2010)。

Scott & Shafer(2001)認為 Bryan 提出的專業化概念具有兩種意涵，一為專門化顯示個人參與休閒活動的習慣與行為，另一個意涵是隨著遊憩者參與活動時間逐漸累積，個人針對特定休憩活動技術及承諾層面發展的過程，當個人參與休憩活動時間越長，越有可能轉換為更高層次的涉入階段。

2.2.3 遊憩專門化相關研究

自 Bryan 提出遊憩專門化概念後，以戶外遊憩活動為主的相關研究不斷出現，茲將相關文獻整理如表 2.2 所示。

表 2.2 遊憩專門化相關研究彙整表

研究者	年代	研究對象	衡量構面
Bryan	1977	釣客	擁有的設備、技巧標準、選擇標準、過去經驗評估
McIntyre Pigram	1992	露營者	認知、行為、情感
陳梅君	2008	自行車參與者	生活方式、經濟投入、過去經驗
梁峰豪	2009	登山者	認知、行為、情感
路暢平	2009	泡茶師	經驗程度、技術與能力程度、生活中心性、涉入程度、設備與投資
李齊	2010	路亞釣運動參與者	認知、行為、情感
林少樺	2012	高爾夫球喜好者	情感、行為
莊漢平	2012	BMW E34 車友	認知、行為、情感
陳琦偉	2012	越野吉普車參與者	認知、行為、情感
陳祉云	2013	背包客	認知、行為、情感
王文伶	2015	臺灣登山者	認知、行為、情感
陳懷駿	2015	自行車騎乘者	認知、行為、情感
湯和展	2015	路跑運動參與者	認知、行為、情感
蘇俊傑	2015	哈雷重機騎士	認知、行為、情感
陳泓廷	2015	馬拉松跑者	認知、行為、情感

資料來源：研究者整理

由表 2.2 可發現，遊憩專門化在休閒遊憩上的研究數量頗豐，包含各類戶外活動，而與馬拉松相關研究僅有 2 篇，陳泓廷（2015）以馬拉松跑者為研究對象，探討遊憩專門化、體驗、知覺價值與行為意向之相關性，另湯和展（2015）以路跑運動參與者為研究對象，研究其參與動機、遊憩專門化與流暢體驗之相關性，相關研究文獻仍嫌不足。綜觀表

2.2 相關文獻，多數採用 McIntyre & Pigram (1992) 提出的概念，以認知、行為及情感三個系統進行分析、探討，因此本研究在探討馬拉松跑者遊憩專門化情形時，參考林少樺 (2011)、莊漢平 (2012)、陳懷駿 (2014) 及湯和展 (2014) 等遊憩專門化量表，以認知、行為及情感做為衡量構面。

2.3 休閒效益理論及相關研究

本節旨在探討馬拉松跑者休閒效益的內涵，包含定義、內涵及相關研究的衡量構面。

2.3.1 休閒效益定義

休閒 (leisure) 一詞為拉丁語 *licere* 的字根，代表被准許或自由的意思，指個體可自由選擇與運用的時間 (張見文, 2012)。效益 (benefits) 意味著目標的達成，包括參與休閒能達成的目標，及參與者認為休閒能幫助他們達成的目標 (吳永發, 2006)。休閒效益是指個人在參與活動過程中，身心狀況及社會關係獲得改善並帶來正面效益，可分為社會、情緒、心智及生理等四方面 (引自連央毅, 2013)。高俊雄 (1995) 指出，參與休閒活動就是休閒益處，參與休閒活動可帶來身心健康、生活滿意及個人成長等利益。Bemmel, G. & Burrus- Bemmel, L. L. (1996) 指出，休閒效益是人們在從事休閒活動中，參與體驗而獲得的利益。綜上

所述，休閒效益為個體的主觀感受，係指在參與休閒活動後，個體能得到的利益，因此在本研究中，休閒效益是指跑者在參與馬拉松活動的歷程中，主觀認定在各方面，達到改善身心狀態及滿足需求的感受。

2.3.2 休閒效益內涵

Bemmel, G. & Burrus- Bemmel, L. L. (1996) 指出，休閒效益包括生理利益 (Physiological benefits)、社交利益 (Social benefits)、放鬆利益 (Relaxation benefits)、教育利益 (Educational benefits)、心理利益 (Psychological benefits) 及美學利益 (Aesthetic benefits)。Bright (2000) 指出休閒效益是建構人類生活的全方位觀點，包括心理學、生物心理分析學、社會學、經濟學及環境學等五個層面，對人類生活的效益包括心理效益、生理效益、社會效益、經濟效益及環境效益。高俊雄 (1995) 將休閒效益歸納為三個構面，分別為均衡生活體驗、健全生活內涵及提升生命品質，均衡的生活體驗包括紓解生活壓力、豐富生活體驗及調劑精神情緒；健全生活內涵包括維持健康體能、運用心思智慧、增進親子關係、促進社會交流及關懷生活環境；提昇生活品質包括欣賞真善美、肯定自我能力及實踐自我理想。陳中雲 (2001) 歸納國內外學者的觀點，針對個人休閒經驗，認為休閒效益包括生理效益、心理效益、社交效益及教育效益。Cords & Abraham 在 1999 年以四個方面探究休閒效益，將

參與休閒活動能獲得的效益分為生理效益、情感效益、心理效益及社會效益（吳科驊，2006）。Verduin & McEwen 提出，休閒活動參與者透過休閒參與經驗，可獲得生理、心理、社交等體驗效益（林宜蔓，2004）。Driver, Brown & Peterson 在 1991 年編著的休閒效益(Benefits of Leisure)一書中，綜合三十五篇研究，大致將休閒效益分為生理的益處、心理的益處及社會的益處（林業展，2014）。Mannel & Stynes（1991）將休閒效益整合為一系列之模式，認為人們參與休閒時，受到環境、活動、時間及心境的刺激，在生理、心理、環境、經濟及社會的影響，這些影響經由人們評價後，產生休閒效益，休閒效益模式如圖 2.5 所示。

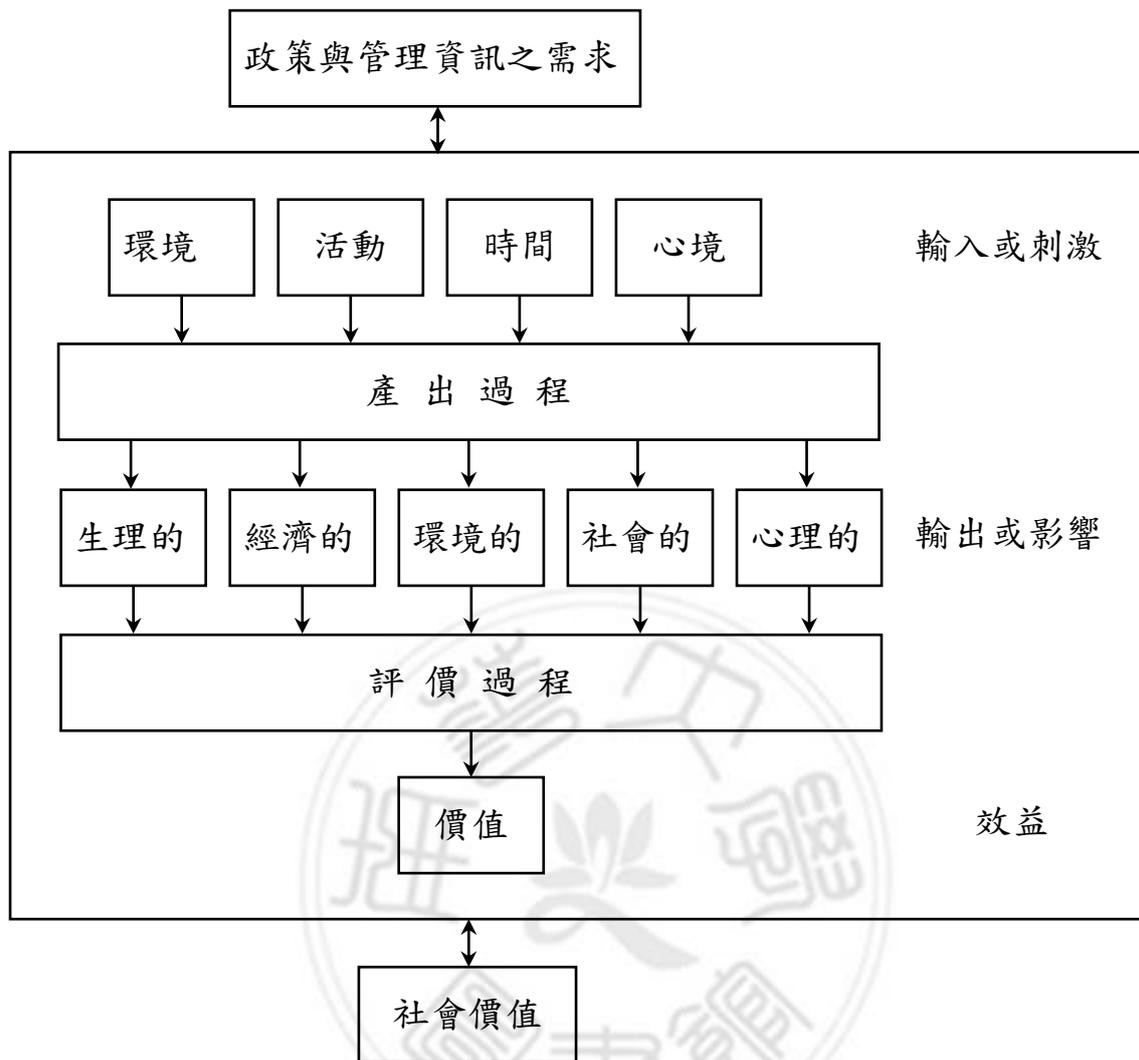


圖 2.5 休閒效益模式 (林宜蔓, 2004)

2.3.3 休閒效益相關研究

國內對於休閒效益的相關研究豐富，且廣泛應用在各類型休閒活動的研究，因此本研究僅針對馬拉松、路跑及跑步的相關研究進行探究，茲將相關文獻整理如表 2.3 所示。

表 2.3 休閒效益相關研究彙整表

研究者	年代	研究對象	衡量構面
吳永發	2006	路跑運動參與者	生理、心理、社交
陳春安	2009	路跑運動參與者	生理、心理、社交、休閒
謝昇諺	2011	鐵人三項參與者	生理、心理、社交
吳苑菁	2012	馬拉松參賽者	生理、心理、社交
連央毅	2013	馬拉松跑者	生理、心理、社交
林業展	2014	馬拉松跑者	生理、心理、社會
陳麗珠	2014	馬拉松跑者	生理、心理、社交
陳仁祥	2014	國民中學學生	生理、心理、人際

資料來源：研究者整理

由前述休閒效益之內涵可以發現，專家學者所界定之休閒效益類型種類不一，但研究者多針對個體探討其經驗中所感受的休閒效益，衡量構面以生理、心理、社交為多數，本研究主要探討跑者在參與馬拉松賽事時，個人主觀認定之休閒效益，因此參考吳永發(2006)、林業展(2014)及陳麗珠(2014)等休閒效益量表，以生理、心理及社交做為衡量構面。

2.4 參與動機、遊憩專門化及休閒效益之關係

本節旨在從不同類型的休閒活動中，統整不同背景的參與者參與動機、遊憩專門化與休閒效益間的關係，分述如下：

2.4.1 參與動機與遊憩專門化的關係

國內研究參與動機與遊憩專門化關係之研究數量並不多，包含各類運動，其中與馬拉松相關之研究僅有 1 篇。McFarlane (1994) 以賞鳥者為研究對象，發現動機高低隨專業化程度而不同，而專業化與動機具有顯著正相關，專業化程度高的賞鳥者較重視賞鳥的相關技巧與知識，

主要動機是成就，新手及中級賞鳥者則對保育有較高興趣。林連池（2002）以釣客為研究對象，發現不同專業層次釣者在「體驗大自然」的釣魚動機上「專家專業層次」顯著高於「低專業層次」的釣者，而不同專業層次釣者在「沈澱與躲避」的釣魚動機上「專家專業層次」釣者顯著的高於「中專業層次」與「低專業層次」的釣者，而「高專業層次」亦高於「低專業層次」釣者，且不同專業層次釣者在「成就與競技」的釣魚動機上「專家專業層次」釣者顯著的高於「低專業層次」的釣者。陳偉仁（2005）以潛水者為研究對象，發現專業程度越高且越具挑戰動機者越偏好高困難度的基地，而女性且低專業程度並有強烈社交動機者，則偏好有服務設施且安全以及社會性-技術性的基地。陳梅君（2008）以自行車參與者為研究對象，發現遊憩動機、深度休閒對遊憩專門化間有正向顯著差異，而單以遊憩動機對遊憩專門化來看，則沒有顯著差異。劉豐源（2009）以跆拳道參與者為研究對象，發現參與動機之內在調節動機、認同調節動機與內射調節動機可有效預測專門化之認知，但外在調節動機則較無法預測。李齊（2010）以路亞（擬餌）釣運動參與者為研究對象，發現不同專業化程度在參與動機中之「智力性成分」專家專業化程度平均數明顯高於低專業化程度之路亞（擬餌）釣運動參與者，而「社交性成分」專家專業化程度平均數明顯高於高專業化程度與

中專業化程度之路亞(擬餌)釣運動參與者，「勝任-熟練成分」專家專業化程度平均數明顯高於高專業化程度與低專業化程度之路亞(擬餌)釣運動參與者；高專業化程度與低專業化程度之路亞(擬餌)釣運動參與者明顯高於中專業化程度之路亞(擬餌)釣運動參與者。彭怡懌(2010)以自行車騎士為研究對象，發現騎士專業化程度越高，參與動機也越高。謝文寶(2011)以元極舞運動參與者為研究對象，發現專業化程度越高，參與動機越高，且「打發時間」的參與動機越低。林少樺(2012)以高爾夫球喜好者為研究對象，發現整體遊憩動機與整體遊憩專門化及「情感系統」、「行為系統」二個分層面都有顯著正相關，其中以「整體遊憩動機」與「整體遊憩專門化」相關係數值最高；「自我成長」與「情感系統」相關係數值最低。陳懷駿(2015)以自行車騎乘者為研究對象，發現騎士參與動機越高時，越常投入相關活動，因為參與時間增加而趨向專門化，說明參與動機對遊憩專門化有顯著正影響。湯和展(2015)以路跑運動參與者為研究對象，發現以「內在動機」對遊憩專業化的預測力最高，「內射調節動機」次之，而「外在調節動機」無法預測遊憩專業化。

2.4.2 參與動機與休閒效益之關係

國內對於參與動機與休閒效益的相關研究豐富，不僅應用在各類型

休閒活動，如登山、自行車、羽球、網球、桌球及鐵人三項等，亦包含宗教、教育、觀光及藝文活動等面向，因此本研究僅針對馬拉松、路跑的相關研究進行探究。

吳苑菁（2012）以馬拉松參賽者為研究對象，發現參與動機與參與效益有典型相關存在。連央毅（2013）以馬拉松跑者為研究對象，發現參與動機之「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」構面與滿意度皆有顯著的中度正相關。陳麗珠（2014）以馬拉松跑者為研究對象，發現參賽動機之內在因素及外在因素皆對休閒效益有正向的關係。林業展（2014）以馬拉松跑者為研究對象，發現參與動機對休閒效益有顯著的影響能力，表示馬拉松跑者參與動機越高休閒效益越高。陳仁祥（2014）以國民中學學生為研究對象，發現參與動機「心理需求」、「生理需求」、「人際關係」及參與效益的「心理需求」、「生理需求」、「人際關係」呈現正相關且有顯著差異。劉創文（2015）以路跑參與者為研究對象，發現路跑參與者之參與動機對休閒效益有正向影響。蘇意婷（2015）以路跑運動參與者為研究對象，發現參與動機與休閒效益之間呈現顯著正向影響。

2.4.3 參與動機及遊憩專門化對休閒效益影響之相關研究

由上述文獻可發現，不同類型的活動參與者，其參與動機會正向影

響遊憩專門化之程度，路跑參與者亦然，而馬拉松及路跑的參與者，其參與動機也會正向影響休閒效益，而遊憩專門化在參與動機對休閒效益的影響，國內針對三者間關係之研究如陳懷駿（2015）以自行車騎乘者為研究對象，發現當騎士參與動機越高時，休閒效益相對提高，參與動機對休閒效益是呈現顯著正向影響，而參與動機越高，越常投入相關活動，因為參與時間增加而趨向專門化，說明參與動機對遊憩專門化有顯著的正向影響，且以遊憩專門化為中介變數後，騎士的參與動機越高，其遊憩專門化程度隨之變高，所得的休閒效益也會隨之提高，意即遊憩專門化在參與動機對休閒效益的影響有部分中介效益。因此本研究欲探討參與動機、遊憩專門化及休閒效益間相關性，並進一步假設跑者參與動機、遊憩專門化對休閒效益有顯著正相關，且遊憩專門化在參與動機對休閒效益之影響上具中介效果。

第三章 研究方法

本章綜合前述之背景與動機，以文獻資料為研究基礎，依據研究目的設計問卷，建立本研究之架構，藉由預試問卷之分析結果，確立本研究之正式問卷。全章分為五節，第一節為研究架構，第二節為研究假設，第三節為研究對象，第四節為研究工具，第五節為資料處理與分析。

3.1 研究架構

本研究旨在探討跑者參與動機、遊憩專門化和休閒效益之關聯，依據研究動機和目的，蒐集並探討相關文獻，透過問卷調查蒐集資料，資料分析先探討跑者人口背景之現況，再以不同背景探討跑者參與動機、遊憩專門化和休閒效益之差異，進而探討參與動機、遊憩專門化及休閒效益之關聯，最後探討以遊憩專門化為中介變項時，參與動機和休閒效益間之關聯，依此提出本研究架構圖，如圖 3.1 所示：

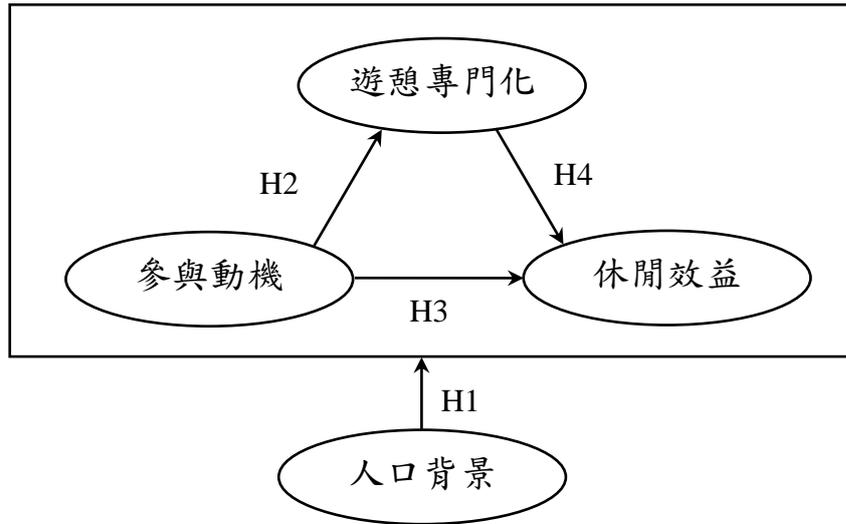


圖 3.1 研究架構圖

資料來源：本研究整理

3.2 研究假設

H1：不同背景之跑者其參與動機、遊憩專門化和休閒效益有顯著差異。

H1.1：不同背景之跑者其參與動機有顯著差異。

H1.1.1：不同性別之跑者其參與動機有顯著差異。

H1.1.2：不同年齡之跑者其參與動機有顯著差異。

H1.1.3：不同婚姻狀態之跑者其參與動機有顯著差異。

H1.1.4：不同教育程度之跑者其參與動機有顯著差異。

H1.1.5：不同職業之跑者其參與動機有顯著差異。

H1.1.6：月收入不同之跑者其參與動機有顯著差異。

H1.1.7：加入社團個數不同之跑者其參與動機有顯著差異。

H1.1.8：參加賽事時間不同之跑者其參與動機有顯著差異。

- H1.1.9：參加賽事次數不同之跑者其參與動機有顯著差異。
- H1.1.10：參加賽事花費不同之跑者其參與動機有顯著差異。
- H1.1.11：每週跑步次數不同之跑者其參與動機有顯著差異。
- H1.1.12：每次跑步距離不同之跑者其參與動機有顯著差異。
- H1.1.13：每週練習時間不同之跑者其參與動機有顯著差異。
- H1.2：不同背景之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.1：不同性別之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.2：不同年齡之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.3：不同婚姻狀態之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.4：不同教育程度之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.5：不同職業之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.6：月收入不同之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.7：加入社團個數不同之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.8：參加賽事時間不同之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.9：參加賽事次數不同之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.10：參加賽事花費不同之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.11：每週跑步次數不同之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.2.12：每次跑步距離不同之跑者其遊憩專門化有顯著差異。

- H1.2.13：每週練習時間不同之跑者其遊憩專門化有顯著差異。
- H1.3：不同背景之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.1：不同性別之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.2：不同年齡之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.3：不同婚姻狀態之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.4：不同教育程度之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.5：不同職業之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.6：月收入不同之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.7：加入社團個數不同之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.8：參加賽事時間不同之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.9：參加賽事次數不同之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.10：參加賽事花費不同之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.11：每週跑步次數不同之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.12：每次跑步距離不同之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H1.3.13：每週練習時間不同之跑者其休閒效益有顯著差異。
- H2：跑者之參與動機對遊憩專門化有顯著正向影響。
- H3：跑者之參與動機對休閒效益有顯著正向影響。
- H4：遊憩專門化在參與動機對休閒效益之影響上具有中介效果。

3.3 研究對象

本研究以馬拉松比賽中全程及半程馬拉松選手為研究對象，以便利抽樣方式進行資料蒐集，預試問卷於 2015 年 11 月 8 日，在「台灣米倉田中馬拉松」活動現場發放，回收後剔除填答錯誤及填答不完整之無效問卷，共發放問卷 72 份，得到有效問卷 66 份，有效回收率為 91.6%。正式問卷於 2015 年 11 月 15 日，在「2015 虎尾糖都馬拉松」活動現場發放，共發放問卷 426 份，回收後剔除填答錯誤及填答不完整之無效問卷，扣除無效問卷 35 份，有效問卷為 391 份，有效回收率為 91.8%。

3.4 研究工具

本研究透過問卷進行調查，依據研究目的及探討相關文獻自行編製研究工具、設計問卷，並經相關領域之專家學者修訂，問卷包括四部分，分別為「參與動機量表」、「遊憩專門化量表」、「休閒效益量表」及「背景資料」，各量表計分採李克特尺度之五等量表，非常同意計 5 分、同意計 4 分、沒意見計 3 分、不同意計 2 分、非常不同意計 1 分。

3.4.1 問卷設計

1. 參與動機量表

參與動機量表根據 Maslow、Alderfer 等學者的論點，參酌謝昇諺 (2011)、連央毅(2013)及陳仁祥(2014)等研究之參與動機量表加以歸納，經由相關領域專家修訂，本研究之跑者參與動機量表分為生理、心理、社會及成就四個構面，共計 20 個題項，如表 3.1 所示：

表 3.1 參與動機量表

構面	題項	尺度	參考文獻
生理	A1. 為了促進身體健康	李克特 五等尺度 非常同意 =5分 同意=4分 普通=3分 不同意=2分 非常不同意 =1分	謝昇諺 (2011) 連央毅 (2013) 陳仁祥 (2014)
	A2. 為了鍛鍊身體		
	A3. 為了保持體力與活力		
	A4. 為了控制體重		
	A5. 為了增強抵抗力		
心理	A6. 為了放鬆心情		
	A7. 為了紓解壓力		
	A8. 為了忘記不愉快的事物		
	A9. 為了享受競爭的氣氛		
	A10. 為了使情緒穩定		
社會	A11. 因應朋友邀約		
	A12. 為了結交志同道合的新朋友		
	A13. 為了分享比賽心得		
	A14. 為了受到親友尊重、認同		
	A15. 為了跟隨潮流		
成就	A16. 為了提升對於馬拉松運動的技巧		
	A17. 為了自我實現		
	A18. 為了從活動中建立自信心		
	A19. 為了挑戰自我潛能		
	A20. 為了鍛鍊意志力		

資料來源：本研究整理

2. 遊憩專門化量表

遊憩專門化量表根據 Bryan、McIntyre & Pigram 等學者的論點，參酌林少樺(2011)、莊漢平(2012)、陳懷駿(2014)及湯和展(2014) 等研究之遊憩專門化量表加以歸納，經由相關領域專家修訂，本研究之跑者遊憩專門化量表分為認知、行為及情感三個構面，共計 16 個題項，如表 3.2 所示：

表 3.2 遊憩專門化量表

構面	題項	尺度	參考文獻
認知	B1. 我很清楚目前馬拉松活動的訊息與新知	李克特 五等尺度 非常同意 =5分 同意=4分 普通=3分 不同意 =2分 非常不同意 =1分	林少樺 (2011) 陳懷駿 (2014) 莊漢平 (2012) 湯和展 (2014)
	B2. 我能合適的掌控跑步速度的變化		
	B3. 我能合適的調整體能以配合比賽		
	B4. 我有足夠的配備		
	B5. 我認為自己跑步技巧已經很純熟		
行為	B6. 我會搜尋與馬拉松相關的知識		
	B7. 我會參加與馬拉松相關的社群（講座）		
	B8. 我會投資經費在購買馬拉松相關配備上		
	B9. 我會透過教練的指導，來提升跑步技巧		
	B10. 我有定期跑步的習慣		
	B11. 我會固定參加比賽		
情感	B12. 只要有馬拉松活動我都會盡量參加		
	B13. 我喜歡和親友討論與馬拉松相關的事		
	B14. 成為馬拉松社團的成員對我而言是很重要的事		
	B15. 我喜歡參加馬拉松活動		
	B16. 我的休閒活動以參加馬拉松賽事為主		

資料來源：本研究整理

3. 休閒效益量表

休閒效益量表根據 Verduin & McEwen、Driver, Brown & Peterson 等學者的論點，參酌謝昇諺（2011）、林業展(2014)及陳麗珠(2014)等研究之休閒效益量表加以歸納，經相關領域專家修訂，本研究之休閒效益量表分為生理、心理及社交三個構面，共計 15 個題項，如表 3.3 所示：

表 3.3 休閒效益量表

構面	題項	尺度	參考文獻
生理	C1. 能保持良好的體能	李克特 五等尺度 非常同意 =5分 同意=4分 普通=3分 不同意=2分 非常不同意 =1分	吳永發 (2011) 林業展 (2014) 陳麗珠 (2014)
	C2. 能控制體重		
	C3. 能保持良好體態		
	C4. 能增進心肺功能		
	C5. 能提升免疫力		
心理	C6. 能紓解壓力		
	C7. 能使心情愉悅		
	C8. 能提升自信心		
	C9. 能滿足自我挑戰的需求		
	C10. 能滿足成就感		
社交	C11. 能和朋友增加相聚的機會		
	C12. 能拓展生活圈		
	C13. 能和親友分享看法		
	C14. 能得到親友認同		
	C15. 能提升和跑友間的關係		

資料來源：本研究整理

4. 背景資料

在背景資料方面，分為人口背景變項及經驗背景變項，人口背景變項包括性別、年齡、婚姻狀態、教育程度、職業及月收入，經驗背景變項包括加入社團個數、參加時間、參加賽事次數、相關花費、每週練習

次數、距離及時間，共計 13 題，如表 3.4 所示：

表 3.4 跑者背景資料

題 項	答 項
D1. 性別	男、女
D2. 年齡	20 歲以下、21~30 歲、31~40 歲、41~50 歲、51~60 歲、61 歲以上
D3. 婚姻狀態	未婚、已婚、其他
D4. 教育程度	國中以下、高中職、大學(專科)、研究所以上
D5. 職業	學生、軍警公教、農林漁牧業、製造業、服務業、自由業、退休人員、其他
D6. 月 收 入	20,000 元以下、20,001~30,000 元、30,001~40,000 元、40,001~50,000 元、超過 50,000 元
D7. 社團個數	0 個、1 個~2 個、3~4 個、5 個以上
D8. 參加時間	不足 1 年、1~3 年、4~6 年、7~9 年、10 年以上
D9. 賽事次數	0 次、1~5 次、6~10 次、11~15 次、15~20 次、超過 20 次
D10. 相關花費	不到 10,000 元、10,001~30,000 元、30,001~50,000 元、50,001~70,000 元、超過 70,000 元
D11. 每週次數	0~1 次、2~3 次、4~5 次、幾乎天天跑
D12. 每次距離	0~5 公里、6~10 公里、超過 10 公里
D13. 每週時間	5 小時以下、6~10 小時、超過 10 小時

資料來源：本研究整理

3.4.2 預試問卷分析

本研究之預試問卷回收後，以 SPSS22 之中文版軟體進行項目分析、因素分析及信度檢定，各量表預試之結果及選題準則說明如下：

1. 預試項目分析

項目分析主要目的在求出量表各別題項之決斷值，依量表總分區分出高分組及低分組，得分前 27% 為高分組，後 27% 為低分組，高低兩在在每個題項的平均差異顯著性，如達顯著水準 ($p < .05$)，表示該題項

可鑑別不同樣本的反應程度，以此做為選題之依據。

(1) 參與動機量表之預試項目分析

依決斷值來看，各題項皆達顯著水準，信度統計量計算出總量表的 α 值為.900，顯示此量表內部一致性甚佳。從表 3.5 可看出，A3 校正題項與總分相關係數比標準值低，刪除後 α 係數從.900 變成.899，而 A15 刪除後， α 係數從.900 變成.901，兩題項數值變化不大，皆予以保留。

表 3.5 參與動機量表預試項目分析摘要表

題項	極端組比較		同質性檢驗		備註
	決斷值	題項與總分相關	校正題項與總分相關	題項刪除後的 α 值	
A1	4.183**	.539**	.504	.897	保留
A2	3.046*	.475**	.425	.898	保留
A3	2.631*	.407**	#.364	.899	保留
A4	5.164***	.619**	.568	.894	保留
A5	3.975**	.628**	.577	.894	保留
A6	4.538***	.610**	.566	.895	保留
A7	5.655***	.656**	.616	.894	保留
A8	5.828***	.688**	.639	.892	保留
A9	3.370**	.535**	.451	.899	保留
A10	5.261***	.713**	.665	.891	保留
A11	2.562*	.476**	.405	.899	保留
A12	4.924***	.568**	.501	.896	保留
A13	5.078***	.646**	.582	.894	保留
A14	3.277**	.604**	.527	.896	保留
A15	2.890**	.496**	.403	#.901	保留
A16	8.251***	.777**	.731	.889	保留
A17	5.076***	.718**	.674	.891	保留
A18	3.991**	.584**	.522	.896	保留
A19	4.385***	.599**	.540	.895	保留
A20	3.869**	.565**	.509	.896	保留
判別標準	$P < .05$	$\geq .400$	$\geq .400$	$\leq .900$	

資料來源：本研究整理（註：* $p < .05$ ，** $p < .01$ ，*** $p < .001$ ，#未達指標值）

(2)遊憩專門化量表之預試項目分析

依決斷值來看，B9 未達顯著水準外，其他題項皆達顯著水準，B9 校正題項與總分相關係數偏低，刪除後， α 係數從.893 上升至.900，各項指標未達標準，因此予以刪除。從信度統計量計算出總量表的 α 值為.893，顯示此量表的內部一致性甚佳，B10 校正題項與總分相關係數雖較標準值低，但刪除後， α 係數從.893 變成.892，因此予以保留。

表 3.6 遊憩專門化量表預試項目分析摘要表

題項	極端組比較		同質性檢驗		備註
	決斷值	題項與總分相關	校正題項與總分相關	題項刪除後的 α 值	
B1	3.053**	.547**	.486	.889	保留
B2	3.664**	.589**	.526	.888	保留
B3	3.761**	.665**	.615	.886	保留
B4	3.237**	.633**	.578	.887	保留
B5	3.664**	.601**	.537	.888	保留
B6	5.334***	.716**	.667	.883	保留
B7	3.235**	.670**	.607	.885	保留
B8	2.872**	.616**	.545	.887	保留
B9	#2.030	#.348*	#.240	#.900	刪除
B10	2.803*	.452**	#.365	.892	保留
B11	4.222***	.741**	.689	.882	保留
B12	3.897**	.736**	.684	.882	保留
B13	3.386**	.599**	.526	.888	保留
B14	5.226***	.741**	.672	.882	保留
B15	3.897***	.599**	.529	.888	保留
B16	5.688***	.744**	.688	.882	保留
判別標準	$P < .05$	$\geq .400$	$\geq .400$	$\leq .893$	

資料來源：本研究整理（註：* $p < .05$ ，** $p < .01$ ，*** $p < .001$ ，#未達指標值）

(3) 休閒效益量表之預試項目分析

依決斷值來看，休閒效益量表各題項皆達顯著水準，從信度統計量計算出總量表的 α 值為 .872，顯示此量表的內部一致性甚佳。C14 刪除後， α 係數從 .872 變成 .877，數值變化不大，因此予以保留。

表 3.7 休閒效益量表預試項目分析摘要表

題項	極端值比較		同質性檢驗		備註
	決斷值	題項與 總分相關	校正題項與 總分相關	題項刪除後 的 α 值	
C1	2.569*	.579**	.508	.865	保留
C2	4.321***	.681**	.605	.860	保留
C3	2.844**	.576**	.485	.866	保留
C4	3.355*	.613**	.551	.864	保留
C5	2.739*	.558**	.480	.866	保留
C6	5.633***	.615**	.554	.864	保留
C7	6.578***	.760**	.718	.857	保留
C8	6.511***	.762**	.716	.856	保留
C9	5.701***	.588**	.528	.865	保留
C10	4.604***	.613**	.548	.864	保留
C11	3.134**	.520**	.423	.869	保留
C12	5.283***	.651**	.577	.862	保留
C13	5.216***	.664**	.574	.862	保留
C14	4.006***	.450**	.425	#.877	保留
C15	4.049***	.562**	.464	.868	保留
判別 標準	$P < .05$	$\geq .400$	$\geq .400$	$\leq .872$	

資料來源：本研究整理（註：* $p < .05$ ，** $p < .01$ ，*** $p < .001$ ，#未達指標值）

2. 因素分析與信度分析

因素分析在求出量表的建構效度，於進行因素分析前，先進行 KMO（Kaiser-Meyer-Olkin）取樣適當性及巴氏球形檢定（Bartlett Test of Sphericity），以確定題項間是否適合進行因素分析，若 KMO 值小於 0.5

時，則不宜進行因素分析。本研究採主成份分析法，以最大變異法轉軸法，萃取出特徵值大於 1 的因子，以因素負荷量大於 0.5 做為選題之準則，最後依據各因數構面的題項意涵重新命名。在因素分析後，為求量表之可靠性及有效性，再進行信度考驗分析，本研究以 Cronbach's alpha 係數評量信度高低，總量表信度係數最好在.80 以上，分量表信度係數最好在.70 以上（吳明隆，2007），表示此量表的信度甚佳。

(1) 參與動機因素分析與信度檢定

本研究參與動機量表共 20 個題項，分析結果 KMO 值為.698，球形檢定值為 682.853，達到.000 的顯著水準，表示群體間的相關矩陣具有共同因素存在，適合進行因素分析。經因素分析轉軸後，萃取出四個因素，因題項與原構面相同，因此構面名稱採原預設之名稱，不重新命名，解釋變異量分別為 21.895%、20.951%、17.301% 及 16.188%，累積解說變異量為 76.336%。信度分析結果，總量表信度為.865，四個子構面的信度分別為.933、.846、.910 及.770。本量表之 Cronbach's alpha 值皆在 0.7 以上，因素負荷量皆在 0.5 以上，如表 3.8 所示，因此本量表之信效度具一定之水準。

表 3.8 參與動機量表因素分析與信度檢定表

構面	題 項	因素 負荷量	構面 信度	特徵值	解說變異 量(%)	累積解說 變異量(%)
成就	A19. 挑戰自我潛能	.934	.933	3.503	21.895%	21.895%
	A20. 鍛鍊意志力	.886				
	A18. 建立自信心	.868				
	A17. 自我實現	.818				
心理	A7. 紓解壓力	.835	.846	3.352	20.951%	42.847%
	A6. 放鬆心情	.831				
	A10. 情緒穩定	.745				
	A8. 忘記不愉快	.705				
	A9. 享受競爭	.697				
生理	A2. 鍛鍊身體	.874	.910	2.768	17.301%	60.148%
	A1. 身體健康	.840				
	A3. 保持體力與活力	.828				
社會	A13. 分享比賽心得	.826	.770	2.590	16.188%	76.336%
	A12. 結交新朋友	.761				
	A11. 因應朋友邀約	.700				
	A15. 跟隨潮流	.640				
總信度：.865						

資料來源：本研究整理

(2) 遊憩專門化因素分析與信度檢定

本研究遊憩專門化量表共 15 個題項，分析結果 KMO 值為 .759，球形檢定值為 256.290，達到 .000 的顯著水準，表示群體間的相關矩陣具有共同因素存在，適合進行因素分析。經因素分析轉軸後，萃取出 3 個因素，分別命名為「情緒感受」、「行動展現」和「認識理解」，解釋變異量分別為 24.478%、22.610% 及 21.449%，累積解說變異量為 68.537%。信度分析結果，總量表信度為 .884，三個子構面的信度分為

別.865、.842及.797。本量表之Cronbach's alpha皆在0.7以上，因素負荷量皆在0.5以上，如表3.9所示，因此本量表信效度具一定之水準。原B12題項原屬於情感構面，因盡量參加比賽與否可由其參加頻率觀察，與行動展現因素意涵較為相近，因此調整為屬於行動展現因素。

表 3.9 遊憩專門化量表因素分析與信度檢定表

構面	題 項	因素負荷量	構面信度	特徵值	解說變異量(%)	累積解說變異量(%)
情緒感受	B16. 休閒以馬拉松為主	.883	.865	2.937	24.478%	24.478%
	B14. 成為社員	.851				
	B15. 喜歡參加比賽	.770				
	B13. 喜歡討論	.705				
行動展現	B12. 盡量參加比賽	.785	.842	2.713	22.610%	47.088%
	B7. 參加社群	.772				
	B11. 固定參加比賽	.757				
	B8. 購買配備	.738				
認識理解	B2. 掌控速度	.826	.797	2.574	21.449%	68.537%。
	B3. 調整體能	.784				
	B1. 清楚新知	.688				
	B5. 技巧純熟	.680				
總信度：.884						

資料來源：本研究整理

(3) 休閒效益因素分析與信度檢定

本研究休閒效益量表共15個題項，分析結果KMO值為.638，球形檢定值為225.369，達到.000的顯著水準，表示群體間的相關矩陣具有共同因素存在，適合進行因素分析。經因素分析轉軸後，萃取出2個因素，分別命名為「個人」、「社會」，解釋變異量分別為36.541%及27.954%，累積解說變異量為64.495%。信度分析結果，總量表信度

為.808，兩個子構面的信度分別為.852 及.831。本量表之 Cronbach's alpha 皆在 0.7 以上，因素負荷量皆在 0.5 以上，如表 3.10 所示，因此本量表之信效度具一定之水準。

表 3.10 休閒效益量表因素分析與信度檢定表

構面	題 項	因素負荷量	構面信度	特徵值	解說變異量(%)	累積解說變異量(%)
個人	C8. 提升自信心	.917	.852	3.654	36.541%	36.541%
	C4. 增進心肺功能	.872				
	C5. 提升免疫力	.819				
	C6. 紓解壓力	.754				
	C10. 滿足成就感	.696				
	C2. 控制體重	.517				
社會	C13. 和親友分享看法	.828	.831	2.795	27.954%	64.495%
	C11. 增加相聚機會	.817				
	C14. 得到認同	.794				
	C15. 提升關係	.788				
總信度：.808						

資料來源：本研究整理

3.5 資料處理與分析

本研究問卷回收後，首先剔除無效問卷，整理後將有效問卷編碼，以 SPSS 22 之中文統計軟體進行分析，使用分析方法為描述性統計分析、獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析及多元迴歸分析，說明如下：

一、描述性統計分析：以次數分配及百分比描述樣本的 13 種背景變項之特性，以平均數及標準差描述樣本之參與動機、遊憩專門化及休閒效益的現況。

二、獨立樣本 T 檢定：針對基本資料中之性別變項在參與動機、遊憩專

門化及休閒效益的差異情形。

三、單因子變異數分析：針對基本資料中除性別變數外，其他 12 種背景變項在參與動機、遊憩專門化及休閒效益的差異情形，當分析結果達顯著水準，再以雪費法事後比較。

四、迴歸分析：探討參與動機對遊憩專門化及休閒效益是否具正向影響，並驗證參與動機透過遊憩專門化，是否具有間接影響的效果。



第四章 研究結果與討論

本章彙總問卷調查所蒐集的資料，依第三章所述之統計方法進行資料分析，驗證各項假設是否成立。全章分為四節，第一節為背景資料分析，第二節為不同背景的跑者在參與動機、遊憩專門化及休閒效益的調查結果，第三節為跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益的差異分析，第四節為跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益的相關分析。

4.1 背景資料分析

本研究針對參與「2015 虎尾糖都馬拉松賽」之全程馬拉松、半程馬拉松選手發放問卷，總研究樣本數為 391 人，依據跑者背景資料的屬性，將其分為人口背景與經驗背景兩方面加以分析討論。

4.1.1 跑者人口背景統計資料

跑者人口背景變項包括「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「教育程度」、「職業」及「月收入」，運用次數及百分比分析，呈現跑者基本資料情況如表 4.1，並加以分析、討論如下：在性別方面，男性樣本數為 263 人，比例為 67.3%；女生樣本數為 128 人，比例為 32.7%，男性人數超過女性人數兩倍，男性跑者較女性跑者為多。在年齡方面，跑者年齡分布以「31~40 歲」間人數 145 人最多，佔 37.1%，其次為「21~30」

歲間人數 94 人，佔 24%，再其次為「41~50 歲」、「51~60 歲」、「20 歲以下」，分別佔 17.6%、12.3%及 4.9%，「61 歲以上」最少，佔 4.1%，「21~30 歲」與「31~40」歲兩年齡層佔全部樣本數 61.1%，顯示跑者集中於此二年齡層。在婚姻狀態方面，跑者以已婚者樣本數 222 人較多，比例為 56.8%，未婚者次之，其他樣本數 12 人，佔 3.1%最少。在教育程度方面，以「大學(專科)」245 人最多，比例為 62.7%，其次為「高中(含以下)」有 85 人，比例為 21.7%，「研究所以上」最少，比例為 15.6%，其中「大學(專科)」及「研究所以上」佔比例將近八成，顯示此次跑者的學歷普遍較高，應為我國高等教育普及化影響。在職業方面，以「服務業」99 人、「軍警公教」91 人、「製造業」87 人較多，比例分別為 25.3%、23.3%及 22.3%，佔樣本總數之 70.9%，農林漁牧業 5 人最少，比例為 1.3%。在月收入方面，跑者月收入以「超過 5 萬」116 人、「30,001~40,000 元」101 人較多，比例為 29.7%、25.8%，「40,001~50,000 元」有 69 人，佔 17.6%，收入三萬以上的跑者超過七成，最少為「20,000 元以下」50 人，比例為 12.8%。

表 4.1 有效樣本跑者背景資料分布統計表

背景變項	組別	次數(人)	百分比(%)
性別	男	263	67.3
	女	128	32.7
年齡	20歲以下	19	4.9
	21~30歲	94	24.0
	31~40歲	145	37.1
	41~50歲	69	17.6
	51~60歲	48	12.3
	61歲以上	16	4.1
婚姻狀況	未婚	157	40.2
	已婚	222	56.8
	其他	12	3.1
教育程度	高中(含)以下	85	21.7
	大學(專科)	245	62.7
	研究所以上	61	15.6
職業	學生	31	7.9
	軍警公教	91	23.3
	農林漁牧業	5	1.3
	製造業	87	22.3
	服務業	99	25.3
	自由業	32	8.2
	退休人員	15	3.8
	其他	31	7.9
月收入	20,000元以下	50	12.8
	20,001~30,000元	55	14.1
	30,001~40,000元	101	25.8
	40,001~50,000元	69	17.6
	超過5萬元	116	29.7

資料來源：本研究整理

4.1.2 跑者經驗背景統計資料

跑者經驗背景變項包括「加入社團個數」、「參加賽事時間」、「參加賽事次數」、「在賽事上的總花費」、「每週跑步次數」及「每次跑

步距離」、「每週跑步時間」，運用次數及百分比分析，呈現跑者經驗背景情況如表 4.2，並加以分析、討論如下：在加入社團個數方面，以「1~2 個」230 人及「0 個」133 人較多，比例為 58.8%及 34%，「3~4 個」、「5 個以上」皆不到 5%，顯示多數跑者參加的社團個數不超過 2 個。在參加賽事時間方面，以「1~3 年」185 人、「不足 1 年」124 人較多，比例為 47.3%及 31.7%，「7~9 年」14 人最少，比例為 3.6%。在參加次數方面，以「1~5 次」206 人最多，佔 52.7%，其次為「6~10 次」49 人、「超過 20 次」48 人及「11~15 次」41 人，比例為 12.5%、12.3%及 9%，最少為「16~20 次」12 人，比例為 3.1%。在賽事上的總花費，以「不到 10,000 元」188 人及「10,001~30,000 元」126 人較多，比例為 48.1%及 32.2%，約佔有效樣本數八成，最少者為「50,001~70,000 元」8 人，比例為 2.0%。在每週跑步次數方面，以「2~3 次」222 人最多，比例為 56.8%，超過有效樣本數的一半，其次為「0~1 次」83 人、「4~5 次」63 人較多，比例為 21.2%及 16.1%，最少為「幾乎每天」23 人，比例為 5.9%。在每次跑步距離方面，以「6~10 公里」181 人最多，比例為 46.3%，其次為「0~5 公里」119 人，比例為 30.4%，最少為「超過 10 公里」91 人，佔 23.3%。在每週跑步時間，以「5 小時以下」238 人最多，比例為 60.9%，其次為「6~10 小時」119 人，比例為 30.4%，最少為「超過 10 小時」，

比例為 8.7%。

表 4.2 有效樣本跑者經驗背景分布統計表

背景變項	組別	次數(人)	百分比(%)
加入社團個數	0個	133	34.0
	1~2個	230	58.8
	3~4個	18	4.6
	5個以上	10	2.6
參加賽事時間	不足1年	124	31.7
	1~3年	185	47.3
	4~6年	48	12.3
	7~9年	14	3.6
	10年以上	20	5.1
參加賽事次數	0次	35	9.0
	1~5次	206	52.7
	6~10次	49	12.5
	11~15次	41	10.5
	16~20次	12	3.1
	超過20次	48	12.3
在賽事上的總花費	不到10,000元	188	48.1
	10,001~30,000元	126	32.2
	30,001~50,000元	35	9.0
	50,001~70,000元	8	2.0
	超過70,000元	34	8.7
每週跑步次數	0~1次	83	21.2
	2~3次	222	56.8
	4~5次	63	16.1
	幾乎每天	23	5.9
每次跑步距離	0~5公里	119	30.4
	6~10公里	181	46.3
	超過10公里	91	23.3
每週跑步時間	5小時以下	238	60.9
	6~10小時	119	30.4
	超過10小時	34	8.7

資料來源：本研究整理

4.2 跑者在參與動機、遊憩專門化及休閒效益的調查結果

本節旨在瞭解跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益的現況，根據受訪者在「參與動機量表」、「遊憩專門化量表」及「休閒效益量表」填答內容，以平均數、標準差分析比較，以瞭解跑者在三個變數的現況。

4.2.1 跑者在參與動機的現況

如表 4.3 所示，參與動機四構面之構面平均標準差皆小於 1，代表大部分數值集中於平均數附近，平均數代表性高。參與動機量表總平均為 3.9714，可知跑者的參與動機甚佳，在四個構面中，以「生理」構面平均數 4.4885 最高，其次為「成就」構面平均數 4.0671、「心理」構面平均數 3.9601，最低為「社會」構面 3.5019，與國人運動風氣盛、注重個人健康之潮流相符，以維持身體健康為最重要之參與動機，且在參賽過程中，能獲得成就感、建立自信心，進而鍛鍊意志力、提升潛能。在各題現況分析中，平均數較高的前五題依序為「為了促進身體健康」、「為了保持體力與活力」、「為了鍛鍊身體」、「為了鍛鍊意志力」及「為了紓解壓力」；平均數較低的前五題依序為「為了跟隨潮流」、「為了分享比賽心得」、「為了享受競爭的氣氛」、「為了結交志同道合的新朋友」及「因應朋友邀約」，「生理」構面之題項皆屬平均數較高前五題，「社會」構面之題項皆屬平均數較低前五題，顯示跑者參與馬拉松賽事主要

是為健康而跑，受到他人影響而參賽的動機因素較低。在所有題項中，僅「為了跟隨潮流」及「為了享受競爭的氣氛」兩題項標準差皆大於 1，顯示跑者對於此題項看法相當分歧，且為平均數較低的前五名，足見社會風氣及滿足競爭心對跑者參與動機影響較低。

表 4.3 參與動機各構面題項之現況分析

構面	題項	平均數	標準差	構面平均數	構面標準差
生理	為了促進身體健康	4.51	.585	4.4885	.54414
	為了鍛鍊身體	4.45	.630		
	為了保持體力與活力	4.50	.594		
心理	為了放鬆心情	4.23	.739	3.9601	.73281
	為了紓解壓力	4.24	.744		
	為了忘記不愉快的事物	3.91	.927		
	為了享受競爭的氣氛	3.57	1.053		
	為了使情緒穩定	3.85	.864		
社會	因應朋友邀約	3.75	.877	3.5019	.66275
	為了結交志同道合的新朋友	3.74	.862		
	為了分享比賽心得	3.54	.921		
	為了跟隨潮流	2.98	1.043		
成就	為了自我實現	3.98	.795	4.0671	.70358
	為了從活動中建立自信心	3.89	.827		
	為了挑戰自我潛能	4.14	.723		
	為了鍛鍊意志力	4.27	.688		
				參與動機量表平均數：3.9714	
				參與動機量表標準差：.52575	

資料來源：本研究整理

4.2.2 跑者在遊憩專門化的現況

如表 4.4 所示，遊憩專門化三構面之構面平均標準差皆小於 1，代表大部分數值集中於平均數附近，平均數代表性高。遊憩專門化量表總

平均為 3.5345，可知跑者的遊憩專門化情況尚佳，平均數不高可能受限於臺灣馬拉松運動歷史仍短，雖蓬勃發展，但多數跑者仍處於為興趣而跑，專門化程度不高。在三個構面中，以「認識理解」構面平均數 3.6023 最高，其次為「情緒感受」構面平均數 3.5499，「行動展現」構面平均數 3.4514 最低。在各題現況分析中，平均數較高的前五題依序為「我很清楚目前馬拉松活動的訊息與新知」、「我喜歡參加馬拉松活動」、「我能合適的調整體能以配合比賽」、「我能合適的掌控跑步速度的變化」及「我會固定參加比賽」；平均數較低的前五題依序為「我認為自己跑步技巧已經很純熟」、「我會參加與馬拉松相關的社群（講座）」、「只要有馬拉松活動我都會盡量參加」、「成為馬拉松社團的成員對我而言是很重要的事」及「我的休閒活動以參加馬拉松賽事為主」，顯示跑者雖喜歡參加參賽，能調整體能、掌控跑步速度，但跑步技巧仍有待提升；雖會固定參加比賽，但受其他因素影響，並不以馬拉松為主要休閒活動，因此不會盡力參加每一場賽事；與參與動機構面相互對照，跑者以個人考量為主要參賽動機，因此參加社群、成為馬拉松社團成員並不是跑者重要的考量。

表 4.4 遊憩專門化各構面題項之現況分析

構面	題項	平均數	標準差	構面 平均數	構面 標準差
認識 理解	我很清楚目前馬拉松活動的訊息與新知	3.83	.718	3.6023	.58240
	我能合適的掌控跑步速度的變化	3.69	.690		
	我能合適的調整體能以配合比賽	3.70	.691		
	我認為自己跑步技巧已經很純熟	3.19	.788		
行動 展現	我會參加與馬拉松相關的社群（講座）	3.30	.866	3.4514	.69329
	我會投資經費在購買馬拉松相關配備上	3.53	.828		
	我會固定參加比賽	3.60	.897		
	只要有馬拉松活動我都會盡量參加	3.37	.867		
情緒 感受	我喜歡和親友討論與馬拉松相關的事	3.48	.847	3.5499	.74619
	成為馬拉松社團的成員對我而言是很重 要的事	3.40	.984		
	我喜歡參加馬拉松活動	3.87	.793		
	我的休閒活動以參加馬拉松賽事為主	3.46	.907		
		遊憩專門化量表平均數：3.5345			
		遊憩專門化量表標準差：.60103			

資料來源：本研究整理

4.2.3 跑者在休閒效益的現況

如表 4.5 所示，休閒效益兩構面之構面平均標準差皆小於 1，代表大部分數值集中於平均數附近，平均數代表性高。休閒效益量表總平均為 3.9449，可知跑者的休閒效益情況佳。在兩個構面中，以「個人」構面平均數 4.1155 較高，「社會」構面平均數 3.7743 較低。在各題現況分析中，平均數較高的前三題依序為「參與馬拉松賽事能增進心肺功能」、「參與馬拉松賽事能提升免疫力」及「參與馬拉松賽事能提升自信心」，此與參與動機的調查結果雷同，生理健康及個人成就感為跑者主要的動機及獲得的效益；平均數較低的前三題依序為「參與馬拉松賽

事能增加得到親友認同」、「參與馬拉松賽事能和親友分享看法」及「參與馬拉松賽事能提升和跑友間的關係」，此結果亦與參與動機調查結果相同，跑者不受外在因素而跑，因此也不以此為參賽的主要收穫。綜上所述，跑者因生理健康、提升個人成就感而跑，亦在個人身心方面獲得較大的休閒效益。

表 4.5 休閒效益各構面題項之現況分析

構面	題項	平均數	標準差	構面平均數	構面標準差
個人	參與馬拉松賽事能控制體重	3.95	.828	4.1155	.61575
	參與馬拉松賽事能增進心肺功能	4.26	.685		
	參與馬拉松賽事能提升免疫力	4.17	.680		
	參與馬拉松賽事能紓解壓力	4.12	.791		
	參與馬拉松賽事能提升自信心	4.14	.753		
	參與馬拉松賽事能滿足成就感	4.05	.809		
社會	參與馬拉松賽事能增加和朋友相聚的機會	4.02	.740	3.7743	.65368
	參與馬拉松賽事能和親友分享看法	3.69	.795		
	參與馬拉松賽事能得到親友認同	3.49	.853		
	參與馬拉松賽事能提升和跑友間的關係	3.91	.777		
		休閒效益量表平均數：3.9449			
		休閒效益量表標準差：.56471			

資料來源：本研究整理

4.3 不同背景的跑者在參與動機、遊憩專門化及休閒效益的差異情形

本節旨在瞭解不同背景的跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益的差異情況，根據受訪者在「參與動機量表」、「遊憩專門化量表」及「休閒效益量表」填答內容，以獨立樣本 t 檢及單因子變異數分析法進行分

析比較，探討不同人口背景及經驗背景的跑者在三個變數的差異情形。

4.3.1 不同人口背景對跑者影響之差異分析

跑者人口背景變項包括「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「教育程度」、「職業」及「月收入」等六類，差異分析結果分述如下。

1. 不同人口背景對跑者參與動機影響之差異分析

如表 4.6 所示，性別、婚姻狀態及收入等類別 p 值大於 .05，差異不顯著，年齡、教育程度及職業等類別 p 值小於 .05，達顯著差異水準，利用 Scheffe 檢定後，在年齡方面，年齡 21~30 歲之跑者高於 31~40 歲之跑者；在教育程度方面，學歷為大學（專科）之跑者高於高中以下之跑者；在職業方面，職業為學生之跑者高於自由業之跑者，退休人員之跑者亦高於自由業之跑者。綜上所述，性別、婚姻狀態及收入對跑者參與動機的影響不大，而年齡較輕、學歷較高者參與動機較強，而學生及退休人員參與動機較自由業強，可能與學生活動較盛，退休人員為健康因素而運動有關。依據分析結果，研究假設 H1.1.1、H1.1.3、H1.1.6 不成立，H1.1.2、H1.1.4、H1.1.5 部分成立。

表 4.6 不同人口背景對跑者參與動機影響之差異分析

背景名稱	組別	平均數	標準差	t 值	F 值	P 值	Scheffe 檢定
性別	1. 男	3.9589	.54219	-.697			
	2. 女	3.9971	.49130				
年齡	1. 20歲以下	4.0987	.57408		4.542	.000*	2 > 3
	2. 21~30歲	4.1642	.52025				
	3. 31~40歲	3.8603	.47473				
	4. 41~50歲	3.9402	.48948				
	5. 51~60歲	3.8984	.51404				
	6. 61歲以上	4.0469	.79697				
婚姻狀態	1. 未婚	3.9960	.53949		1.765	.173	
	2. 已婚	3.9412	.51116				
	3. 其他	4.2083	.57858				
教育程度	1. 高中以下	3.8059	.64384		7.397	.001*	2 > 1
	2. 大學(專科)	4.0457	.49385				
	3. 研究所以上	3.9037	.39817				
職業	1. 學生	4.2056	.54705		4.797	.000*	1 > 6 7 > 6
	2. 軍警公教	3.8613	.47842				
	3. 農林漁牧業	4.3500	.60693				
	4. 製造業	4.0618	.49859				
	5. 服務業	3.9444	.52678				
	6. 自由業	3.7129	.62194				
	7. 退休人員	4.3500	.48688				
	8. 其他	3.9153	.37310				
收入	1. 20,000元以下	4.0325	.65711		1.017	.398	
	2. 20,001~30,000元	3.9045	.51029				
	3. 30,001~40,000元	4.0050	.51884				
	4. 40,001~50,000元	4.0263	.51365				
	5. 超過50,000元	3.9149	.48091				

資料來源：本研究整理（註：* $p < .05$ ）

2. 不同人口背景對跑者遊憩專門化影響之差異分析

如表 4.7 所示，性別、年齡、婚姻狀態、教育程度及收入等類別 p 值大於 .05，差異不顯著，職業類別 p 值為 .005，達顯著差異水準，利

用 Scheffe 檢定後為差異不顯著，依據分析結果，研究假設 H1.2.1、H1.2.2、H1.2.3、H1.2.4、H1.2.5 及 H1.2.6 不成立。

表 4.7 不同人口背景對跑者遊憩專門化影響之差異分析

背景名稱	組別	平均數	標準差	t 值	F 值	P 值	Scheffe 檢定
性別	1. 男	3.5707	.60946	1.708			
	2. 女	3.4603	.57858				
年齡	1. 20歲以下	3.6754	.39762		2.184	.055	
	2. 21~30歲	3.5284	.68594				
	3. 31~40歲	3.4282	.53157				
	4. 41~50歲	3.5749	.47403				
	5. 51~60歲	3.7083	.69531				
	6. 61歲以上	3.6719	.88321				
婚姻狀態	1. 未婚	3.4719	.61372		1.470	.231	
	2. 已婚	3.5739	.58283				
	3. 其他	3.6250	.73812				
教育程度	1. 高中以下	3.8059	.64384		2.954	.053	
	2. 大學（專科）	4.0457	.49385				
	3. 研究所以上	3.9037	.39817				
職業	1. 學生	3.8414	.59720		2.962	.005*	差異不顯著
	2. 軍警公教	3.4973	.62872				
	3. 農林漁牧業	3.8500	.52175				
	4. 製造業	3.6025	.47152				
	5. 服務業	3.4268	.58821				
	6. 自由業	3.3672	.66190				
	7. 退休人員	3.8111	.80577				
	8. 其他	3.4785	.59394				
收入	1. 20,000元以下	3.6583	.76880		1.825	.123	
	2. 20,001~30,000元	3.4803	.60433				
	3. 30,001~40,000元	3.4868	.57115				
	4. 40,001~50,000元	3.4287	.59944				
	5. 超過50,000元	3.6114	.53183				

資料來源：本研究整理（註：* $p < .05$ ）

3. 不同人口背景對跑者休閒效益影響之差異分析

如表 4.8 所示，性別、婚姻狀態及收入等類別 p 值大於.05，差異不顯著，年齡、教育程度、職業等類別 p 值小於.05，達顯著差異水準，利用 Scheffe 檢定後為差異不顯著，依據分析結果，研究假設 H1.3.1、H1.3.2、H1.3.3、H1.3.4、H1.3.5 及 H1.3.6 不成立。

表 4.8 不同人口背景對跑者休閒效益影響之差異分析

背景名稱	組別	平均數	標準差	t 值	F 值	P 值	Scheffe 檢定
性別	1. 男	3.9458	.58679	.048			
	2. 女	3.9430	.51860				
年齡	1. 20歲以下	3.6754	.39762		3.705	.003*	差異不顯著
	2. 21~30歲	3.5284	.68594				
	3. 31~40歲	3.4282	.53157				
	4. 41~50歲	3.5749	.47403				
	5. 51~60歲	3.7083	.69531				
	6. 61歲以上	3.6719	.88321				
婚姻狀態	1. 未婚	3.9214	.57490		1.895	.152	
	2. 已婚	3.9450	.55732				
	3. 其他	4.2500	.51920				
教育程度	1. 高中以下	3.8103	.71268		3.346	.036*	差異不顯著
	2. 大學(專科)	3.9716	.51600				
	3. 研究所以上	4.0253	.49379				
職業	1. 學生	4.1882	.59335		2.589	.013*	差異不顯著
	2. 軍警公教	3.9084	.50729				
	3. 農林漁牧業	3.9917	.08539				
	4. 製造業	4.0824	.50983				
	5. 服務業	3.8843	.52663				
	6. 自由業	3.7435	.84310				
	7. 退休人員	3.8444	.82878				
	8. 其他	3.8656	.35660				
收入	1. 20,000元以下	4.0000	.70941		.888	.471	
	2. 20,001~30,000元	3.8364	.62102				
	3. 30,001~40,000元	3.9130	.65381				
	4. 40,001~50,000元	3.9722	.46709				
	5. 超過50,000元	3.9842	.41879				

資料來源：本研究整理（註：*p<.05）

4.3.2 不同經驗背景對跑者影響之差異分析

跑者經驗背景變項包括「加入社團個數」、「參加賽事時間」、「參加賽事次數」、「在賽事上的總花費」、「每週跑步次數」、「每次跑步距離」及「每週跑步時間」等七類，差異分析結果分述如下。

1. 不同經驗背景對跑者參與動機影響之差異分析

如表 4.9 所示，在參加賽事次數及賽事總花費類別 p 值大於 .05，差異不顯著；在加入社團個數、參加賽事時間、每週跑步次數、每次跑步距離及每週跑步時間等類別 p 值小於 .05，達顯著差異水準，利用 Scheffe 檢定後，參加賽事時間類別為差異不顯著，其餘四類別檢定結果分述如下：在加入社團方面，p 值為 .002，個數為 3~4 個之跑者高於個數為 0 個和 1~2 個；在每週跑步次數方面，次數為 4~5 次之跑者高於次數為 0~1 次；在每次跑步距離方面，距離超過 10 公里之跑者高於其他距離之跑者；在每週跑步時間方面，時間超過 10 小時及 6~10 小時之跑者高於時間為 5 小時以下之跑者。綜上所述，社團個數較多、每週跑步次數較多、每次跑步距離超過 10 公里以上及每週步跑時間較長之跑者，其參與動機較高。依據分析結果，研究假設 H1.1.8、H1.1.9、H1.1.10，H1.1.7、H1.1.11、H1.1.12 及 H1.1.13 部分成立。

表 4.9 不同經驗背景對跑者參與動機影響之差異分析

背景名稱	組別	平均數	標準差	F 值	P 值	Scheffe 檢定
加入社團個數	1. 0個	3.8929	.54424	5.014	.002**	3 > 1 3 > 2
	2. 1~2個	3.9791	.51432			
	3. 3~4個	4.3819	.28672			
	4. 5個以上	4.1000	.54741			
參加賽事時間	1. 不足1年	3.9899	.54500	2.638	.034*	差異不顯著
	2. 1~3年	4.0014	.50359			
	3. 4~6年	3.7943	.50709			
	4. 7~9年	4.2098	.56362			
	5. 10年以上	3.8375	.53894			
參加賽事次數	1. 0次	3.8750	.60880	.627	.680	
	2. 1~5次	3.9782	.50097			
	3. 6~10次	4.0115	.50593			
	4. 11~15次	3.8902	.55950			
	5. 16~20次	4.0208	.52178			
	6. 超過20次	4.0286	.56640			
賽事總花費	1. 不到10,000元	3.9611	.55410	.632	.640	
	2. 10,001~30,000元	3.9965	.47092			
	3. 30,001~50,000元	4.0393	.59100			
	4. 50,001~70,000元	4.0000	.34069			
	5. 超過70,000元	3.8585	.53018			
每週跑步次數	1. 0~1次	3.8517	.54676	4.223	.006**	3 > 1
	2. 2~3次	3.9628	.51500			
	3. 4~5次	4.1587	.49364			
	4. 幾乎每天	3.9728	.52859			
每次跑步距離	1. 0~5公里	3.8640	.51324	8.319	.000** *	3 > 1 3 > 2
	2. 6~10公里	3.9510	.50244			
	3. 超過10公里	4.1525	.54615			
每週跑步時間	1. 5小時以下	3.9028	.51818	5.868	.003**	2 > 1 3 > 1
	2. 6~10小時	4.0541	.51641			
	3. 超過10小時	4.1618	.53745			

資料來源：本研究整理（註：* $p < .05$ ，** $p < .01$ ，*** $p < .001$ ）

2. 不同經驗背景對跑者遊憩專門化影響之差異分析

如表 4.10 所示，所有類別 p 值皆為 .000，小於 .05，顯示不同經驗背景之跑者其遊憩專門化有顯著差異，利用 Scheffe 檢定，檢定結果分述如下：在加入社團個數方面，個數 0 個之跑者皆低於其他個數之跑者，個數為 3~4 個之跑者高於個數為 1~2 個之跑者；在參加賽事時間方面，時間為 1~3 年、4~6 年及 7~9 年之跑者皆高於時間不足 1 年之跑者；在參加賽事次數方面，次數在 6~10 次、16~20 次及超過 20 次之跑者高於次數為 0 次之跑者，次數在 6~10 次及超過 20 次之跑者高於次數為 1~5 次之跑者；在賽事總花費方面，花費 30,001~50,000 元之跑者高於花費不到 10,000 元之跑者，花費超過 70,000 元之跑者高於花費不到 10,000 元及 10,001~30,000 元之跑者；在每週跑步次數方面，幾乎每天跑步、次數為 4~5 次及 2~3 次之跑者高於次數為 0~1 次之跑者，幾乎每天跑步及次數為 4~5 次之跑者高於次數為 2~3 次之跑者；在每次跑步距離方面，距離為 6~10 公里之跑者高於距離為 0~5 公里之跑者，距離超過 10 公里之跑者高於其他距離之跑者；在每週跑步時間方面，時間為 6~10 小時之跑者高於時間為 5 小時以下之跑者，時間超過 10 小時之跑者高於其他時間之跑者。綜上所述，加入社團個數越多、參加賽事時間越長、參加賽事次數越多、總花費越高、每週跑步次數越多、每週跑步距離越

長及每週跑步時間越長的跑者，其遊憩專門化程度越高。依據分析結果，研究假設 H1.2.7、H1.2.8、H1.2.9、H1.2.10、H1.2.11、H1.2.12 及 H1.2.13 部分成立。

表 4.10 不同經驗背景對跑者遊憩專門化影響之差異分析

背景名稱	組別	平均數	標準差	F 值	P 值	Scheffe 檢定
加入社團個數	1. 0個	3.2193	.50653	28.936	.000***	2 > 1
	2. 1~2個	3.6529	.57021			3 > 1
	3. 3~4個	4.2407	.58220			3 > 2
	4. 5個以上	3.7333	.33054			4 > 1
參加賽事時間	1. 不足1年	3.3797	.63164	7.743	.000***	
	2. 1~3年	3.5144	.52992			3 > 1
	3. 4~6年	3.7222	.59433			4 > 1
	4. 7~9年	3.9821	.48830			5 > 1
	5. 10年以上	3.9167	.72447			
參加賽事次數	1. 0次	3.1976	.69783	10.373	.000***	3 > 1
	2. 1~5次	3.4272	.54190			3 > 2
	3. 6~10次	3.7381	.50832			5 > 1
	4. 11~15次	3.5772	.44229			6 > 1
	5. 16~20次	3.8333	.53418			6 > 2
	6. 超過20次	3.9219	.71509			
賽事總花費	1. 不到10,000元	3.3830	.57436	9.922	.000***	
	2. 10,001~30,000元	3.5668	.58329			3 > 1
	3. 30,001~50,000元	3.8333	.43583			5 > 1
	4. 50,001~70,000元	3.5625	.40520			5 > 2
	5. 超過70,000元	3.9387	.69459			
每週跑步次數	1. 0~1次	3.2530	.56331	21.561	.000***	2 > 1
	2. 2~3次	3.4910	.52816			3 > 1
	3. 4~5次	3.8730	.65169			3 > 2
	4. 幾乎每天	4.0435	.55212			4 > 1
每次跑步距離	1. 0~5公里	3.2465	.52876	31.124	.000***	4 > 2
	2. 6~10公里	3.5617	.55822			2 > 1
	3. 超過10公里	3.8571	.59929			3 > 1
每週跑步時間	1. 5小時以下	3.3746	.57255	31.622	.000***	3 > 2
	2. 6~10小時	3.6947	.52551			2 > 1
	3. 超過10小時	4.0931	.57361			3 > 1

資料來源：本研究整理（註：***p<.001）

3. 不同經驗背景對跑者休閒效益影響之差異分析

如表 4.11 所示，在參加賽事時間及賽事總花費兩類別 p 值大於 .05，差異不顯著，在加入社團個數、參加賽事時間、參加賽事次數、每週跑步次數、每次跑步距離及每週跑步時間等類別，p 值小於 .05，達顯著差異水準，利用 Scheffe 檢定後，參加賽事次數及每週跑步次數兩類別為差異不顯著，其餘三類別檢定結果分述如下：在加入社團個數方面，個數為 0 個之組別之跑者皆低於其他個數之跑者，個數為 3~4 個之跑者高於個數為 1~2 個之跑者；在每次跑步距離方面，距離超過 10 公里之跑者高於距離為 0~5 公里之跑者；在每週跑步時間方面，時間超過 10 小時之跑者高於其他時間之跑者，時間為 6~10 小時之跑者高於時間在 5 小時以下之跑者。綜上所述，加入社團個數較多、每次跑步距離及每週跑步時間較長的跑者，其休閒效益程度較高。依據分析結果，研究假設 H1.3.8、H1.3.9、H1.3.10、H1.3.11 不成立，H1.3.7、H1.3.12 及 H1.3.13 部分成立。

表 4.11 不同經驗背景對跑者休閒效益影響之差異分析

背景名稱	組別	平均數	標準差	F 值	P 值	Scheffe 檢定
加入社團個數	1. 0個	3.8239	.57385	7.633	.000***	2 > 1
	2. 1~2個	3.9639	.55102			3 > 1
	3. 3~4個	4.3426	.39127			3 > 2
	4. 5個以上	4.4000	.45014			4 > 1
參加賽事時間	1. 不足1年	3.9106	.59686	1.049	.382	
	2. 1~3年	3.9568	.54667			
	3. 4~6年	3.8750	.53828			
	4. 7~9年	4.1577	.54380			
	5. 10年以上	4.0667	.59671			
參加賽事次數	1. 0次	3.8429	.64360	2.716	.020*	差異不顯著
	2. 1~5次	3.8748	.52369			
	3. 6~10次	4.1054	.52147			
	4. 11~15次	3.9614	.50522			
	5. 16~20次	4.1806	.49852			
	6. 超過20次	4.0833	.71210			
賽事總花費	1. 不到10,000元	3.9102	.55849	.718	.580	
	2. 10,001~30,000元	3.9405	.56346			
	3. 30,001~50,000元	4.0214	.58249			
	4. 50,001~70,000元	4.0000	.34932			
	5. 超過70,000元	4.0613	.62884			
每週跑步次數	1. 0~1次	3.9071	.53313	3.695	.012*	差異不顯著
	2. 2~3次	3.8908	.59184			
	3. 4~5次	4.1111	.51272			
	4. 幾乎每天	4.1486	.42059			
每次跑步距離	1. 0~5公里	3.8410	.52315	4.997	.007**	3 > 1
	2. 6~10公里	3.9418	.55934			
	3. 超過10公里	4.0870	.60220			
每週跑步時間	1. 5小時以下	3.8340	.55564	17.560	.000***	2 > 1
	2. 6~10小時	4.0445	.54752			3 > 1
	3. 超過10小時	4.3725	.40837			3 > 2

資料來源：本研究整理（註：*p<.05，**p<.01，***p<.001）

4.4 跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益的相關分析

本節旨在瞭解跑者的參與動機、遊憩專門化及休閒效益的相關情況，以迴歸分析，檢定三者間的相關性，並檢定參與動機是否透過遊憩專門化為中介變數，影響休閒效益的效果。

4.4.1 參與動機對遊憩專門化之影響分析

如表 4.12 所示，以參與動機為自變數，遊憩專門化為依變數，利用迴歸分析，F 值為 187.879，P 值為 .000，VIF 值為 1.000，決定係數 R^2 為 .326，P 值小於 .005，VIF 值小於 10，表示參與動機對遊憩專門化的模型達顯著水準，有 32.6% 的解釋能力，從分析結果得知，跑者的參與動機對遊憩專門化有正向影響，當跑者參與動機越高，其遊憩專門化的程度亦隨之提高。依據分析結果，研究假設 H2 成立。

表 4.12 參與動機對遊憩專門化之迴歸分析

變異數分析							
模型	平方和	df	平均值平方	F	顯著性		
迴歸	45.882	1	45.882	187.879	.000		
殘差	94.999	389	.244				
總計	140.881	390					
係數							
模型	非標準化係數		標準化係數	T	顯著性	共線性統計資料	
	β	標準錯誤	Beta			允差	VIF
(常數)	.944	.191		4.949	.000		
參與動機	.652	.048	.571	13.707	.000	1.000	1.000

資料來源：本研究整理

4.4.2 參與動機對休閒效益之影響分析

如表 4.13 所示，以參與動機為自變數，休閒效益為依變數，利用迴歸分析，F 值為 325.566，P 值為.000，VIF 值為 1.000，決定係數 R^2 為.456，P 值小於.005，VIF 值小於 10，表示參與動機對休閒益的模型達顯著水準，有 45.6%的解釋能力，從分析結果得知，跑者的參與動機對休閒效益有正向影響，當跑者參與動機越高，其休閒效益的程度亦隨之提高。依據分析結果，研究假設 H3 成立。

表 4.13 參與動機對休閒效益之迴歸分析

變異數分析							
模型	平方和	df	平均值平方	F	顯著性		
迴歸	56.665	1	56.665	325.566	.000		
殘差	67.706	389	.174				
總計	124.370	390					
係數							
模型	非標準化係數		標準化係數	T	顯著性	共線性統計資料	
	β	標準錯誤	Beta			允差	VIF
(常數)	1.066	.161		6.620	.000		
參與動機	.725	.040	.675	18.043	.000	1.000	1.000

資料來源：本研究整理

4.4.3 參與動機及休閒效益以遊憩專門化為中介效果之分析

以參與動機為自變數，遊憩專門化為中介變數，休閒效益為依變數，利用階層迴歸分析，觀察加入控制中介變數前後，對依變數的影響力，檢定結果如表 4.14。

表 4.14 遊憩專門化在參與動機對休閒效益的中介效果分析

	模式 I	模式 II	模式 III	模式 IV
依變數	遊憩專門化	休閒效益	休閒效益	休閒效益
自變數	β	β	β	β
參與動機	.652***	.725***		.530***
遊憩專門化			.564***	.300***
R平方	.326	.456	.360	.524
調整過R平方	.324	.454	.359	.522
F值	187.879***	325.566***	219.019***	213.689***
P值	.000	.000	.000	.000

資料來源：本研究整理（註：*** $p < .001$ ）

依據模式 I、模式 II 顯示，參與動機分別對遊憩專門化、休閒效益有顯著影響，比較模式 II 與模式 IV 可以發現，在模式 IV 加入遊憩專門化為中介變數後，參與動機對休閒效益仍有顯著影響（P 值小於.005），但 β 值由 .652 降至 .530，表示遊憩專門化在參與動機對休閒效益的影響具有部分中介效果，表示參與動機會直接影響休閒效益，同時也會間接藉由遊憩專門化影響休閒效益。依據分析結果，研究假設 H4 成立。

4.5 研究假設之檢定

本研究相關研究假設結果彙整如下表 4.15 所示：

表 4.15 研究假設實證結果

假設項目	驗證結果	說明	頁數
H1：不同背景之跑者其參與動機、遊憩專門化和休閒效益有顯著差異。	部分成立	<p>參與動機：年齡、教育程度、職業、加入社團個數、每週跑步次數、每次跑步距離及每週跑步時間部分成立。</p> <p>遊憩專門化：加入社團個數、參加賽事時間、參加賽事次數、賽事總花費、每週跑步次數、每次跑步距離及每週跑步時間部分成立。</p> <p>休閒效益：加入社團個數、每次跑步距離及每週跑步時間部分成立。</p>	p. 50~p. 60
H2：跑者之參與動機對遊憩專門化有顯著正影響。	成立	參與動機對遊憩專門化有顯著正影響。	p. 61
H3：跑者之參與動機對休閒效益有顯著正影響。	成立	參與動機對休閒效益有顯著正影響。	p. 62
H4：遊憩專門化在參與動機對休閒效益之影響上具有中介效果。	部分成立	遊憩專門化在參與動機對休閒效益之影響上具有部分中介效果。	p. 62~p. 63

資料來源：本研究整理

第五章 結論與建議

本研究以參與動機、遊憩專門化及休閒效益為研究變數，旨在探討不同背景的馬拉松跑者在上述變數間的差異情形及相關情形，依第四章所述之分析方式進行資料分析、比較，並根據分析結果歸納結論並提出建議，期能提供舉辦馬拉松活動之單位或研究者作為參考。

5.1 研究結論

5.1.1 馬拉松跑者特性

馬拉松屬於強度稍高、對體能要求較高之運動，在背景上顯示跑者以男性居多，比例明顯高於女生，年齡層以 31~40 歲最多，21~30 歲次之，顯示跑者年齡層集中於青壯年，教育程度以大學（專科）者最多，與我國高等教育普及現況相符，職業以服務業、軍警公教及製造業較多，顯示跑者多屬中產階級，收入則以超過 5 萬最多，顯示中產階級的民眾在經濟穩定後，開始注重及培養運動習慣。在經驗背景方面，參加賽事時間以 1~3 年最多，參加次數則以 1~5 次最多，顯示我國馬拉松雖已有十幾年的發展歷史，但多數跑者接觸、參與的時間並不長，但每週跑步次數以 2~3 次最多，其次為 4~5 次，每次跑步距離亦達 6~10 公里最多，顯示跑者對於跑步的次數及距離有相當的練習量，與運動城市調

查中慢跑人口大幅成長之結果有相當之關係，若能針對跑者特性來規劃賽事，可讓更多的跑者參與及持續投入馬拉松運動。

5.1.2 跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益現況

在參與動機方面，以「生理」構面平均數最高，跑者主要為了促進身體健康、保持體力與活、鍛鍊身體、鍛鍊意志及紓解壓力而跑。在遊憩專門化方面，以「認識理解」構面平均數最高，跑者很清楚目前馬拉松活動的訊息與新知，喜歡參加馬拉松活動，能合適的調整體能以配合比賽，能合適的掌控跑步速度的變化，也會固定參加比賽。在休閒效益方面，以「個人」構面平均數較高，跑者認為參賽主要能獲得增進心肺功能、提升免疫力及提升自信心的休閒效益。綜上所述，跑者多為健康而跑，更認為自己在健康上受益較多，而遊憩專門化的程度仍低，雖對馬拉松賽事有興趣，但尚未進入高涉入的層次。

5.1.3 跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益的差異情形

在參與動機方面，跑者背景僅在年齡、教育、職業、參加社團個數、每週跑步次數、每次跑步距離及每週跑步時間有部分顯著效益，21~30歲的跑者較31~40歲的跑者有較強的參與動機，大學學歷之跑者，其參與動機較高中者強，職業為學生及退休人員的跑者，其參與動機較自由業的跑者強，參加社團數多、每週跑步次數多、每次跑步距離長及每週

跑步時間長的跑者，其參與動機較參加社團數少、每週跑步次數少、每次跑步距離短及每週跑步時間短者為佳。在遊憩專門化方面，年齡、婚姻、教育程度、職業及收入皆無顯著差異，而參加社團個數較多、參加賽事時間較長、參加次數較多、花費較多、每週跑步次數較多、每週跑步距離及時間較長的跑者，其遊憩專門化程度較高。在休閒效益方面，跑者背景的休閒效益僅在參加社團個數、每次跑步距離及每週跑步時間有部分顯著差異，加入社團數較多、每次跑步距離超過 10 公里、每週跑步時間超過 10 小時者有較佳的休閒效益。綜上所述，跑者的人口背景在參與動機、遊憩專門化及休閒效益的差異較小，而跑者的經驗背景在遊憩專門化上有較顯著的差異。

5.1.4 跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益間的關聯性

研究結果顯示，跑者的參與動機對遊憩專門化有顯著正相關，亦對休閒效益有顯著正相關，遊憩專門化在參與動機對休閒效益的影響上具中介效果，綜上所述，當跑者參與動機越強，其遊憩專門化及休閒效益的成效越高，且因遊憩專門化具中介效果，更加强參與動機對休閒效益的影響，亦即馬拉松跑者參與動機越高，遊憩專門化程度越高，感受到的休閒效益也有所提升。

5.2 研究建議

5.2.1 提升參與動機

根據研究結果發現，跑者重視生理方面的參與動機，主要為追求健康而跑，亦關注成就及心理層面，希望參加比賽能從中建立自信、紓解壓力，卻較忽略社會層面，且女性跑者比率遠低於男性跑者，若能調整比賽方式，增加團體競賽的獎項，透過路跑協會、社群或其他小型社團號召，使跑者間的聯結更加緊密，拓展人際關係，強化跑者的參加意願，或是增加以女性為主的賽事場次，給予報名優惠，完賽紀念品依女性需求設計，以期提升跑者整體的參與動機及提高女性跑者的參與意願。

5.2.2 提升遊憩專門化程度

根據研究結果發現跑者熟悉賽事相關訊息，喜歡參加比賽，會依據比賽性質調整體能，但遊憩專門化程度尚未進入高涉入之層次，在行動展現構面得分較低，且自我評估跑步技巧純熟的題項平均分數最低，會參與馬拉松相關的社群講座情況平均值亦低，因此，除了提升跑者參與動機，使遊憩專門化程度隨之提高外，政府及民間團體可針對不同專門化程度之跑者，開設相關課程及訓練，增進對馬拉松運動的瞭解，使非固定參賽之跑者成為自發性運動的跑者，而透過相關團體的推動，使跑者從個別型運動人口，轉為團體型運動人口。經由漸進的參與，讓跑者

在認識理解及情緒感受方面增加認同感，體會到參賽的樂趣，行動展現隨之提升，而能持續性的參與賽事，使遊憩專門化之程度提高。

5.2.3 提升休閒效益

根據研究結果發現跑者在參與賽事的過程中，在生理及心理方面獲得各種休閒效益，有助於改善跑者身心狀態，提升生活品質，對於個人的休閒效益認同度較高，但社會方面的休閒效益感受度較低，因此，賽事的主辦單位可從賽事進行方式著手，在進行賽會時，讓跑者能擴大社交圈，或是增加以家族為單位之團體獎項，使一般民眾能透過喜愛馬拉松的親友鼓勵參賽，進而增進家庭情感，與親友分享比賽心得，藉此提升休閒效益的附加價值，強化跑者的休閒效益，更有利於賽事的推展。

5.3 後續研究建議

在研究變數方面，本研究將遊憩專門化程度以「認識與理解」、「行動展現」及「情緒感受」三構面來進行探討，未依專門化程度不同加以分類，而遊憩專門化程度不同的族群間或有不同的行為模式及關係，建議後續研究者可將跑者依遊憩專門化程度分組，探討程度高低者間的差異，及與其他變數的關係，以期更瞭解遊憩專門化程度對跑者在參與馬拉松運動的影響。

在研究對象方面，本研究對象為 2015 虎尾糖都馬拉松全程馬拉松

及半程馬拉松跑者，其路跑距離為 42.195 公里及 22.3 公里，需在 6.5 小時及 3.5 小時內完成，方可得到完賽證明，在賽事規劃上尚有健康組及休閒組，路跑距離為 10 公里及 3.5 公里，在 2 小時及 1 小時內完成即可得到證明，完賽難度不高，全程馬拉松及半程馬拉松跑者若對馬拉松無高度興趣及投入時間練習，報名及完賽的可能性較低，建議後續研究者可加入其他組別的跑者為研究對象，分析其與全程馬拉松及半程馬拉松選手在參與動機上的差異，透過政策推動、賽事規劃提升馬拉松跑者的參與動機，進而提升其遊憩專門化的程度，使其感受得到的休閒效益越多，更有利於馬拉松運動的推展與延續。

參考文獻

一、中文部分

1. 王仁怡(2015)，路跑賽事產業品牌發展之探討，國民體育季刊，第四十四卷第四期，34-39 頁。
2. 王文伶 (2015)，計畫行為、遊憩專門化對低衝擊遊憩行為意圖之影響—以臺灣登山者為例，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所。
3. 吳永發 (2006)，路跑運動參與者持續涉入、休閒效益與幸福感之研究，國立體育學院體育推廣學系碩士論文。
4. 吳明隆(2007)，SPSS 統計應用學習實務：問卷分析與應用統計，三版，台北：加樺國際。
5. 吳科驊 (2006)，登山健行者休閒參與動機、持續涉入、休閒效益與幸福感之相關研究，國立臺灣體育學院體育研究所碩士論文。
6. 吳苑菁 (2012)，馬拉松參賽者之參與動機、涉入程度與參與效益之研究—以 2012 新北市萬金石國際馬拉松為例，輔仁大學體育學系碩士班碩士論文。
7. 李齊 (2010)，路亞(擬餌)釣運動參與者參與動機、遊憩專業化程度與流暢體驗之研究，輔仁大學體育學系碩士班碩士論文。

8. 尚憶薇 (2001), 花蓮地區老年人休閒動機與休閒阻礙之研究, 體育學報, 第 31 輯, 183-192 頁。
9. 林連池 (2002), 海岸遊憩釣者專業層次、釣魚動機與其釣魚環境屬性需求之研究—以高雄縣茄萣鄉興達港區水域為例, 國立體育學院體育研究所碩士論文。
10. 林宜蔓 (2004), 游泳者持續參與在休閒效益與幸福感之研究, 國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
11. 林少樺 (2012), 遊憩動機, 遊憩專門化, 體驗及行為意圖之相關研究—以高爾夫球喜好者為例, 國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理系碩士論文。
12. 林業展 (2014), 參與動機、休閒效益、工作滿足與工作績效關係之研究—以馬拉松跑者為例, 南華大學企業管理系管理科學碩博士班碩士論文。
13. 呂美利 (2013), 運動參與動機、運動設施滿意度、休閒效益與生活品質之研究—以嘉義地區運動參與者為例, 南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文。
14. 洪佑賢 (2011), 台中縣東豐自行車綠廊、后豐鐵馬道自行車騎乘者參與動機、滿意度與休閒效益關係之研究, 國立東華大學體育與運

動科學系碩士論文。

15. 高俊雄 (1995), 休閒利益三因素模式, 戶外遊憩研究, 第八卷第一期, 15-28 頁。
16. 涂淑芳 (1996), Leisure and Human Behavior/Bammel, G. & Burrus-Bammel, L. L. 著, 休閒與人類行為, 初版, 臺北: 桂冠。
17. 馬啟偉、張力為 (1996), 體育運動心理學。臺北市: 東華。
18. 陳中雲 (2001), 國小教師休閒參與、休閒效益與工作滿意之關係研究, 國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文。
19. 陳偉仁 (2005), 水肺潛水活動之遊憩動機、持久性涉入及專門化關係之研究, 銘傳大學觀光研究所碩士班碩士論文。
20. 陳美燕 (2007), 國際運動賽會與國家文化行銷之連結, 國民體育季刊, 第三十六卷第四期, 34-39 頁。
21. 陳梅君 (2008), 自行車參與車遊憩動機、深度休閒與遊憩專門化關係之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
22. 陳春安 (2009), 路跑運動參與者涉入程度、流暢體驗與休閒效益之研究, 南台科技大學休閒事業管理系碩士學位論文。
23. 陳琦偉 (2012), 越野吉普車參與者遊憩專業化與流暢體驗之研究, 國立體育大學管理學院休閒產業經營學系碩士論文。

24. 陳祉云(2013), 背包客遊憩專門化與旅遊動機及紀念品屬性關係之研究, 國立臺北護理健康大學旅遊健康研究所碩士學位論文。
25. 陳素芬(2014), 休閒運動參與動機、家庭支持、休閒阻礙及休閒效益關係之研究—以網球活動為例, 南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文。
26. 陳函妤(2014), 雲林縣國小教師休閒運動參與動機、休閒運動行為及休閒運動滿意度之相關研究, 南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士班碩士論文。
27. 陳麗珠(2014), 馬拉松跑者參賽動機、休閒效益與幸福感之相關研究—以 2013 府城安平仲夏夜浪漫星光馬拉松為例, 南華大學休閒產業經濟學系碩士論文。
28. 陳仁祥(2014), 國民中學學生路跑活動參與動機及參與效益之研究—以苗栗縣公館國中為例, 育達科技大學休閒事業管理系碩士論文。
29. 陳懷駿(2015), 自行車騎乘者參與動機、遊憩專門化與休閒效益之研究, 南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士班碩士論文。
30. 陳泓廷(2015), 遊憩專門化、體驗、知覺價值與行為意向之相關性研究—以臺南古都國際馬拉松為例, 國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文。

31. 郭豐州、夏偉恩 (2008)，當自己的跑步教練。臺北市：三聯。
32. 莊漢平(2012)，人格特質、遊憩專門化、流暢體驗與休閒效益關係之研究—以某房車車友為例，南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文。
33. 張春興、楊國樞 (1983)。心理學。臺北市：東華。
34. 張春興 (1987)。張氏心理學辭典。臺北市：東華。
35. 張秀華 (2010)，曾文水庫馬拉松參與動機與賽會滿意度、價值之研究，國立臺灣體育學院運動管理學系碩士學位論文。
36. 郭鴻儒(2008)，路跑比賽運動員動機、健康行為與自覺健康之探討，大葉大學運動事業管理學系碩士班碩士論文。
37. 張見文 (2012)，休閒效益之初探，第五屆運動科學暨休閒遊憩管理學術研討會，屏東教育大學，191~198 頁。
38. 梁峰豪 (2009)，登山者遊憩專門化、環境態度與場所依戀關係之研究—以向陽山-三叉山-嘉明湖國家步道為例，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文。
39. 連央毅(2013)，馬拉松跑者參與動機、休閒效益與滿意度之研究，國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所碩士論文。
40. 路暢平 (2009)，泡茶師深度休閒與遊憩專門化之關係，亞洲大學休

閒與遊憩管理學系碩士論文。

41. 彭怡懌 (2010), 自行車騎士之專業化程度、參與動機與環島自行車道環境屬性重視度之研究, 國立體育大學休閒產業經營學系碩士班碩士論文。
42. 湯雅琪 (2014), 主題性路跑參與者參與動機、涉入程度與滿意度之研究, 國立臺灣師範大學運動與休閒學院運動休閒與餐飲管理研究所碩士學位論文。
43. 湯和展 (2015), 路跑運動參與者參與動機、遊憩專業化與流暢體驗之研究, 大葉大學休閒事業管理學系碩士班論文。
44. 教育部體育署 (2015)。運動城市調查。2016 年 1 月 30 日, 取自 http://www.sa.gov.tw/wSite/mp?mp=11&ctNode=216&idPath=213_216。
45. 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, 國立臺灣師範大學體育學系碩士學位論文。
46. 葉丁鵬、陳思瑋 (2014), 我國基層體育運動組織與規律運動人口推展之政策, 國民體育季刊, 第四十三卷第一期, 6-9 頁。
47. 葉丁鵬、王浩祿、陳思瑋 (2014), 國民體育日意涵及活動規劃, 國民體育季刊, 第四十三卷第三期, 6-11 頁。
48. 鄭秀燕 (2013), 馬拉松選手參與動機與賽會滿意度研究~以 2011 建

- 國百年「嘉市 GO！」雙潭馬拉松為例，南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
49. 劉豐源 (2009)，跆拳道品勢運動之參與動機、專門化與深度休閒關係之研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士班碩士論文。
50. 劉創文 (2015)，路跑參與者參與動機、休閒效益與幸福感之研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
51. 謝昇諺 (2011)，鐵人三項參賽者參與動機、涉入程度與休閒效益之研究，臺北市立教育大學體育學系碩士班碩士論文。
52. 謝文寶 (2011)，元極舞運動參與者專業化程度與其參與動機、阻礙之關係，亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士在職專班碩士論文。
53. 魏伊君 (2014)，高雄馬拉松賽事參與者的觀光吸引力、參與動機、知覺價值與行為意向之研究，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所。
54. 蘇俊傑 (2015)，哈雷重機騎士認真休閒對遊憩專門化之影響，臺北市立大學休閒運動管理學系碩士論文。
55. 蘇意婷 (2015)，以自我決定理論探討路跑運動參與者參與動機、流暢體驗與休閒效益關係之研究，國立臺東大學休閒事業管理碩士在職專班碩士論文。

二、英文部分

1. Alderfer, C. P.(1972), Existence, Relatedness & Growth: Human Needs in Organizational Settings, Free Press, N. Y.
2. Bright, A. D.(2000). The role of social marketing in leisure and recreation management. Journal of Leisure Research, Vo32, No.1, pp.12-17.
3. Bryan, H. (1977). Leisure Value Systems and Recreational Specialization: The Case of Trout Fishermen. Journal of Leisure Research, Vol9, No.3, pp.174-187.
4. Crandall, R.(1980). Motivations for Leisure. Journal of Leisure Research, Vol.12, No.1, pp.45-54.
5. Deci, E. L. & Ryan, R. M.(1985), Intrinsic Motivation and Self-determination in Human Behavior, Plenum Press, N. Y.
6. Havenar, J. & Lochbaum, M. (2007). Differences in Participation Motives of First-time Marathon Finishers and Pre-race Dropout. Journal of Sport Behavior, Vol.30, No.3, pp.270-279.
7. Little, B. R. (1976). Specialization and the Varieties of Environmental Experience: Empirical Studies within the Personality Paradigm. In Wapner, S. Cohen, S. C. & Kaplan, B.(Eds.).Experiencing the Environment , pp.81-116, Plenum Press, N. Y.
8. McIntyre, N.& Pigram, J. J. (1992). Recreation specialization reexamined: The case of vehicle-based campers. Journal of Leisure Sciences, Vol.14, pp.3-15.
9. McFarlane, B. L.(1994). Specialization and motivations of birdwatchers.

Wildlife Society Bulletin, Vol.22, No.3, pp.361-370.

10. Schiffman, L.G, & Kanuk, L. L. (1983), Consumer Behavior,
Prentice-Hall, N.J.
11. Vroom, V. (1964). Management and Motivation, Job Wiley and Son,
N. Y.



附錄

親愛的馬拉松跑友您好：

感謝您協助訪問，此問卷是以馬拉松跑者為研究對象，研究其參與動機、遊憩專門化及休閒效益的相關情形。此問卷僅供學術研究之用，採不具名方式填寫，內容絕不對外公開，請安心填答，懇請您撥冗完成填答，謹此感謝您的寶貴意見。

敬祝

順心如意

南華大學休閒環境管理研究所

指導教授：于 健 博士

研 究 生：沈怡欣 敬上

【第一部分 參與動機】

以下題項是為瞭解目前您參與馬拉松賽事的動機為何，請根據您對題目的同意程度，在下列的選項中勾選最合適的選項。	非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非 常 不 同 意
1. 為了促進身體健康	<input type="checkbox"/>				
2. 為了鍛鍊身體	<input type="checkbox"/>				
3. 為了保持體力與活力	<input type="checkbox"/>				
4. 為了放鬆心情	<input type="checkbox"/>				
5. 為了紓解壓力	<input type="checkbox"/>				
6. 為了忘記不愉快的事物	<input type="checkbox"/>				
7. 為了享受競爭的氣氛	<input type="checkbox"/>				
8. 為了使情緒穩定	<input type="checkbox"/>				

9. 因應朋友邀約	<input type="checkbox"/>				
10. 為了結交志同道合的新朋友	<input type="checkbox"/>				
11. 為了分享比賽心得	<input type="checkbox"/>				
12. 為了跟隨潮流	<input type="checkbox"/>				
13. 為了自我實現	<input type="checkbox"/>				
14. 為了從活動中建立自信心	<input type="checkbox"/>				
15. 為了挑戰自我潛能	<input type="checkbox"/>				
16. 為了鍛鍊意志力	<input type="checkbox"/>				

【第二部分 遊憩專門化】

以下題項是為瞭解目前您對於參與馬拉松賽事的專門化程度，請依據您實際的情況與感受，在下列的選項中勾選最合適的選項。	非常 同意	同意	普通	不同意	非常 不同意
1. 我很清楚目前馬拉松活動的訊息與新知	<input type="checkbox"/>				
2. 我能合適的掌控跑步速度的變化	<input type="checkbox"/>				
3. 我能合適的調整體能以配合比賽	<input type="checkbox"/>				
4. 我認為自己跑步技巧已經很純熟	<input type="checkbox"/>				
5. 我會參加與馬拉松相關的社群（講座）	<input type="checkbox"/>				
6. 我會投資經費在購買馬拉松相關配備上	<input type="checkbox"/>				
7. 我會固定參加比賽	<input type="checkbox"/>				
8. 只要有馬拉松活動我都會盡量參加	<input type="checkbox"/>				

9. 我喜歡和親友討論與馬拉松相關的事	<input type="checkbox"/>				
10. 成為馬拉松社團的成員對我而言是很重要的事	<input type="checkbox"/>				
11. 我喜歡參加馬拉松活動	<input type="checkbox"/>				
12. 我的休閒活動以參加馬拉松賽事為主	<input type="checkbox"/>				

【第三部分 休閒效益】

以下題項是為瞭解您參與馬拉松賽事後的情況與感受，請根據您對題目的同意程度，在下列的選項中勾選最合適的選項。	非常 同意	同意	普通	不同 意	非常 不同意
1. 參與馬拉松賽事能控制體重	<input type="checkbox"/>				
2. 參與馬拉松賽事能增進心肺功能	<input type="checkbox"/>				
3. 參與馬拉松賽事能提升免疫力	<input type="checkbox"/>				
4. 參與馬拉松賽事能紓解壓力	<input type="checkbox"/>				
5. 參與馬拉松賽事能提升自信心	<input type="checkbox"/>				
6. 參與馬拉松賽事能滿足成就感	<input type="checkbox"/>				
7. 參與馬拉松賽事能增加和朋友相聚的機會	<input type="checkbox"/>				
8. 參與馬拉松賽事能和親友分享看法	<input type="checkbox"/>				
9. 參與馬拉松賽事能得到親友認同	<input type="checkbox"/>				
10. 參與馬拉松賽事能提升和跑友間的關係	<input type="checkbox"/>				

【第四部分 基本資料】：請勾選您認為最適合的選項（單選）

1. 性別： 男 女
-
2. 年齡： 20歲以下 21~30歲 31~40歲
 41~50歲 51歲以上
-
3. 婚姻狀態： 未婚 已婚 其他
-
4. 教育程度： 高中(含)以下 大學(專科) 研究所以上
-
5. 職業： 學生 軍警公教 農林漁牧業
 製造業 服務業 自由業
 退休人員 其他
-
6. 月收入： 20,000元以下 20,001~30,000元
 30,001~40,000元 40,001~50,000元
 超過50,000元
-
7. 目前加入的跑步社團個數
 0個 1個 2個 3個以上
-
8. 參加馬拉松賽事的時間（半馬以上）
 不足1年 1~3年 4~6年 7~9年
 10年以上
-
9. 曾參加過的馬拉松次數（半馬以上）
 0次 1~5次 6~10次 11~15次
 超過15次
-
10. 從事路跑活動後，總計相關花費
 不到10,000元 10,001~30,000元 30,001~50,000元
 50,001~70,000元 超過70,000元
-
11. 平均每週跑步次數
 0~1次 2~3次 4~5次 幾乎每天
-
12. 平均每次跑步距離
 0~5公里 6~10公里 超過10公里
-
13. 每週跑步總時間
 不到3小時 3~5小時 6~8小時 超過8小時