

運動觀光活動服務品質、遊客參與體驗與持續涉入之研究

鄭乙祥、李城忠

E-mail: 9806161@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究之目的旨在分析運動觀光活動服務品質、遊客參與體驗與持續涉入之研究，本研究之變項包括服務品質、參與體驗與持續涉入。研究採問卷調查方式，以日月潭美利達單車逍遙遊參與者為對象。於單車逍遙遊活動現場以便利取樣進行調查，共獲有效問卷347份。經本研究分析後得以下結論：一、在347份有效問卷中，參與運動觀光之遊客以31-40歲族群最多，男性多於女性，且大多居住在中部地區。二、運動觀光「服務品質」對遊客「參與體驗」有正向影響。三、運動觀光遊客「參與體驗」對「持續涉入」有正向影響。根據分析結果，本研究不僅對相關主管機關及推廣單位提出建議，亦對未來研究者提出後續研究之建議。

關鍵詞：運動觀光、服務品質、參與體驗、持續涉入

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
. iv 誌謝辭		. v 內容目錄	
. vi 表目錄		. viii 圖目錄	
. . . x 第一章 緒論		. . . 1 第一節 研究背景與動機	
. . . . 1 第二節 研究目的 4 4 第三節 研究問題	
. . . . 4 第四節 研究範圍 4 4 第二章 文獻探討	
. . . . 5 第一節 運動觀光 5 5 第二節 服務品質	
. . . . 18 第三節 參與體驗 27 27 第四節 持續涉入	
. . . . 35 第三章 研究方法 42 42 第一節 研究架構	
. . . . 42 第二節 研究變項之操作性定義 42 42 第三節 研究假設	
. . . . 43 第四節 研究工具 44 44 第五節 研究方法	
與調查對象 54	第四章 結果分析與討論 55
結構分析 55	第二節 研究工具信度與效度分析 58
整體結構模式分析 81	第四節 模式驗證結果分析 87
結論與建議 89	第一節 結論 89
第二節 後續研究建議 91	第三節 研究限制 92
參考文獻 93	附錄 研究問卷 93
. 109			

參考文獻

一、中文部分 B. H. Schmitt (1999), 體驗行銷(王育英, 梁曉鶯譯), 台北:經典傳訊文化股份有限公司。方怡堯(2002), 溫泉遊客遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究-以北投溫泉為例, 臺灣師範大學運動與休閒管理學系未出版之碩士論文。王裕平(2002), 消費者涉入程度、產品類別與推薦式廣告之溝通效果研究-以休閒運動類產品為例, 臺灣師範大學運動與休閒管理學系未出版之碩士論文。交通部觀光局(2006), 中華民國95年來台旅客消費及動向調查, 台北:交通部觀光局。交通部觀光局(2008), 中華民國96年國人旅遊狀況調查, 台北:交通部觀光局。交通部觀光局(2008), 觀光資訊月報, 台北:交通部觀光局。江中皓(2002), 運動觀光高爾夫假期遊客參與動機與滿意度之研究, 國立體育學院體育研究所未出版之碩士論文。行政院93年11月15日院臺經字第0930051134號函。行政院主計處(2006), 中華民國行業分類標準第八次修定, 台北:行政院。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未出版之碩士論文。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未出版之碩士論文。宋威穎, 雷文谷(2008), 從國內運動觀光之發展探討旅遊目的地行銷, 大專體育, 94, 104-112。李丹妮(2008), 小輪徑走天下折疊單車正夯, 新台灣新聞周刊, 636。李文貴(2007), 遊客休閒涉入、休閒體驗與滿意度關係之研究-以屏東國立海洋生物博物館為例, 國立屏東科技大學景觀暨管理研究所未出版之碩士論文。李城忠(2008), 應用統計學SPSS完全攻略, 台北:新文京開發出版股份有限公司。李城忠, 沈德裕(2007), 運動觀光特色對遊客認知價值與滿意度影響之研究-以日月潭萬人泳渡為例, 人文暨社會科學期刊, 3(1), 17-26。李榮華(2006), 網咖消費者顧客滿意度、涉入程度與忠誠度關係之研究-以國軍官兵為例, 大葉大學國際企業管理

學系未出版之碩士論文。林有德(1983), 景園體驗之研究, 中興大學園藝研究所未出版碩士論文。林欣玫(2005), 遊憩產業遊客之體驗與滿意度之關聯性研究, 朝陽科技大學企業管理研究所未出版碩士論文。林堯任(2008), 登山冒險遊憩持續涉入模式之研究, 大葉大學運動事業管理學系未出版碩士論文。林建安(2006), 2006年台灣國際馬拉松大賽服務品質之研究, 國立臺灣體育學院體育研究所未出版碩士論文。洪彰鴻, 李城忠(2004), 台北地區健身俱樂部服務品質與健身消費者行為之研究, 運動休閒管理學報, 2(1), 144。翁崇雄(1998), 期望服務與服務績效影響服務品質評量之研究, 台大管理叢書, 9(1), 153-176。袁蕙華(2003), 體驗行銷、體驗價值與顧客滿意度之研究, 國立台北科技大學商業自動化與管理研究所未出版之碩士論文。高俊雄(2002), 運動休閒事業管理, 台北:志軒企業有限公司。高俊雄(2005), 運動觀光之規劃與發展, 國民體育季刊, 138, 7-11。張可欣(2004), 健康體適能運動俱樂部顧客關係與行為意向之研究-以台中市為例, 大葉大學運動事業管理學系未出版之碩士論文。張孝銘(2004), 運動觀光客參與探索觀光活動後感受正負影響之建構與驗證, 運動觀光發展及休閒產業管理學術研討會論文集, 163-171, 屏東:屏東科技大學。張孝銘(2005), 觀光客探索性運動觀光參與體驗之研究, 建國科大學報, 24(3), 119-138。張孝銘、林堯任、李城忠(2009), 登山冒險遊憩持續涉入模式之研究, 運動休閒管理學報, 1(6), 133-151。陳汶楓(2004), 消費者體驗與購後行為關係之研究-以六福村主題遊樂園為例, 朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。陳懷恩(導演)(2007), 練習曲[電影], 台北:美商華納兄弟電影股份有限公司台灣分公司。陳耀茂(2004), 共變異數構造分析的AMOS使用手冊, 台北:鼎茂圖書出版有限公司。游宗仁(2002), 全國YMCA運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理系未出版之碩士論文。湯幸芬(1995), 住院病人對醫院景觀空間環境體驗之研究-以榮民總醫院為例, 國立臺灣大學園藝學研究所未出版之碩士論文。游瑛妙(1999), 節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質的滿意度分析-以第十一屆民藝華會為例, 台北:台灣省政府交通處旅遊局。黃仲凌(2004), 澎湖地區運動觀光發展之現況分析, 大專體育, 74, 71-77。黃金柱(2006), 運動觀光導論, 台北:師大書苑。黃俊英(2002), 行銷學(2版), 台北:華泰書局。黃映瑀(2005), 體驗行銷、體驗價值、顧客滿意、品牌形象與行為意向關係之研究, 大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。項退結(1990), 西洋哲學辭典, 台北:華香園。盧瑞山(2004), 台灣地區馬拉松賽活動服務品質之研究-以2004澎湖首屆世界華人馬拉松賽為例, 國立嘉義大學體育與健康休閒研究所未出版之碩士論文。賴美芬(2006), 消費者對運動觀光體驗感受之研究-以F1賽車旅遊為例, 國立體育學院休閒產業經營學系未出版之碩士論文。魏依玲(2007), 運動觀光產業發展與趨勢分析, 台北:2008年台灣運動暨休閒產業展。顧志遠(1998), 服務業系統與作業管理, 台北:華泰文化事業。

二、英文部分 Abbott, L. (1995). *Quality and competition*. New York: Columbia University Press. American Marketing Association (1960), *Marketing definitions, a glossary of marketing association*. Chicago: American Marketing Association. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation for structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74-94. Barbara, M. (2000). *Structural equation modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers. Bentler, P. M. (1995). *EQS: Structural equations program manual*. Encino, California: Multivariate Software Inc. Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588-606. Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54(January), 71-84. Bloch, P. H. (1981). Exploration into the Scaling of Consumers' Involvement with a Product Class. *Advances in Consumer Research*, 8, 61-65. Bloch, P. H., & Bruce, G. D. (1984). The leisure experience and consumer products: An investigation of underlying satisfactions. *Journal of Leisure Research*, 16, 74-88. Bloch, P. H., & Richens, M. L. (1983). A theoretical model for the study of product importance perceptions. *Journal of Marketing*, 47, 69-81. Brown, T. J. (1999). Adventure risk management. In J. C. Miles & S. Priest(Eds.). *Adventure programming* (pp. 273-284). State College, Pennsylvania: Venture Publishing, Inc. Christian, G. (1990). *Service management and marketing*. Lexington, Massachusetts: Lexington Books. Clawson, M., & Knetsch, J. L. (1996). *Economic of Recreation* Baltimore, Maryland: John Hopkins Press. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(July), 55-68. Csikszentmihaly, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass. DeVellis, R. F.(1991). *Scale development: Theory and applications*, Applied Social Research Methods Series, 26, Newbury Park, California: Sage Publications. Dimanche, F. Havitz, M. E., & Howard, D. R. (1991). Testing the involvement profile scale in the context of selected recreational and touristic activities. *Journal of Leisure Research*, 23, 51-66. Engel, J. F. Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer Behavior*. Florida: Dryden Press. Ewert, A. W. (1987). Research in outdoor adventure: Overview and analysis. *The Bradford Paper Annual*, 12, 15-28. Ewert, A. W., & Hollenhorst, S. (1989). Testing the adventure model: empirical support for a model of risk recreation participation, *Journal of Leisure Research*, 21, 124-139. Gammon, S., & Robinson, T. (1997). Sport and tourism: A conceptual framework, *Journal of Sport Tourism*, 4(3), 8-11. Gammon, S., & Robinson, T. (2003). Sport and tourism: A conceptual framework, *Journal of Sport Tourism*, 8, 21-26. Garvin D. A. (1984). What does product quality reality mean? *Sloan Business Review*, 50, 41-52. Gibson, H. (1998). Sport and tourism. In C. Cooper (Ed.), *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, 3, 165-183. Gronroos, C. (1983). *Strategic management and marketing in the dService Sector*, Boston; Marketing Science Instruct. Guilford, J. P. (1965). *Fundamental statistics in psychology and education* (4th ed.). New York: McGraw-Hill. Gunter, B., & Gunter, N. (1980). Leisure styles: A conceptual framework for modern leisure. *Sociological Quarterly*, 2, 361-174. Hall, C. M. (1992). Adventure, sport and health. In C. M. Hall, & B. Weiler (Eds.). *Special Interest Tourism*. 141-158. Havitz, M., & Dimanche, F. (1990). Propositions of testing the involvement construct in recreational and tourism contexts. *Leisure Sciences*, 12, 179-195. Havitz, M. E., & Howard, D. R. (1995). How enduring is enduring involvement? A seasonal examination of three recreational activities. *Journal of consumer Psychology*, 4(3), 255-276. Hinch, T. D., & Higham, J. E. S. (2001). Sport tourism: A framework for research. *The International Journal of Tourism research*, 3(1), 45-58. Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspect consumption: Consumer fantasies, feelings and fun. *Journal of Consumer research*, 9(September), 132-140. Houston, M. J., & Rothchild, M. L. (1978). Conceptual and methodological perspectives on involvement, educators proceedings. American Marketing Association,

Chicago, 184-187. Verduin J. R., & McEwen D. N. (1984). Adults and Their leisure. Springfield, : Charles C., Thmas. Juran, J. M. (1989). A universal approach to managing for qfuality. *Quality Progress*, 6(5), 15. Kapferer, J., & Laurent, G. (1985). Consumers ' involvement profile: New empirical results, *Advances in Consumer Research*, 12, 290-295. Kelly (1987). Freedom to be – A new sociology of leisure. *Implementation and Control*, 8th eds., New York: Prentice-Hall. Kotler, P., & Armstrong, G. (1994). *Principles of marketing*. New Jersey: Prentice- Hall. Krugman, H. E. (1965). The impact of television advertising: Learning without involvement. *Public Opinion Quarterly*, 29, 349-356. Kurtzman, J., & Zauhar, J. (1997). A wave in time – The sports tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 4(2), 5-20. Laurent, G., & Kapferer, J. N. (1985). Measuring consumer involvement profiles. *Journal of Marketing Research*, 22, 41-53. Lee, H, Lee. Y., & Yoo, D. (1999). The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction. *Journal of Services Marketing*, 14(3), 217-231. Lehtinen, U., & Lehtinen, J. R. (1991), Two approaches to service quality dimensions. *The Service Industries Journal*, 11(3), 287-303. Leisure Consultants (1992). *Activity Holidays: A Growth Market in Tourism*. Sudbury: Leisure Consultants. Levitt. (1972). Production-line approach to service, *Harvard Business review*, 50, 41-52. Lewis, P. (1991). *The role of marketing: Its fundamental planning function devising a strategy*. London: Museums and Galleries Commission and Routledge. McIntyre, N. (1989). The personal meaning participation. *Enduring Involvement. Journal of Leisure Research*, 21(2), 167-179. McIntyre, N., & J. J. Pigram, (1992). Specialization reexamined: The case of vehicle based campers. *Leisure Sciences*, 14, 3-16. Mike, W., & Chris, B.(2004). *Sports tourism: Participants, policy and providers*. Amsterdam: Elsevier/Butterworth Heinemann. 136. Morrison, A. M. (1996). *Hospitality and travel marketing (2ed ed.)*, New York: Delmar publishers, 38-39. Oliver, R. L. (1993). Contitive, affective, and attribute bases of the satisfaction. *Journal of Customer Research*, 20(40), 418-430. Olson, H. E. (1993). Leisure Policy in Sweden. *Leisure Policy in Europe*, 25(2), 71-100. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL:A multiple-item scale for measure consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50. Pine , B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business review*, 4, 97-105. Aiest(2009). Available: <http://www.aiets.org> [2009, February 12]. UNWTO(2009). Available: <http://www.world-tourism.org> [2009, March 21]. Rifkin, J. (2000). Can civilization survive with a greatly reduced government and cultural sphere, with only the commercial sphere left as the primary mediator of human life? *Common Dreams News Center*, 3(April). Rothschild, M. L. (1984). Perspectives in involvement: current problem and future directions. *Advances in Consumer Research*, 11, 216-217. Sasser, W. E., Olsen, k., & Wychoff, D. D. (1978). *Management of service operations*. Michigan: Allya and Bacon. Schmitt, B. H. (1999). Experiential marketing: A new framework for design and communications. *Designs Management* ,10, 10-16. Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing: How to get consumers to sense, feel, act, and relate to your company and brand*. New York: the free Press. Selin, S. W., & Howard, D. R. (1988). Ego involvement and leisure behavior: a conceptual specification. *Journal of Leisure Research*, 20(3), 237-244. Sherif, M., & Cantril, H (1947). *The psychology of ego-involvement*. New York: John wiley and Son. Sofield, T. H. B. (2003). Sports tourism: From binary division to quadripartite construct. *Journal of Sport Tourism*, 8(3), 144-166. Standeven, J., & Knop, P. D. (1999). *Sport tourism*. New York: Human Kinetics. Szmigin, & Isabel T. D. (1993). Managing quality in business- to- business services, *European Journal of Marketing*, 27(1), 5-21. Venkartaman, M. P. (1990). Opinion leadership, enduring involvement and characteristic of opinion leaders: Amoderating or mediating relationship? In E.M. Goldberg. G. Gerald. & W.P. Richard (Eds.). *Advances in consumer Research*, 17, 60-67. World Travel & Tourism Council(2007) *The 2007 Travel & Tourism Economic Research*. London:WTTC. Zaichkowsky, J. L. (1985). Measureing the involvement construct. *Journalof Consumer Research*, 12, 341-352.