

致理科技大學
休閒遊憩管理系
畢業專題

不同管道獲取滑雪旅遊資訊對參與意願
之影響

專題學生：吳孟恩、游涵如、柯欣廷、丁妙昱、張元騰 撰

學號：10523109、10523112、10523116、10523151、
10423140

中華民國一百零八年四月

目錄

第一章、緒論.....	1
第一節、研究背景與動機.....	1
第二節、研究目的.....	2
第二章、文獻回顧.....	3
第一節、冒險旅遊.....	3
第二節、滑雪旅遊.....	7
第三節、旅遊之動機.....	10
第四節、參與意願.....	12
第三章、研究設計.....	14
第一節、研究方法.....	14
第二節、研究架構.....	15
第三節、研究流程.....	16
第四節、研究範圍及對象.....	17
第五節、問卷設計.....	17
第六節、資料分析法.....	19
第四章、研究分析.....	20
第一節、敘述分析.....	20
第二節、信度分析.....	30
第三節、獨立母體 t 檢定.....	30
第五章、結論與建議.....	31
第一節、結論.....	31
第二節、對業者之建議.....	31
第三節、研究限制及後續研究之建議.....	31
甘特圖.....	32
參考文獻.....	33
附錄問卷.....	35

表目錄

表 2-1 冒險活動種類.....	6
表 2-2 臺灣滑雪旅遊大事記.....	9
表 2-3 各學者參與意願之定義.....	12
表 3-1 問卷題目尺度種類.....	17
表 4-1 性別.....	20
表 4-2 年齡.....	20
表 4-3 婚姻.....	21
表 4-4 教育程度.....	21
表 4-5 職業.....	21
表 4-6 每月平均收入.....	22
表 4-7 是否參加過滑雪旅遊.....	22
表 4-8 參加過幾次滑雪旅遊.....	22
表 4-9 信度分析.....	24
表 4-10 看完雪場介紹(影片)後，未來我願意到此雪場滑雪.....	24
表 4-11 看完雪場介紹(影片)後，未來我會考慮到此雪場滑雪.....	24
表 4-12 看完雪場介紹(影片)後，我會邀約朋友一起到此雪場滑雪.....	25
表 4-13 看完雪場介紹(影片)後，我會把滑雪旅遊當成休閒活動首選.....	25
表 4-14 看完雪場介紹(影片)後，我會推薦親朋好友參與滑雪旅遊.....	25

圖目錄

圖 2-1 溫和到困難冒險之順序.....	7
圖 3-1 研究架構圖.....	15
圖 3-2 研究流程圖.....	16
圖 4-1 如何得知滑雪出團訊息.....	23
圖 4-2 在台灣是否有參與其它運動.....	23

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

現今休閒旅遊已經成為人們生活中缺少不了的一部分了，依據世界觀光旅遊委員會指出，未來十年全球觀光旅遊業成長率將持續超過全球經濟成長率，對整體經濟的貢獻可望由 2013 年的 9.5% 增至 2024 年的 10.3%。主要驅動力來自新興市場，尤其是亞洲地區的需求及觀光旅遊業消費支出上升(中國電子報，2014)。經濟合作暨發展組織預估，全球國際旅客人數將由 2012 年的 10.4 億人次，增至 2030 年的 18 億人次(國家發展委員會，2014)。

隨著生活的步調以及對休閒活動喜好的改變，一般傳統的休閒活動已經不足以滿足現代人，取代的是更多元、更刺激、更有新鮮感的休閒活動，而其中最具有刺激性的活動就屬冒險旅遊。冒險觀光在國外已經盛行多年，Muller & Cleaver (2000) 以美國嬰兒潮的人口為研究對象，研究結果顯示，56% 的受訪者在五年內有參與過冒險假期或旅行，超過 2 億 7 佰萬人有參與過溫和的冒險假期或旅行，而只有大約 5 仟 9 佰萬人有參與過困難的冒險假期或旅行(溯溪委員會，n. d.)。在臺灣這個寶島，有非常多種類的冒險性活動，像是溯溪、攀岩、泛舟、潛水、衝浪、飛行傘、高空彈跳等。交通部觀光局(2017)國人旅遊狀況調查中顯示國人從事健身運動度假從 104 年 5.1% 到 105 年的 5.4% 再到 106 年的 5.5%，這說明國人在對於戶外運動型活動明顯的成長。

因為地理因素無法在臺灣完成滑雪的願望，加上各家旅行社及各國觀光局大力宣傳滑雪活動，讓國人想要從事滑雪活動的想法愈來愈大。近年來滑雪人次有加速成長的趨勢，中華民國滑雪滑草協會理事長林廷芳表示，冬季奧運近兩屆都將於亞洲舉行，可預期滑雪運動將在亞洲大放異彩。近 3 年台灣滑雪人口持續 15% ~ 20% 穩定成長，每年出國滑雪人數已逼近 4 萬，顯示滑雪已是台灣民眾冬季出遊的重點活動(中華民國滑雪滑草協會，2017)。消費者以日本、韓國、中國、加拿大的滑雪場為主要選擇，從 2005 年開始，到日本滑雪開始盛行，直到今日已佔據 90% 以上市場。因為逐年成長的滑雪旅遊商機，有越來越多的業者投入經營這項市場，主要的旅行社有雄獅旅遊及那魯灣等。雄獅旅行社發言人周化宇觀察，十年前，台灣只有兩間小型旅行社專辦滑雪旅遊，但現在滑雪人口倍增，大型綜合旅行社也介入滑雪旅遊市場，甚至成立滑雪專門的業務部門(遠見雜誌，2011)。

現在的網路影音發達，民眾想要了解一項事物幾乎都是以網路搜尋為主要方式，根據菲律賓數位行銷公司 Optimind Technology Solutions 所做的研究，「相較於文字，影音內容可以增加讀者兩分多鐘的停留時間」或是「人們對於他所看的內容會記得其中的 58%；而對於所讀的內容只記得其中的 10%」(SmartM，2015)。所以我們將探討消費者以網頁及影片兩種方式介紹旅遊行程在參與意願上有什麼差異，以利提供給業者參考，讓業者較清楚知道何種宣傳方式可以較容易吸引消費者買單。

第二節 研究目的

本研究為針對以網頁及影片兩種形式來介紹滑雪旅遊產品，對於消費者的參與意願有何差異。

- (一)探討消費者是否會因為此影片而提升對滑雪這項活動的興趣
- (二)探討此企劃是否能對滑雪場地增加認知度
- (三)探討此影片對於業者的知名度是否有幫助

第二章、文獻回顧

第一節、冒險旅遊

1. 定義

冒險遊憩 (adventure recreation) 或稱 (risk recreation) 的定義是指一種具挑戰性之戶外活動，也可用冒險觀光 (adventure tourism)、戶外冒險 (outdoor adventure) 或冒險活動 (adventure activity) 來表示，其特徵是讓參與者帶有開拓

者的精神，實際身處險境，並藉由身體力行的努力付出，獲得冒險與刺激性體驗的活動 (陳穎暉, 2008)。而冒險活動的本質在於追求冒險性、挑戰性、刺激性之休閒體驗，雖然活動本身具有危險性，但參與人數卻逐漸增加中，原因乃在於活動本身提供人們滿足挑戰自然及戰勝自我的機會，並且可以紓解日常生活中的壓力 (陳穎暉, 2008)。

由於現代人越來越喜歡體驗刺激和冒險的感覺，因而冒險旅遊也就成為特殊旅遊中重要的一環。冒險性旅遊通常被定義為在大自然環境中，運用山丘、樹林、河流、湖泊等天然地形地物所從事的一種具潛在危險產與不確定性之高人力導向活動，提供人類體會大自然及固有人類經驗的機會，而像登山、溯溪、攀岩、泛舟等即屬於此類活動 (劉譯翔, 2013)。而在相關研究中，最早提出冒險性旅遊這個名詞為 Ewert 和 Hollenhorst (1989) 兩位學者，並將冒險旅遊定義為各種與自然環境有所互動的自發性活動，此自然環境包含了真實而且明顯的危險因素，雖然充滿不確定性結果，但經常會受參與者基本特性與環境所影響。

Pirest (1992) 認為冒險旅遊需具備以下四項要點：

- 一、該活動需在自然環境下產生。
- 二、旅客在參與該活動時為自發性的行為。
- 三、從事該活動之自然環境存在危險。
- 四、活動結果不確定，但會受參與者之能力及危險情境所影響。

而交通部觀光局 (1997) 於台灣潛在生態觀光及冒險旅遊產品研究與調查報告中指出，冒險遊憩的特點可歸納如下：

- 一、藉由挑戰性的活動去體驗新環境。
- 二、體力上的付出。
- 三、要有拓荒的感覺 (包括了刺激感、挑戰感與征服感)。
- 四、須具備特殊的技巧。

張孝銘 (2003) 定義冒險性旅遊的幾點特徵：

- 一、活動具有挑戰性，而挑戰的程度由自己決定：

在冒險旅遊中所面臨的挑戰都是可以自己決定的，沒有人會強迫他人去完成某一項挑戰，所以冒險旅遊者都可以自行決定所要挑戰的目標和難度。

- 二、參與都需具備一定的技巧：

無論裝備再怎麼齊全冒險性旅遊還是有一定的危險性在，若參加高難度的冒險性旅遊，還是需要一定的技巧才能盡量避免危險的發生。

三、需具備相當體能與意志力：

因為冒險性旅遊都是非常耗費體力的，若是沒有足夠的體力很容易讓冒險旅遊者的意志力降低，因而發生意外。

四、活動具有危險性，不過均是安全的範圍內：

參與冒險性旅遊主要是體驗刺激的感覺，只要有足夠的裝備和體能，基本上冒險性旅遊都是安全的。

五、它的目標包括促使個人內在與人際間的成長：

在冒險的過程中，參與者可以很清楚的了解到自己內在心理的極限，藉由挑戰自我的極限來達到自我的成長。在挑戰的過程中會和伙伴有所互動，在這互動的過程中能體會到如何與他人互動，因而能達到人際間的成長。

六、參與的過程與自然環境有高度的互動性：

冒險性旅遊大部份都是在自然環境中舉辦，所以和自然環境有高度的互動性。

七、一種學習經驗的過程：

在冒險旅遊的過程中，每個參與者都會因為不同的教練或伙伴而學習到新的技巧或知識。

八、參與過程就是一種產品：

冒險性旅遊和一般旅遊一樣，都擁有過程就是其產品的特性。

九、有高度的內在動機性：

會選擇參與冒險性旅遊的遊客，都有相當的內在動機來驅使其參與冒險性旅遊。

十、可以讓參與者學習自發性與問題解決之能力：

冒險性旅遊的過程中，雖然有教練有伙伴可以從旁協助，但在面對挑戰時還是必須要獨自面對，因而可以從中獲得自發性與問題解決的能力。

十一、藉由冒險過程所習得的經驗，能引伸到日常生活中：

因為從冒險性旅遊的過程中可以獲得自發性與問題解決的能力，所以當冒險旅遊者在日常生活或工作上面臨挑戰時，可以用同樣的心態來面對挑戰。

十二、活動過程可能是團隊或是個別進行：

在面對挑戰時每個人都可以依照本身之意願來選擇難度，所以可以選擇是團隊或是個別進行。

十三、活動雖有風險，但亦具有高度的樂趣：

會參與冒險性旅遊的遊客，其內心都是具有尋求刺激體驗的人，所以當冒險性越高風險越大時，其樂趣也會隨之提高。

根據以上文獻整理可以得知，冒險旅遊需要大自然中進行，並且充滿了不確定性的危險因素，然而不同的參與者會因為經驗和技術的差異，而有不同的感受。

綜合上述學者對於冒險旅遊的定義，整理出冒險旅遊係指參與者想參加具有某種挑戰性的休閒活動，且此活動充滿了不確定性及危險性，參與者需自備能夠勝任的技術和能力，且大部分的活動都是在戶外大自然環境中進行的。故可以推斷冒險旅遊之組成主要包括冒險(內在體驗)、旅遊(交通)、環境(前往的冒險環境所在地)以及參與的遊憩活動(外部體驗)(Swarbrookeetal, 2003)。於是本研究認為冒險旅遊組成要素為以下幾點：

一、冒險：參與的過程充滿不確定性及危險性，故參與者需自備能夠勝任的技術和能力。

二、旅遊：在參與活動過程中多半需要四肢來活動，則前往活動地點需依靠交通工具。

三、環境：前往活動場地，地點包含偏遠地區或大自然的野外環境。

四、參與冒險的遊憩活動：參與滑雪、攀岩、泛舟的過程。

2. 種類

冒險旅遊活動的分類方式因依據的基礎不同，有多種分類方法，一般的分類基礎為依活動的性質、遊憩環境屬性、危險要素、技術能力的要求、目的地、地理層級、地理位置、活動的地點等的分類方式，分別敘述如下：

交通部觀光局（1997）依活動的性質將冒險旅遊活動為三大類型：

一、陸域型活動

常見之活動如專業性登山、攀岩、雪地攀登、登山滑雪、洞穴探險、高空彈跳、吉普車越野、越野摩托車越野、登山車越野、狩獵、荒地旅遊與極地探險。

二、水域型活動

急流泛舟（橡皮艇）、輕艇、獨木舟、溯溪、風浪板、沖浪、滑水、海上航行（帆船）及潛水。

三、空域型活動

跳傘、滑翔翼、輕航機、拖曳傘、熱氣球、飛行傘。

蔡巧鈴(2004)依據 Finch 於 2001 年所提出的冒險活動種類為基礎，整理出常見的冒險觀光活動如表 2-1：

表 2-1 冒險活動種類

泛舟(whitewater rafting)	花式跳傘(skydiving)
騎馬(horse back riding)	攀岩(rock climbing)
熱氣球(ballooning)	潛水(scuba diving)
武術(martial arts)	自由攀登(free climbing)
漂浮賞景(snorkeling)	洞穴探險(spelunking)
滑翔翼(hang gliding)	垂釣(fishing)
繩索課程(ropes course)	越野駕車(trail drives)
風浪板(windsurfing)	滑水(water skiing)
雪上摩托車(snowmobiling)	野地露營(wilderness camping)
飛行傘(paragliding)	滑雪(snow skiing)
溯溪(river tracing)	衝浪(surfing)
輕艇(kayaking)	野外定向(orienteeing)
登山(mountain climbing)	生存學校(survival school)
航海(sailing)	划船(river boarding)
越野腳踏車(mountain bike touring)	駕駛輕航機(flying ultralights)
高空彈跳(bungee jumping)	競速比賽(racing)

資料來源:引用從墾丁國家公園觀光資源探討台灣冒險觀光之推展，2006，徐欽賢，黃任閔

不同的觀光類型所具備的特性也不同，Hill(1995)將冒險因涉入的程度不同而分為兩個類型：

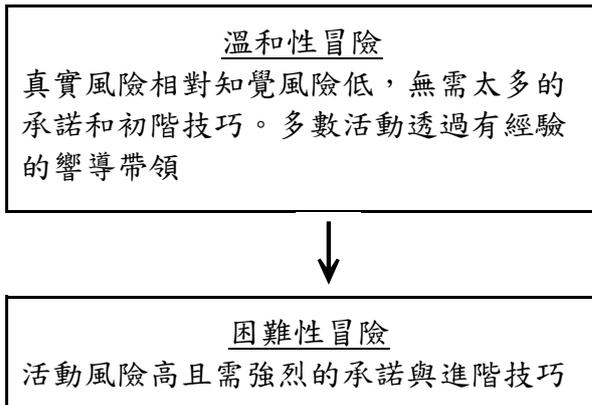
(一) 困難的冒險(hard adventure)：屬於較高冒險層次的活動需要強烈的承諾和高深的技巧，如攀登埃佛勒斯峰。

(二) 溫和的冒險(soft adventure)：活動的本身含有知覺性的危險，但實際上

的冒險層次較低，不需要強烈的承諾與高深技巧，如泛舟、浮潛等安全性較高的活動。

從下圖 2-1 可得知冒險旅遊的參與是循序性的，先從「溫和性」無需太多承諾和初階技巧的遊憩活動引入，進而逐漸發展至困難性冒險旅遊。

圖 2-1 溫和到困難冒險之順序



資料來源: Hill, B. J. (1995). A guide to adventure travel. Parks and recreation, 30(9)56-65

第二節、滑雪旅遊

1. 滑雪定義

滑雪是指利用滑雪板在雪地滑行的一種體育運動。滑雪和滑冰、滑水有相似之處，但是滑的表面不同 (wikipedia, n.d.)。

滑雪可以分成兩大類：北歐滑雪和高山滑雪。北歐滑雪起源於斯堪地那維亞地區的滑雪，北歐風格的滑雪板上的皮靴固定裝置裝在滑雪靴的足尖位置，而不是後跟。高山滑雪起源於阿爾卑斯山地區的滑雪，滑雪靴的足尖和後跟都有皮靴固定裝置。雖然某些運動同時適合兩種類型，但是固定裝置和起源的不同將這兩種類型區分開來。

從技術上講，滑雪運動當中主要有平等劃降、犁型劃降等初級技術動作，和以駕雲速降為代表的高難度動作 (wikipedia, n.d.)。

2. 滑雪運動

滑雪最早是北俄、北歐斯堪地半島地區為了冬季出門的便利性所發明的交通工具，也不是為了求快，而是為了旅行、交易、狩獵時能在雪地上行走，之後才逐漸發展成一種運動。將靴子的前端固定在雪板上，後端不固定，以便於屈膝轉彎，及下坡時控制速度和方向，一直到後來發展出跳躍的技巧。但北歐式的屈膝轉彎無法適用在路面陡峭的歐洲，所以歐洲又衍生出阿爾卑斯式滑雪，將靴子的前後兩端都固定在雪板上，這樣遇到陡坡及高速滑行時就能夠更精準的控制雪板(欣滑雪，2013)。

1924年在第一屆冬季奧運會中，滑雪被列為正式比賽項目。在滑雪運動中居領先地位的國家有斯堪地半島的挪威、瑞典、芬蘭，還有西歐的阿爾卑斯山周圍的法國、義大利、奧地利、德國、瑞典，以及美國、俄國等。1930年代纜車發明後，滑雪已經從生活上的交通工具，轉變成休閒娛樂活動，這些生活在冰天雪地的人冬天出門不用再靠雙腳長途攀爬，滑雪轉型成為歐洲的娛樂休閒。

滑雪運動發展到當今，項目不斷在增多，領域不斷在擴展，目前世界比賽正規的大項目分為：高山滑雪、北歐滑雪、自由式滑雪、冬季兩項滑雪、雪上滑板滑雪等。每大項又分眾多小項，全國比賽、冬奧會中幾十枚耀眼的金牌激勵人們去拼搏、去分享。純競技滑雪具有鮮明的競爭性、專項性，相關條件要求嚴格，非一般人所能具備和適應。旅遊滑雪是出于娛樂、健身的目的，受人為因素製約程度很輕，男女老幼均可在雪場上輕鬆、愉快地滑行，飽享滑雪運動的無窮樂趣。由于高山滑雪具有驚險、優美、自如、動感強、魅力大、可參與面廣的特點，故高山滑雪被人們視為滑雪運動的精華和象征，更是旅遊滑雪的首選和主體項目。通常情況下，評估人們滑雪技術水準的高低，多以高山滑雪為尺度(華人百科，n. d.)。

3. 滑雪旅遊

台灣政府在開闢中部東西橫貫公路其支線的時候，發現海拔 3000 多公尺的合歡山山區每年冬季有將近兩個月的積雪期，因此在這成立了陸軍高山寒地作戰訓練中心，並闢建了滑雪場，這個滑雪場也是台灣滑雪活動最早的發源地。但隨著地球暖化，合歡山的雪期逐漸不適合滑雪，政府於 1987 年開放國外觀光後，滑雪旅遊就逐漸往國外發展(林志成，2011)。

臺灣滑雪旅遊大事記表 2-2:

年代	時期	說明
1962 到 1968 年	草創期	由登山界前輩成立社團，並於合歡山開始從事滑雪活動。
1969 到 1977 年	發展期	成立全國性滑雪協會、培訓國家選手、辦理青年自強活動。
1978 到 1986 年	高峰期	擴大滑雪活動的人才甄選培訓，合歡山滑雪營每年雪季的活動人口達 1,200 人，奠定日後海外滑雪旅遊的基礎。
1987 到 1990 年	過渡期	因溫室效應影響，合歡山雪況每下愈況，滑雪營經營困難；1988 年政府開放人民出國觀光旅遊，開始有試驗型滑雪旅遊團出現。
1991 到 2000 年	韓國極盛期	韓國物價低、匯率低、航程短，海外滑雪人口逐年發展。當時最多一年有 1,200 人次到韓國滑雪旅遊。
2001 到 2005 年	日韓轉移期	日本的滑雪條件優於韓國很多，因此，當日韓間的物價差距縮減，且滑雪旅客的專業度提升時，前往日本的滑雪旅遊人口漸增，而前往韓國的便因而減少。
2005 年至今	日本盛行期	2005 年起，每年平均有超過 25% 的滑雪旅遊人口成長，而近兩個雪季雖有經濟海嘯的衝擊，2010 年臺灣赴日的滑雪人口已接近 6,000 人次

資料來源:新傳媒，2013。本研究整理

台灣滑雪人口逐年增加，從 5 年前僅約千人左右，成長至 2010 年逾 5500 人，約 5.5 倍，中華民國滑雪滑草協會與巨弘、東南、理想等旅行社合推的滑雪團，2011 年 1~2 月將包下 8 架次滑雪專機，直飛日本富山縣富山機場。每班機 180 個機位將全數搭載滑雪客，是台灣史無前例的首班滑雪專機。（陳彥豪，2010）。滑雪旅遊團體快速成長，不包括一般旅遊兼玩雪的團體人數，光是「純滑雪團」，就由 2006 年的一年 2,500 人，成長至 2011 年的 6,500 人，2014 年更有約 10,700 人出國滑雪（陳睿中，2015），由此可知滑雪旅遊在市場上佔有不小的地位。

以往大多是人都是跟著團體一起出國滑雪，近年來推動自助旅遊，自己規劃行程還能依照喜好加入其他的景點或行程，自由度高、費用較低。市面上的滑雪團產品內容都相差不大，且除了滑雪行程未有其他購物或是景點參訪的安排，自由行可以在滑雪之餘加入其他的觀光行程。

第三節、旅遊之動機

1. 動機

根據心理學辭典的定義：「動機與行為是相對的兩個概念，行為是個體外的活動，而動機則是促進使用個體活動的內在歷程」。而大多數心理學家則延伸為「動機是引起及維持個體活動，並促使該活動朝向某一目標進行的內在歷程」（張春興，1993）。「動機」之研究在旅遊行為及遊客消費行為領域乃基礎且重要之課題。動機被認為是支配旅遊行為的最根本趨力，其作用保護、滿足個人或提高個人的身價（陳思倫、劉錦桂，1992）。

旅遊動機是一種驅力，驅使遊客去滿足內心社會和心理的需求，也可以說是遊客從事遊憩活動真正的原因（Iso-Ahola & Allen, 1982）。所以每個人從事旅遊活動時，旅遊動機也不太相同。Manning（1985）認為由許多的實證研究可以證實，人們參與遊憩活動是為了滿足各種不同的旅遊動機，若能對不同動機的遊客群進行分類，做為遊憩地區的規劃與經營的依據，將更能直接滿足各種不同旅遊體驗之需求與行為。謝淑芬（1995）指出遊客的旅遊行為是受到長期動機與短期動機的控制，當經過一星期忙碌的生活，打算利用週末聚聚，而驅車前往離家不遠的地方渡假，此乃屬於短期動機；而旅遊者在數月前在開始籌畫旅程、蒐集相關資料，此乃屬於長期動機。

由於旅遊活動已成為人們生活中不可缺少的一種活動，而其旅遊之動機更是趨於複雜且多樣化，探討的旅遊動機的研究相當多。Thomas 在 1964 年首先提出十八種重要的旅遊動機，並將之歸納成四大部分。

一、教育與文化：去看看別的國家的人民如何工作，生活和娛樂、去看看特殊的風景名勝、去參加特別的節慶活動。

二、休閒與娛樂：脫離每天例行的工作與職責、好好的玩一下，獲得樂趣、去獲得某種和異性接觸的浪漫體驗。

三、種族傳統：去瞻仰自己祖先的故土、去訪問自己的家庭或朋友曾經去過的地方。四、其他：氣候、健康、運動、經濟冒險、勝人一等的本領、追求時髦、參與歷史、瞭解世界的願望。（蔡麗伶譯，1990）

McIntosh and Gupta 在 1977 年則提出基本的旅遊動機可分成四類：

一、生理動機：包括休息、運動、遊戲、治療等動機，以身體的活動來消除緊張和不安。

二、文化動機：主要是在瞭解和欣賞其他地方、國家的文化、藝術、風俗、語言與宗教的動機，是一種求知的慾望。

三、人際動機：包括在異地、異國結識各種新朋友，探訪親友，擺脫日常生活、工作、環境等動機，主要是逃避現實和免除壓力的願望。

四、地位和聲望動機：包括考察、會議及從事研究活動，主要是在建立良好人際關係，滿足其自尊、被承認及受人賞識的願望。（謝淑芬，1994）

Crompton (1979) 認為可以影響如何選擇觀光目的的因素，都稱為是旅遊動機，在其研究中將旅遊動機分為推力與拉力因素動機，七大推力因素為逃離世俗環境、探討與對自己的評價、放輕鬆、追求聲望、恢復、增進親屬關係、促進人際互動；二大拉力因素為新奇的事物、教育。

Beard and Ragheb (1983) 根據 Maslow 的需求層次理論為基礎，在他們的研究中針對一般遊客進行休閒動機之調查，將休閒動機以因素分析歸納成以下四個構面：（林威呈，2001；楊建夫，2007）

一、知性動機：知性動機是屬於人類的心智活動，主要以探索未知的世界，追求新的知識，滿足好奇心為主。如學習、冒險、發現、思考、想像等成份的活動。

二、社會動機：主要是建立人際關係，對所屬的團體擁有歸屬感，並得到同儕的認同，所以是因友情及人際關係的需要而去休閒，而後者為了取得他人的尊敬或注意。

三、主宰的誘因：為了在挑戰與競爭的過程中獲得成就感。所以人們因想達成、主宰、挑戰、完成一些事而進行休閒。

四、逃避的誘因：日常生活中的許多壓力，使人們想逃避過於刺激的生活，想逃離人群的糾紛，尋求自由獨立的感受，去放鬆自己。

第四節、參與意願

1. 參與意願動機

參與動機是指參與運動的行為是從自己本身自動自發的意願（蔡英美、王俊明，2006）。

各學者對於參與意願之定義整理如下表 2-3 所示。

表 2-3 各學者參與意願之定義

研究者(年代)	研究主題	參與意願定義
許志良、廖學勇，(2006)	青少年對於運動的參與動機，主要為追尋身體健康與樂趣以滿足社會需求	(一) 運動帶給參與者的快樂、放鬆和興奮等感受； (二) 健康及體適能需求； (三) 在運動情境可獲得友誼和社會性交往機會； (四) 藉著運動可以轉換調整情緒，補償、紓壓、發洩和放鬆作用； (五) 運動具有滿足、成就和自主等需求的作用
林永森、林博文、周少凱 (2006)	運動觀光參與動機	舒壓與娛樂、健康與體能、社交與人際關係、運動喜好、成就滿足與自尊。
葦本健太與菊池秀夫 (2006)		(一) 親和動機 (二) 自由動機 (三) 健康體力動機 (四) 達成動機 (五) 固執動機 (六) 逃避動機 (七) 對社會有用動機，共 7 種。
汪茂鈞與李連宗 (2007)	研究軍校畢業生休閒參與動機高低依序	勝任—熟練、刺激—逃避、社交性與智力性。
黃俊傑，林郁捷，蔡文星 (2008)	大專院校學生參與慢速壘球之動機	健康適能、成就需求、社會需求和刺激避免。
李俊鴻 (2008)	節慶參與動機	逃離、社交、好奇心、家人團聚和文化探索。
陳盈位，黃瑞榮 (2009)		(一) 自我興趣 (二) 社交行為 (三) 標新立異 (四) 純粹休閒與 (五) 同儕邀約
林秋慧 (2009)	高爾夫運動的參與動機	(一) 成就滿足 (二) 健康與適能 (三) 壓力紓解 (四) 社交參與 (五) 知性

資料來源：冒險遊憩參與者參與動機、持續涉入及幸福感相關研究—以台灣飛行傘運動為例
The Commitment, And The Sense Of Fulfillment Of Adventurers, Taking Paragliding In Taiwan As An Example, 劉譯翔, 2013。

各學者對於參與動機的定義有很多種，主要是以行為，心理，顧客成本等幾個角度進行闡述。

從行為角度來看，認為顧客參與是顧客通過參與服務確定他們自己在服務過程中所充當的角色和他們對服務所懷有的期望的行為（File, Judd and Prince, 1992）。具體說來，就是顧客參與設計服務類型、內容、方式的行為，是一種“行為性的涉入”。周弋丁（2007）將顧客接受服務的過程視為一個追求效用最大化的過程，將顧客參與視為基於對未來的期望，為使效用最大化所做出的一種選擇行為。耿先鋒（2008）所指的顧客參與是一種顧客在服務過程中進行的互動性的顧客方的行為總和。

從心理層面來說，顧客參與是顧客在交易過程中對更高心理需求的追求，如情感、被別人尊重、認可、自我實現等方面滿足的結果（Kellogg, Youngdahl and Bowen, 1997）。

從交易過程中顧客所投入成本的角度來說，早期作者的共識是將顧客參與視為顧客在消費過程中在“體力上”、“精神上”、“智力上”及“情緒上”的努力與投入以及顧客積極參加和在生產及運輸一項服務的過程中提供產出的程度（Dabholkar 1990）。精神、智力的投入指顧客在信息和心智上所做的努力，信息涉及的範圍很廣，包括為了讓服務能夠順利進行的顧客向服務人員講述購買服務的出發點，服務的需求和目標；體力方面的投入是指包括有性實物和無形的體能勞力。體力上的努力是種勞力的付出，例如：顧客在自助餐廳自己盛放食物、遵照醫囑按時服藥等；情緒方面的投入是指例如在與一些不友善、不積極的服務人員互動時，顧客仍必須表現出耐心和氣的態度。Cermak, File and Prince (1994) 認為，顧客參與是以不同程度的努力，不同的涉入程度和方式為產品或服務提供相關的精神和物質方面的資源。顧客參與也表現為一種合作程度，顧客在接受服務的過程中會通過付出一定的心理及生理上的努力以扮演某種對服務提供者採取何種服務方式和服務內容進行決策的角色（Lee, 2002）。

Christiansen (1990) 指出瞭解個別的動機因素對於個人參與特殊觀光活動有重要影響，Rayn (2002) 更認為人們從事觀光活動的動機是遠離日常責任義務，尋求個人的內在報酬，而活動中存在一種自我增強（包括個人與人際間的）的感受。Zuckerman (1979, 1980) 在相關的研究中指出刺激尋求為人們參與冒險活動的主要動機之一，所謂刺激尋求是指「為不同的需求，新奇以及複雜的感覺與體驗，為了這種體驗而自動自發的從事身體以及社會的冒險」。Hall and Weiler (1992) 綜合相關文獻，指出在冒險旅遊方面，不管是在鄉村或自然環境，包括尋求刺激、自我探索、自我實現、接觸自然、社會接觸。

第三章、研究設計

第一節、研究方法

1. 問卷法

問卷調查法也稱問卷法，是調查者運用統一設計的問卷向被選取的調查對象瞭解情況或徵詢意見的調查方法。

問卷調查是以書面提出問題的方式搜集資料的一種研究方法。研究者將所要研究的問題編製成問題表格，以郵寄方式、當面作答或者追蹤訪問方式填答，從而瞭解被試對某一現象或問題的看法和意見，所以又稱問題表格法。問卷法的運用，關鍵在於編製問卷，選擇被試和結果分析。本研究將以網路發送問卷的方式。

2. 實驗法

實驗法 (experimental method)，是在實驗中設置比較對象 (對照組) 的一種科學方法，目的是為了與進行實驗的對象 (實驗組) 進行對照，減少實驗中不確定的變數帶來的影響，以之來顯示出實驗的結果。使用對照實驗可以增強實驗的可信度。

進行實驗時，要同時進行對照實驗，是因為要在同一環境下得出兩種實驗結果的資料用作定性及定量的對比分析。同一時間進行對照實驗可測出實驗在環境因素改變下所作出的改變。

實驗法的優、缺點：

1、優點：有應果關係，最能證明因果關係。

2、缺點：外在效度，能否推論到全體。受試者的數量要能代表母群體才能推論實驗情境。實驗情境能否代表現實情境。

第二節、研究架構

1、 研究架構

本研究主要探討滑雪旅遊者透過不同管道獲取資訊對參與意願的影響。依據研究目的並參考相關文獻之研究結果，提出之基本架構如下 圖 3-1 所示：

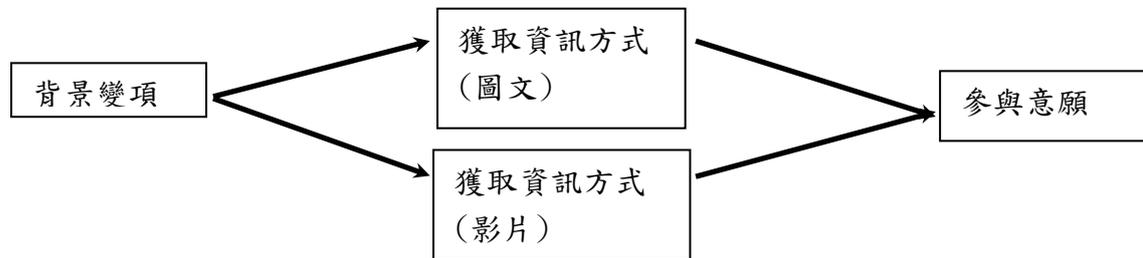


圖 3-1 研究架構圖

2. 研究假設

依本研究架構並根據文獻回顧與實證研究後，提出以下點：

H1: 不同背景變項的滑雪旅遊者對不同管道獲取資訊有明顯差異

H2: 以圖文獲取資訊的滑雪旅遊者影響參與意願的強烈程度

H3: 以網站獲取資訊的滑雪旅遊者影響參與意願的強烈程度

第三節、研究流程

本研究之研究流程，在確定研究主題之後開始蒐集相關文獻進行討論及分析，並擬定研究流程。在確定研究範圍及對象後，一方面設計網頁、影片及編制問卷，另一方面請指導老師評估可行性後，針對研究對象及範圍進行問卷調查。於問卷回收後再依本研究之問題與目的進行資料處理與分析，以獲取研究結果。最後依照研究結果進行討論與反思，以完成本研究。本研究流程如圖 3-2 所示：

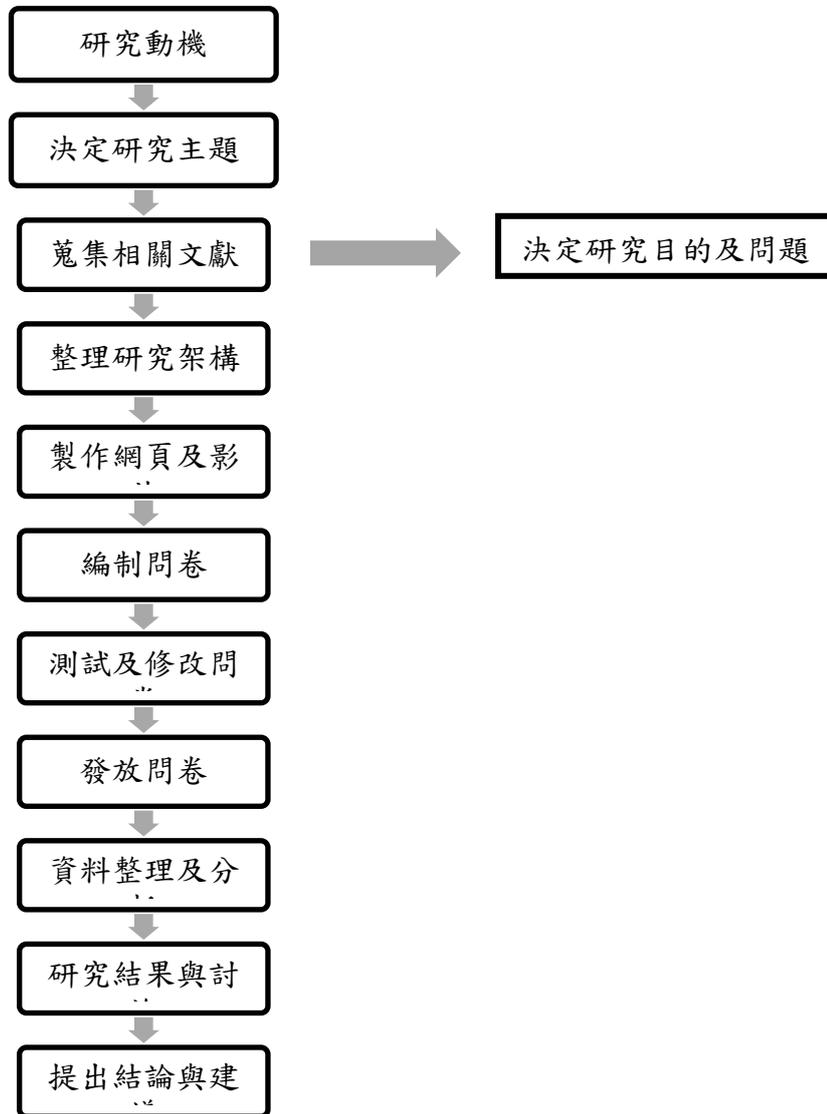


圖 3-2 研究流程圖

第四節、研究範圍及對象

本研究旨在探討滑雪旅遊參與者在不同管道獲取資訊的參與意願有何不同，研究範圍如下：

1. 研究範圍

本研究以一般民眾為對象，採取問卷調查方式，進行其不同管道獲取資訊對參與意願差異之研究。

2. 研究對象

本研究於 108 年 4 月 11 日至 108 年 4 月 13 日間，以立意抽樣法發放問卷，將問卷以網路的方式發放，預計收回 150 份有效問卷。扣除無效問卷，共計得到有效問卷 200 份。

第五節、問卷設計

依據本研究目的及架構，問卷設計為兩部分，總計 20 題。第一部分為從不同管道瀏覽之參與意願，第二部分為受訪者的基本資料調查。分別說明如下：

1. 不同管道瀏覽之參與意願

以「瀏覽圖文網站」及「觀看影片」兩個構面作為量表發展之基礎，了解受訪者從不同管道獲取滑雪旅遊資訊對參與意願影響差異為何。量表內容以李克特 5 點尺度，從「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」5 個選項中加以勾選，依同意程度給予 5 至 1 分，表示非常同意到非常不同意之程度，分數越高則代表該管道獲取資訊之影響程度越高。

表 3-1 問卷題目尺度種類

問卷題目內容	衡量尺度種類
1. 看完雪場介紹(影片)後，未來我願意到此雪場滑雪	區間尺度
2. 看完雪場介紹(影片)後，未來我會考慮到此雪場滑雪	區間尺度
3. 看完雪場介紹(影片)後，我會邀約朋友一起到此雪場滑雪	區間尺度
4. 看完雪場介紹(影片)後，我會把滑雪旅遊當成休閒活動首選	區間尺度
5. 看完滑雪介紹(影片)後，我會推薦親朋好友參與滑雪旅遊	區間尺度

2. 個人資料

本研究之個人資料包括:性別、年齡、婚姻、教育程度、職業、平均收入、是否參加過滑雪旅遊等題項，各題項之內容如表 3-2

變數細項名稱	問卷題目內容	衡量尺度種類
性別	1. 男 2. 女	名目尺度
年齡	1. 19 歲以下 2. 20~29 歲 3. 30~39 歲 4. 40~49 歲 5. 50~59 歲 6. 60 歲以上	等比尺度
婚姻	1. 未婚 2. 已婚(有小孩) 3. 已婚(無小孩)	名目尺度
教育程度	1. 國中(含)以下 2. 高中(職) 3. 專科/大學 4. 研究所(含)以上	次序尺度
職業	1. 軍公教 2. 學生 3. 農漁民 4. 自由業 5. 家管 6. 退休人員 7. 專門職業人員(醫生、律師、會計師等)	名目尺度
每月平均收入	1. 20,000 元以下 2. 20,001~40,000 元 3. 40,001~60,000 元 4. 60,000 以上	等比尺度
是否有參加過滑雪旅遊	1. 是 2. 否	名目尺度
參加過幾次滑雪旅遊	1. 一次 2. 二次 3. 三次 4. 四次 5. 五次以上	名目尺度
如何得知滑雪出團訊息	1. 滑雪協會 2. 報紙 3. 雜誌 4. 電視 5. 網路 6. 他人介紹 7. 廣播 8. 旅展	名目尺度
在台灣是否有參加過其他運動	1. 否 2. 是	名目尺度

第六節、資料分析法

本研究之資料處理分析是以電腦 EXCEL 進行分析的，分析方法如下：

1. 敘述統計

透過次數性統計、百分比、平均數等統計分析呈現不同管道獲取滑雪旅遊資訊對參與意願之影響的調查結果。

2. 信度分析

信度分析是指一份問卷測量結果之可信度穩定性，由於 Cronbach' $s\alpha$ 細數測信度是目前社會科學研究中較被推崇的一項信度判斷方式，用於測量一組同意或是平行測驗總合的信度，Cronbach' $s\alpha$ 係數的穩定性一班以數值大於 0.7 為高信度，0.7~0.35 之間為中信度，而小於 0.35 為低信度。

3. 獨立母體 t 檢定：

用來分析基本資料與不同管道獲取滑雪旅遊資訊的參與意願之差異關係。

第四章、研究分析

本章節根據研究方法，利用問卷調查法進行資料收集，共收回 200 份問卷。本章採用 GOOGLE 表單回覆自動分析即 EXCEL 將結果進行資料分析，共分為四個小節：第一節為敘述分析、第二節為信度分析、第三節為迴歸分析、第四節為獨立樣本共變數分析(ancova)。

第一節、敘述分析

本小節將介紹本研究問卷中受測者之個人資料及參與經驗之分析。

1. 基本資料

包含性別、年齡、婚姻、教育程度、職業、每月的平均收入依據做此問項之次數分配。

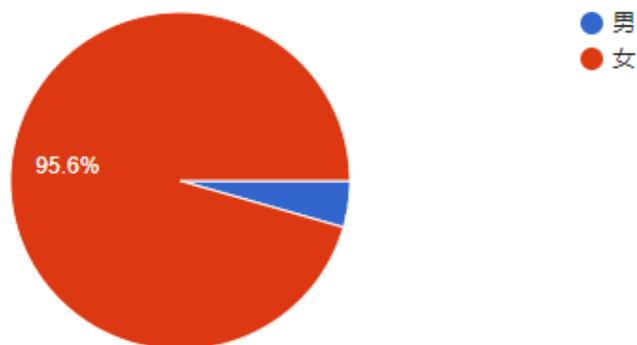
(一)性別

在受測者中，男性有 9 人，佔 4.5%；女性則有 191 人，佔 95.5%，如表 4-1。

表 4-1 性別

	次數	百分比
男	9	4.5
女	191	95.5
總計	200	100.0

圖 4-1 性別



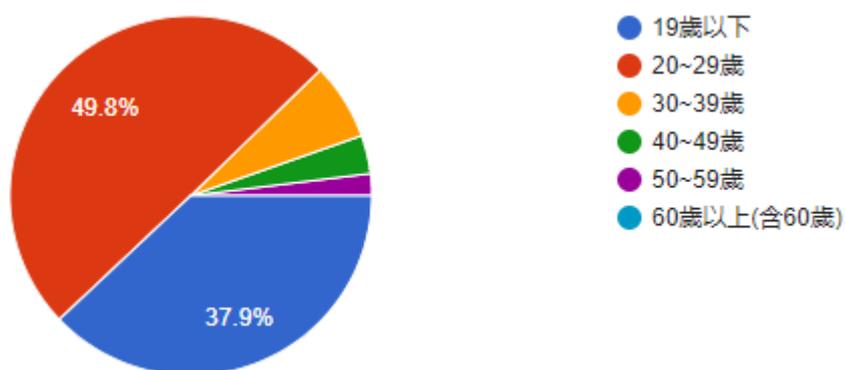
(二)年齡

在受測者中，以 20~29 歲為最多共有 98 位，佔 49%；第二是 19 歲以下共 77 人，佔 38.5%；第三為 30~39 歲共 14 人，佔 7%，第四為 40~49 歲共 7 人，佔 3.5%，最後是 50~59 歲共 4 人，佔 2%，如表 4-2。

表 4-2 年齡

	次數	百分比
19 歲以下	77	38.5
20~29 歲	98	49.0
30~39 歲	14	7.0
40~49 歲	7	3.5
50~59 歲	4	2.0
60 歲以上	0	0.0
總計	200	100.0

圖 4-2 年齡



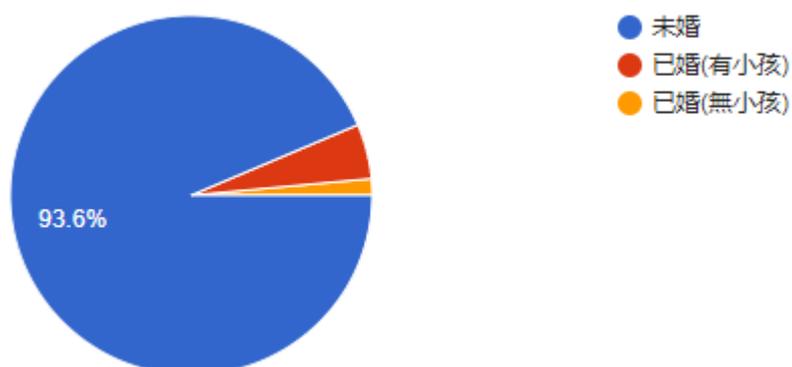
(三)婚姻

在受測的婚姻狀況中，以未婚為最多人共有 187 位，佔 93.5%；第二為已婚(有小孩)有 10 人，佔 5%；最後則是已婚(無小孩)共有 3 位，佔 1.5%，如表 4-3。

表 4-3 婚姻

	次數	百分比
未婚	187	93.5
已婚(有小孩)	10	5.0
已婚(無小孩)	3	1.5
總計	200	100.0

圖 4-3 婚姻



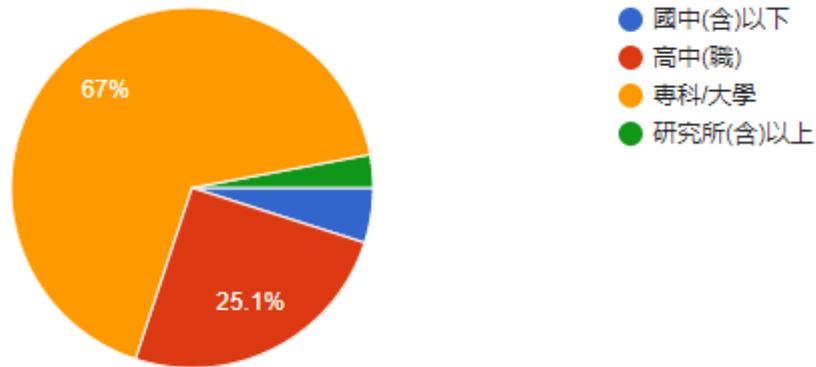
(四)教育程度

在受測者的教育程度中，以專科/大學為最多人共有 133 位，佔 66.5%；第二為高中(職)共 51 位，佔 25.3%；第三為國中(含)以下共有 10 位，佔 5%；最後為研究所(含)以上共有 6 位，佔 3%，如表 4-4。

表 4-4 教育程度

	次數	百分比
國中(含)以下	10	5.0
高中(職)	51	25.5
專科/大學	133	66.5
研究所(含)以上	6	3.0
總計	200	100.0

圖 4-4 教育程度



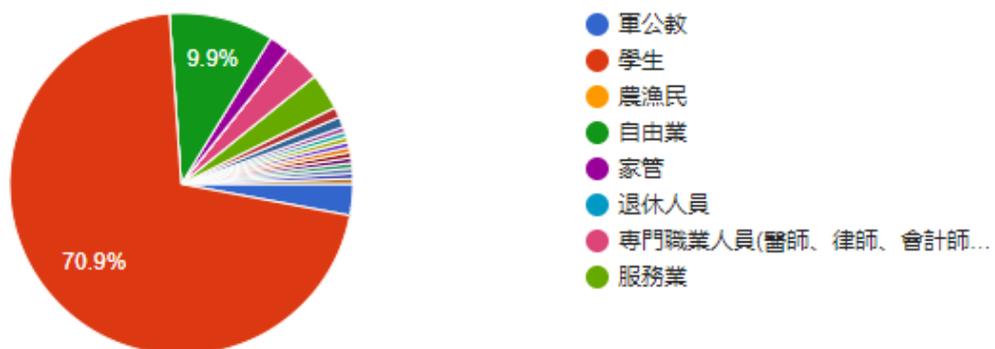
(五)職業

在受測者的職業類別中，以學生佔居最多人共有 141 位，佔 70.5%；第二為其它行業共 22 人，佔 11%；第三為自由業共 20 人，佔 10%；第四為專門職業人員共 7 位，佔 3.5%；第五為軍公教共 6 位，佔 3%；最後為家管共 4 位，佔 2%，如表 4-5。

表 4-5 職業

	次數	百分比
軍公教	6	3.0
學生	141	70.5
農漁民	0	0
自由業	20	10.0
家管	4	2.0
退休人員	0	0
專門職業人員	7	3.5
其它	22	11.0
總計	200	100.0

圖 4-5 職業



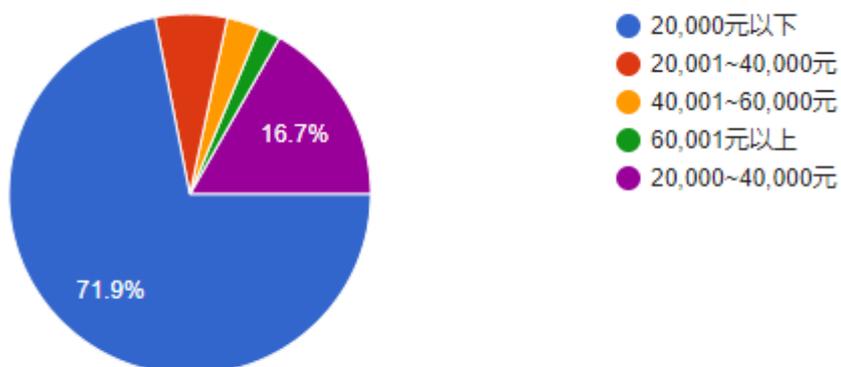
(六)每月平均收入

在受測者的每月平均收入中，以每月 20,000 元以下為最多人共 143 位，佔 71.5%；第二為 20,001~40,000 元共 47 人，佔 23.5%；第三為 40,001~60,000 元共 6 人，佔 3%；最後為 60,000 元以上共有 4 位，佔 2%，如表 4-6。

表 4-6 每月平均收入

	次數	百分比
20,000 元以下	143	71.5
20,001~40,000 元	47	23.5
40,001~60,000 元	6	3.0
60,001 元以上	4	2.0
總計	200	100.0

圖 4-6 每月平均收入



2. 參與經驗

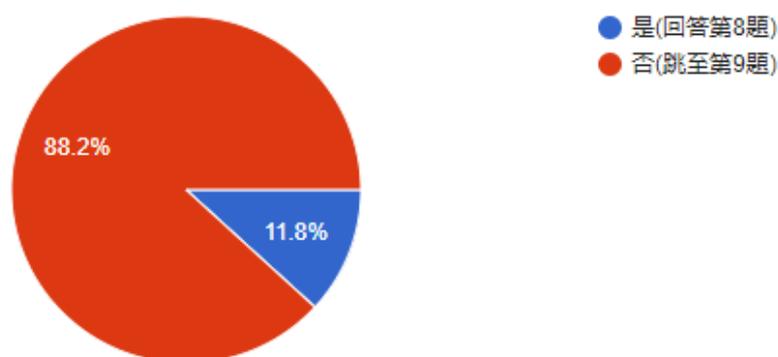
(一) 是否參加過滑雪旅遊

結果顯示，有 173 位之前都沒有參加過滑雪旅遊，佔 86.5%，則有 27 位參加過滑雪旅遊，佔 13.5%，如表 4-7。

表 4-7 是否參加過滑雪旅遊

	人數	百分比
是	27	13.5
否	173	86.5
總計	200	100.0

圖 4-7 是否參加過滑雪旅遊



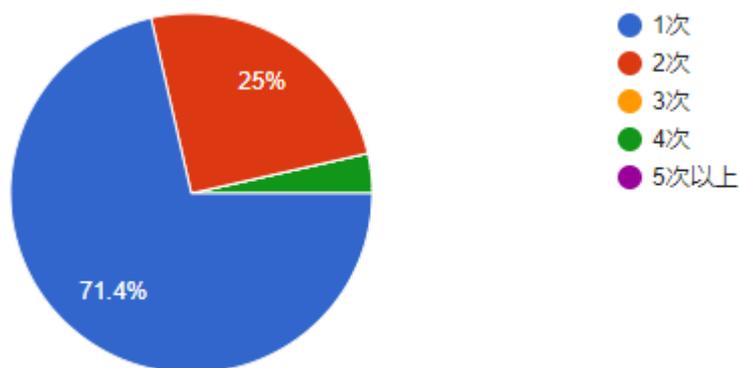
(二) 參加過幾次滑雪旅遊

再有參加過滑雪旅遊的受測者中，有 19 位參加過一次，佔 70.4%，有 7 位參加過二次，佔 25.9%，有 1 位參加過四次，佔 3.7%，如表 4-8。

表 4-8 參加過幾次滑雪旅遊

	次數	百分比
1 次	19	70.4
2 次	7	25.9
3 次	0	0
4 次	1	3.7
5 次以上	0	0
總計	27	100.0

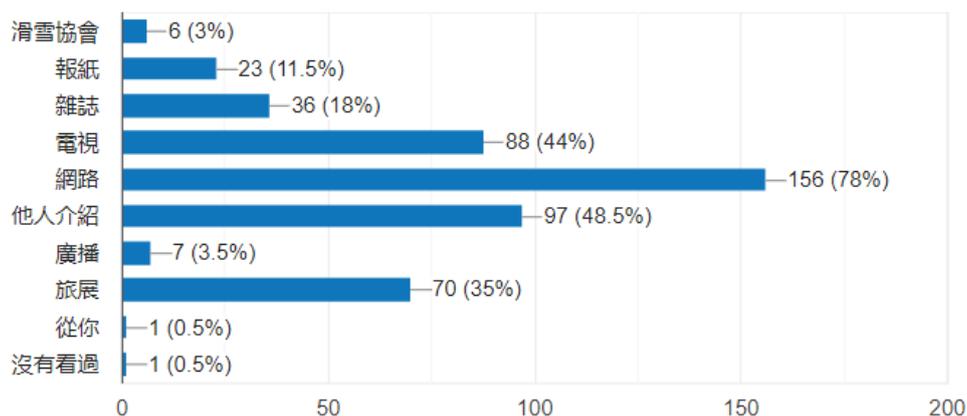
圖 4-8 參加過幾次滑雪旅遊



(三)如何得知滑雪出團訊息

結果顯示，透過網路得知出團訊息者最多共有 156 位，佔 78%，其次則是他人介紹共有 97 位，48.5%，如圖 4-1。

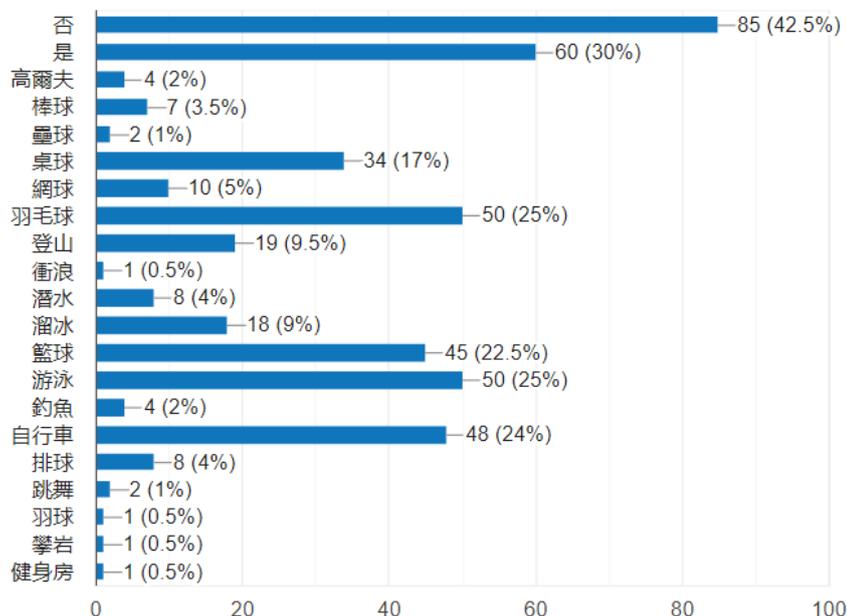
圖 4-1 如何得知滑雪出團訊息



(四)在台灣是否有參與其它運動

受測結果顯示，在台灣沒有參與過其它運動的人共有 85 位，佔 42.5%，有參與其它運動的人有 60 位，佔 30%，其中以羽毛球及游泳為最多各有 50 位，佔 25%，如圖 4-2。

圖 4-2 在台灣是否有參與其它運動



根據兩個管道獲取資訊對於參與意願影響之差異，比較如下表說明。

第一題. 看完雪場介紹(影片)後，未來我願意到此雪場滑雪

表 4-10 看完雪場介紹(影片)後，未來我願意到此雪場滑雪

	網站(圖文)		(影片)	
	人數	平均數	人數	平均數
非常同意	38	0.95	34	0.85
同意	120	2.4	109	2.18
普通	39	0.59	52	0.78
不同意	2	0.02	3	0.03
非常不同意	1	0.01	2	0.01

經過比較，觀看網站圖文介紹的受測者較多未來會願意到此雪場滑雪。

第二題. 看完雪場介紹(影片)後，未來我會考慮到此雪場滑雪

表 4-11 看完雪場介紹(影片)後，未來我會考慮到此雪場滑雪

	網站(圖文)		(影片)	
	人數	平均數	人數	平均數
非常同意	41	1.03	44	1.1
同意	127	2.54	110	2.2
普通	28	0.42	40	0.6
不同意	4	0.04	5	0.05
非常不同意	0	0	1	0.01

經過比較，透過網站圖文介紹未來會考慮到此雪場滑雪的人較多，而且不同意及非常不同意人數有增加。

第三題. 看完雪場介紹(影片)後，我會邀約朋友一起到此雪場滑雪

表 4-12 看完雪場介紹(影片)後，我會邀約朋友一起到此雪場滑雪

	網站(圖文)		(影片)	
	人數	平均數	人數	平均數
非常同意	49	1.23	46	1.15
同意	113	2.26	103	2.06
普通	35	0.53	45	0.68
不同意	3	0.03	6	0.06
非常不同意	0	0	0	0

經過比較，透過網站圖文介紹會邀約朋友一起到此雪場滑雪的受測者較多，另外普通及不同意人數有增加。

第四題. 看完雪場介紹(影片)後，我會把滑雪旅遊當成休閒活動首選

表 4-13 看完雪場介紹(影片)後，我會把滑雪旅遊當成休閒活動首選

	網站(圖文)		(影片)	
	人數	平均數	人數	平均數
非常同意	11	0.28	22	0.55
同意	71	1.42	60	1.2
普通	90	1.35	97	1.46
不同意	24	0.24	19	0.19
非常不同意	4	0.02	2	0.01

經過比較，透過網站圖文以及影片會把滑雪旅遊當成休閒活動首選的受測者人數差異不大，較明顯的是不同意及非常不同意者總共減少 7 位。

第五題. 看完雪場介紹(影片)後，我會推薦親朋好友參與滑雪旅遊

表 4-14 看完雪場介紹(影片)後，我會推薦親朋好友參與滑雪旅遊

	網站(圖文)		(影片)	
	人數	平均數	人數	平均數
非常同意	31	0.78	36	0.9
同意	109	2.18	96	2.0
普通	53	0.80	59	0.89
不同意	5	0.05	9	0.09
非常不同意	2	0.01	0	0

經過比較，透過網站圖文以及影片會把滑雪旅遊當成休閒活動首選的受測者人數差異不大。

第二節、信度分析

本研究採用 Cronbach' s α 值，目的是衡量每個量表項目內容的一致性。本研究每個構面的信度係數整理如表，想關數據均高於 0.7，因此本研究之量表符合一般信度要求。

表 4-9 信度分析

研究構面	構面	Cronbach' s α
參與意願	網站(圖文)	0.853
	影片	0.986

第五章、結論與建議

第一節、結論

首先，本研究依據所進行的問卷分析結果發現，不同的接收訊息的方式對於參與意願是有些微影響的。

研究發現相較於只有滑雪畫面的影片，對於旅遊會比較偏向有文字敘述的管道，對於要去的地方會有更多的了解，另外在參與意願題目中，我會「願意」參加及我會「考慮」有些差異，願意參加的題目中，受測者就偏向於網站圖文方式，但在考慮的題目中，受測者又偏回來影片，我們大膽推測，影片中的滑雪畫面是讓受測者很心動但不敢實際行動，而文字敘述會有安全感不是虛有的。

影片速度不一定符合每個人，若有不清楚的地方要自己往回拉，且不一定能準確拉到自己想看的地方；而網頁可依照自己的需求去瀏覽，要較容易再次回顧觀看。

第二節、對業者之建議

本研究的受測者多半為學生，在曾經參加過滑雪旅遊的 27 位中，就有 19 位為學生年齡在 19 歲以下至 29 歲，甚至曾經參加過 4 次的受測者是 19 歲以下的，所以本研究建議業者在賣行程時可以往學生族群進行說明及推薦，另外 19 歲以下的受測者非常多，業者可以推出家庭方案，讓父母可以一同前往旅遊。

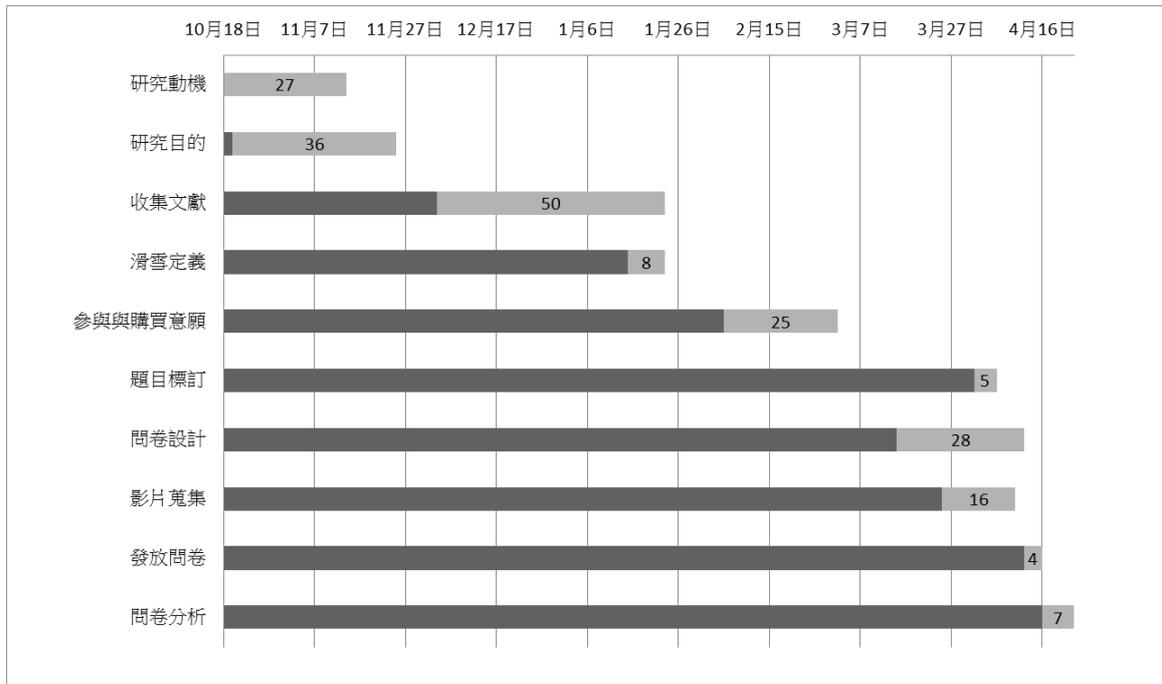
調查發現有 57%以上的人在國內都有參與不同的運動項目，表示大多數的滑雪旅遊者在臺灣期間都有參與運動的習慣。建議往後在推廣滑雪旅遊時，可以選擇鼓吹有運動習慣的族群來做推廣以提高宣傳的成效。

第三節、研究限制及後續研究之建議

本研究僅針對滑雪旅遊做調查，屬於較小範圍之研究，因此研究客觀度上較不足，也因為滑雪旅遊較項特定族群才會去參加的，對於一般消費者來說，要時常去滑雪是不太可能的事，這點會影響到受測者的參與意願，而對本研究的主軸，不同管道獲取滑雪旅遊資訊就不是那麼重要了。

另外，我們發出去的問卷幾乎都是學生填寫，對於學生來說要支付一次滑雪團的費用是有點負擔太重的，建議之後的研究員可以多找不同年齡層以及職業的受測者。

甘特圖



參考文獻

中文參考文獻

1. 中央社，2014，今年觀光旅遊產值就業雙增，中國電子報：
<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20140401005386-260410>
2. 中華民國滑雪滑草協會，2017，中華民國滑雪滑草協會與旅遊網攜手合作滑雪營 記者會
3. 交通部觀光局，1997，台灣潛在生態觀光及冒險旅遊產品研究與調查
4. 交通部觀光局，2017，2017 年 國人旅遊狀況調查
5. 欣滑雪，2013，滑雪的源頭 始於生活的一部分，欣傳媒
<https://solomo.xinmedia.com/ski/118-Skandia>
6. 林志成，2011，滑雪旅遊需引力、參與動機和持續參與意願之研究(未出版碩士論文)，國立台東大學
7. 陳思倫，劉錦桂，1992，影響旅遊目的地選擇之地點特性及市場區隔之研究
8. 陳穎暉，2008，「冒險旅遊活動參與動機及休閒滿意度之研究—以 4WD Off-Road 參與者為例」，國立台東大學體育學系體育教學碩士班論文
9. 徐欽賢，黃任閔，2006，「從墾丁國家公園觀光資源探討台灣冒險觀光之推展」
10. 張孝銘，2003，談貌性遊憩活動的推動，
http://www.sportsnt.com.tw/sample/spo_sample/Sample_03.asp?struct_i
11. 張春興，1993，現代心理學
12. 遠見雜誌，2011，「地中海俱樂部(Club Med)搶進中港台台灣也有滑雪旅遊商機」，<http://www.gym.com.tw/index.html>
13. 劉譯翔，2014，「冒險遊憩參與者參與動機、持續涉入及幸福感相關研究—以台灣飛行傘運動為例」，國立臺東大學身心整合與運動休閒產業學系研究所碩士論文
14. 蔡巧玲，2004，你準備好去冒險了嗎？
15. 鄭祐銓，2015，「行銷影片總是不夠吸引人嗎？4 項建議讓你更加上鏡」，smartM
<https://www.smartm.com.tw/Article/31373432cea3>
16. 鄭峰茂，n. d.，初探溯溪旅遊市場與未來趨勢，溯溪委員會：
http://www.cmas.tw/modules/tad_book3/html_all.php?tbsn=5
17. 謝淑芬，1995，觀光心理學
18. 「觀光旅遊業已躍升為全球第二大產業」，世界觀光旅遊委員會(World Travel and Tourism Council, WTTC)，<http://www.wttc.org/>

英文參考文獻

1. Beard, J.G., & Raghead, M.G..(1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*.
2. Cermak, D. S. P., File, K. M., Prince, R. A. (1994). Customer participation in service specification and delivery.
3. Christiansen, D. R. (1990). Adventure tourism.
4. Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation, *Annals of Tourism Recreation*.
5. Dabholkar, Pratibha (1990), How to Improve Perceived Service Quality by Improving Customer Participation.
6. Ewert, A., & Hollenhorst, S. (1989) . Testing the adventure model: empirical support for a model of risk recreation participation.
7. File, K.M., Judd, B.B. & R.A. Prince. (1992). Interactive Marketing: The Influence of Participation on Positive Word-of-Mouth and Referrals.
8. Hall, C. M., & Weiler, B. (1992). Introduction.
9. Hill, B. J. (1995). A guide to adventure travel. *Parks and recreation*.
10. Iso Ahola. S. E., Allen, J. R., & Buttner, K. J. (1982). Experience-related factors as determinants of leisure satisfaction.
11. Kellogg, D. L., Youngdahl W. E., & Bowen D. E. (1997), On the relationship between customer participation and satisfaction: two frameworks.
12. Manning, R. E. (1985). *Motivations for Recreation : A Behavioral Approach Studies in Outdoor Recreation Search and Research for Satisfaction Mineographed*.
13. McIntosh, R., & Gupta, S. (1977). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*.
14. Muller, T. & Cleaver, M. (2000). Targeting the CANZUS baby boomer explorer and adventurer segments.
15. Priest, S. (1992), Factor exploration and confirmation for the dimensions of an adventure experience.
16. Rayn, C. (2002). Stages, gazes and construction of tourism.
17. Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., & Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism: The new frontier*.
18. Thomas, John A., (1964). *What Makes People Travel*.
19. Zuckerman, M. (1979). Sensation seeking: Beyond the optimal level of arousal.
20. Zuckerman, M. (1980). Sensations seeking and its biological correlates.

附錄問卷

「不同管道獲取滑雪旅遊資訊對參與意願之影響」 專題問卷調查表

親愛的先生/小姐 您好：

首先感謝你撥空協助填寫此問卷。我們是致理科技大學休閒遊憩管理系三年級的學生，目前正進行「對於透過不同管道獲取滑雪旅遊資訊對於參與意願的影響」之問卷調查。

這是一份僅供研究的不具名學術問卷，您的意見只限於學術研究使用，不移作他途，請放心填答。

致理科技大學休閒遊憩管理系

指導老師：詹悉珍、蔡進祥老師

學生：吳孟恩、游涵如、柯欣廷、丁妙昱、張元騰全體敬上

此問卷相同題目需填答兩次，首先瀏覽網站文字頁面後填答問卷，第二次觀看影片後填答問卷。

第一部分：請就您個人感受的同意度回答，並於選項中選擇出來。

同意程度共分五級：(1)非常不同意(5)非常同意，以此類推。5分代表最高，1分代表最低。

請先瀏覽下面網站之介紹，再進行以下問卷填答。

雪場介紹(以佐幌度假村 SAHORO RESORT 為例) <https://naruwah.weebly.com>

引用業者：那魯灣旅行社

	(5) 非常 同意	(4) 同意	(3) 普通	(2) 不同 意	(1) 非常 不同 意
01. 看完雪場介紹後，未來我願意到此雪場滑雪					
02. 看完雪場介紹後，未來我會考慮到此雪場滑雪					
03. 看完雪場介紹後，我會邀約朋友一起到此雪場滑雪					
04. 看完雪場介紹後，我會把滑雪旅遊當成休閒活動首選					
05. 看完滑雪介紹後，我會推薦親朋好友參與滑雪旅遊					

請觀看影片後，再填答以下問題。

https://youtu.be/3Fo_t3B3_aA

引用業者：那魯灣旅行社

	(5) 非常 同意	(4) 同意	(3) 普通	(2) 不同 意	(1) 非常 不同 意
01. 看完影片後，未來我願意到此雪場滑雪					
02. 看完影片後，未來我會考慮到此雪場滑雪					
03. 看完影片後，我會邀約朋友一起到此雪場滑雪					
04. 看完影片後，我會把滑雪旅遊當成休閒活動首選					
05. 看完影片後，我會推薦親朋好友參與滑雪旅遊					

第二部分：個人資料

1. 性別

男 女

2. 年齡

19歲以下 20~29歲 30~39歲 40~49歲 50~59歲 60歲以上

3. 婚姻

未婚 已婚(有小孩) 已婚(無小孩)

4. 教育程度

國中(含)以下 高中(職) 專科/大學 研究所(含)以上

5. 職業

軍公教 學生 農漁民 自由業 家管 退休人員
專門職業人員 其它:_____

6. 您每月的平均收入

20,000元 20,001~40,000元 40,001~60,000元 60,001元以上

7. 是否有參加過滑雪旅遊?

是(回答第8題) 否(跳至第9題)

8. 參加幾幾次滑雪旅遊?

1次 2次 3次 4次 5次以上

9. 如何得知滑雪出團休息(可複選)

滑雪協會 報紙 雜誌 電視 網路 他人介紹 廣播
旅展 其它:_____

10. 在台灣是否有參與其他活動?

否

是

高爾夫

棒球

壘球

桌球

網球

羽毛

登山

衝浪

潛水

溜冰

籃球

游泳

釣魚

自行車

其它: _____

非常感謝你抽空填寫問卷。