

# 在運動觀光概念下探討觀光網站對深度休閒者人格特質與網站忠誠度之影響

周鈺和\*

(收件日期：100年4月15日；接受日期：100年10月20日)

**【摘要】**由相關的文獻探討，本研究發現過去的實證研究較少議題著墨於探索觀光網站與深度休閒之間的因果影響。此外，隨著經濟的繁榮再加上週休二日的實施，使得國人休閒時間越來越多，促使以運動觀光為旅遊目的之愛好者有逐年增加的趨勢。上述諸原因觸發本研究探討的動機，本研究在運動觀光的概念下以觀光網站與深度休閒為研究主軸，建構以觀光網站的顧客價值與服務品質為前因變項，深度休閒者人格特質為中介變項，並以網站忠誠度為結果變項之因果整合模式，利用結構方程模型來探討這些變項之間的交互影響關係。研究對象為在新北市北海岸地區深度喜愛騎自行車者，進行問卷調查共獲得有效問卷468份。經由參數估計加以分析，結果顯示網站顧客價值與服務品質皆對網站忠誠度有正向顯著影響，路徑係數值分別為0.37與0.32；網站顧客價值與服務品質對深度休閒者人格特質有正向顯著影響，路徑係數值分別為0.57與0.42；深度休閒者人格特質對網站忠誠度亦有正向顯著影響，路徑係數值為0.63。本研究進一步分析發現，雖然網站顧客價值與網站服務品質對網站忠誠度會有顯著的直接影響，但是這兩個構面若能經由影響深度休閒者人格特質，則對網站忠誠度的整體影響度會有很明顯的提升效果，尤其以網站顧客價值所獲得的增進效益最高。由此可知，深度休閒者的人格特質在本研究之因果整合模式中，確具中介變項的效果。

**【關鍵字】**運動觀光、網站顧客價值、網站服務品質、深度休閒者人格特質、網站忠誠度

\* 真理大學觀光數位知識學系

Department of Tourism Information, Aletheia University.