



馬拉松跑者參與動機、遊憩專門化與休閒效益之研究

于健^{a*}

沈怡欣^b

^{a*}南華大學旅遊管理學系

助理教授

^b南華大學旅遊管理學系

碩士

摘要

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、差異及相關性，以 2015 年虎尾糖都馬拉松賽馬拉松選手為對象，採問卷調查蒐集相關資料。正式問卷發放 426 份，回收後進行資料分析。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 5 萬居多，在跑步經驗方面，加入 1~2 個社團、參賽 1~3 年、參賽 1~5 次、花費 1~3 萬、每週跑 2~3 次、每次 6~10 公里，每週 5 小時以下者居多。不同背景的跑者之參與動機、遊憩專門化及休閒效益有部分顯著差異。參與動機對遊憩專門化及休閒效益有顯著的正向關係，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、參與動機、遊憩專門化、休閒效益

^{a*}通訊作者: 于健

E-mail: cyu@mail.nhu.edu.tw

本文章收錄修改自 105 年 4 月 29 日辦理之 2016 旅遊與管理學術研討會

感謝匿名審查委員惠賜寶貴意見，唯一切文責由作者自負





壹、緒論

一、研究背景

近年來，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，加上各類型運動賽會推廣及舉辦，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。

二、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（葉丁鵬與陳思瑋，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、陳思璋，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。

三、研究目的

- (一)瞭解馬拉松跑者的基本背景。
- (二)瞭解馬拉松跑者其參與動機、遊憩專門化及休閒效益現況。
- (三)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。
- (四)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。

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。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。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。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。

貳、研究設計

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。以下分別說明主要變項關係之相關文獻探討。

一、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，如林連池（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」的釣魚動機上皆有差異。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。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的釣者之參與動機不同。彭怡懌（2010）以自行車騎士為研究對象，謝文寶（2011）以元極舞運動參與者為研究對象均發現專業化程度越高，參與動機也越高。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。

其次，國內對於參與動機與休閒效益的相關研究豐富，在馬拉松、路跑的相關研究方面，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。

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面影響，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。因此本研究擬定研究架構如圖一，並建立以下相關假設以驗證之。

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。

H2：跑者之參與動機對遊憩專門化有顯著正影響。

H3：跑者之參與動機對休閒效益有顯著正影響。

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。



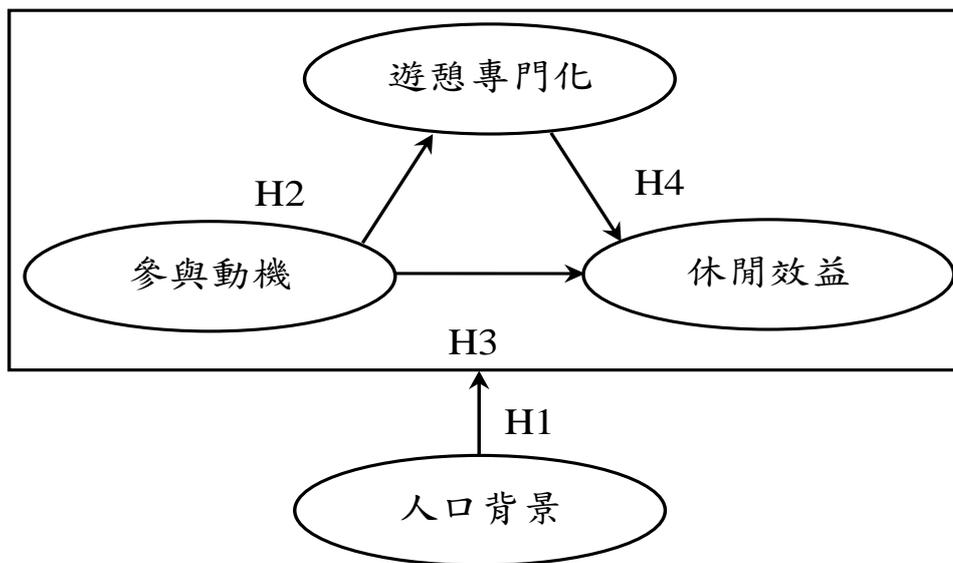


圖 1 研究架構

資料來源：本研究整理

本研究透過問卷進行調查，以便利抽樣方式進行資料蒐集，問卷設計依據研究目的及探討相關文獻自行編製研究工具，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，預試問卷經項目分析、因素分析及信度分析後確定正式問卷。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，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，回收有效問卷為 391 份，有效回收率為 91.8%。

在參與動機量表方面，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設計，並經預試萃取出四個因素：生理、心理、社會、成就等四構面，累積解說變異量為 76.336%，量表總信度為 .865，四個子構面的信度分為別 .933、.846、.910 及 .770，共計 16 個題項如表 1。

遊憩專門化量表參酌林少樺(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」等三因素共 12 題如表 2。

休閒效益量表根參酌謝昇諺(2011)、林業展(2014)及陳麗珠(2014)等研究之休閒效益量表加以歸納，經預試及因素分析後，萃取出 2 個因素，分別命名為「個人」與「社會」兩個構面共 10 題如表 3。



表 1 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

表 2 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





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。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。

表 3 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

參、結果與討論

一、基本資料

以描述性統計對 13 項背景變項進行次數分配、有效百分比分析，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」，發現跑者男性人數超過女性人數兩倍，男性跑者居多（67.3%），年齡以 31~40 歲（37.1%）比例最多，婚姻方面以已婚者（56.8%）居多，教育程度在大學（專科）以上（62.7%）比例最多，職業方面，從事服務業（25.3%）居多，收入以超過 5 萬以上（29.7%）最多。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」，參加社團個數以 1~2 個社團（58.8%）較多、參加賽事時間以 1~3 年（47.3%）較多，參加馬拉松次數以 1~5 次（52.7%）最多，在賽事總花費上，以花費不到 1 萬（48.1%）較多，每週跑步次數以 2~3 次（56.8%）最多、每次跑步距離 6~10 公里（46.3%）較多，每週跑步時間 5 小時以下（60.9%）最多。





二、跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益分析

表 4 顯示參與動機之四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。

表 4 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

表 5 顯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「認知理解」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。





表 5 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

表 6 顯示休閒效益量表及各題項資訊。

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

三、跑者參與動機、遊憩專門化及休閒效益差異情形

為瞭解不同背景在各量表的差異，以獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析及雪費法事後多重比較，跑者人口背景對參與動機有部分顯著影響，遊憩專門化及休閒效益則無





顯著差異，跑者經驗背景對參與動機、遊憩專門化及休閒效益皆有部分顯著影響，尤以遊憩專門化差異性較高。

四、參與動機對遊憩專門化及休閒效益之影響分析

為瞭解參與動機對遊憩專門化及休閒效益的影響，以參與動機為自變數，分別以遊憩專門化及休閒效益為依變數採用迴歸分析檢定其影響效果。在參與動機對遊憩專門化的影響分析結果，F 值為 187.879，P 值為.000，VIF 值為 1.000，決定係數 R^2 為.326，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，在參與動機對休閒效益的影響分析結果，F 值為 325.566，P 值為.000 VIF 值為 1.000，決定係數 R^2 為.456，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。分析結果表示參與動機對跑者的遊憩專門化及休閒效益有正向影響，當跑者的參與動機越高，遊憩專門化程度也隨之提高，休閒效益感受度越高。

續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，分析結果 F 值為 213.689，P 值為.000，決定係數 R^2 為.524，表示參與動機透過憩專門化對休閒效益的中介效果達顯著水準，有 52.4%的解釋能力，但在遊憩專門化當中介變數加入後，參與動機對休閒效益的係數由.652 降至.530，表示參與動機會透過遊憩專門化的部分中介效果，對休閒效益呈現正向影響。

表 7 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

肆、結論與建議

一、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。

二、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。

三、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差異，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。

四、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，更加強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。

五、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，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，此四類組別以距離區分，民眾報名健康組及休閒組限時在 2 小時及 1 小時內完成，完賽難度不高，而全程馬拉松及半程馬拉松則需在 6.5 小時及 3.5 小時內完成，方可得到完賽證明，若對馬拉松無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

1. 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，未出版，桃園。
2. 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，未出版，台北。
3. 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**，36(4)，34-39。
4. 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，未出版，雲林。
5. 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，未出版，台北。
6. 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，未出版，桃園。
7. 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，未出版，台北。
8. 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，未出版，台中。
9. 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，未出版，高雄。
10. 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，未出版，台北。
11. 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研究所碩士論文，未出版，雲林。
12. 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-以嘉義區運動參與者為例。南華大學旅遊管理研究所碩士論文，未出版，嘉義。
13. 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，未出版，台北。
14. 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，未出版，嘉義。





15. 葉丁鵬、王浩祿與陳思瑋(2014)。國民體育日意涵及活動規劃。國民體育季刊, 43(3), 6-11。
16. 葉丁鵬與陳思瑋(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, 43(1), 6-9。
17. 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, 未出版, 嘉義。
18. 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, 未出版, 苗栗。
19. 王仁怡(2015)。路跑賽事產業品牌發展之探討。國民體育季刊, 44(4), 34-39。
20. 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, 未出版, 嘉義。
21. 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, 未出版, 彰化。
22. 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, 未出版, 台東。
23. 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, 未出版, 雲林。





A Study on the Relation of Motivation, Recreation Specialization, and Leisure Benefits of the Marathon Runner

Chien Yu^{a*}, Yi-Hsin Shen^b

^{a*} Assistant Professor of Tourism Management; Nanhua University

^b Master, Department of Tourism Management; Nanhua University

ABSTRACT

This study investigates the relations of the participation motivation, recreation specialization, and leisure benefits of the marathon runners in Taiwan. A survey was conducted during a marathon festival to collect runners's data of the related information in 2015. After 391 effective questionnaires were returned, we examine the data statistically. The findings showed that most marathon runners are male, aged from 21 to 40, engaged in services industry and earned 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: motivation, recreation specialization, leisure benefits, marathon runners

* E-mail : cyu@mail.nhu.edu.tw

