

自行車運動參與者之參與動機、持續涉入與護具購買意願之研究—以彰化縣為例

陳央榆、林淑芬

E-mail: 360078@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究旨在探討自行車運動參與者參與動機、持續涉入與護具購買意願之關係，以彰化縣自行車運動參與者為研究對象，採用問卷調查法，有效問卷共計412份。資料以描述性統計、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析、雪費事後比較及皮爾森積差相關等方法進行分析。研究發現：1.自行車運動參與以男性居多，參與者年齡集中於31~50歲，且多未參加車隊。2.自行車運動參與者之參與動機與持續涉入達顯著正相關，顯示參與者參與動機愈高，其持續涉入也愈高。3.自行車運動參與者之持續涉入與護具購買意願達顯著正相關，代表涉入程度較高的參與者，對購買護具的意願也愈高。4.自行車運動參與者之參與動機與護具購買意願達顯著正相關，顯示參與者的參與動機愈高，其護具的購買意願也愈高。最後，根據研究發現，提出具體建議提供自行車參與者、護具相關行業與後續研究之參酌。

關鍵詞：參與動機、持續涉入、購買意願、護具

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
誌謝辭	iv
內容目錄	v
表目錄	viii
圖目錄	xi
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
第三節 研究問題	3
第四節 研究範圍	3
第五節 名詞解釋	4
第二章 文獻探討	6
第一節 自行車運動之發展	6
第二節 參與動機之相關探討	8
第三節 持續涉入之相關探討	15
第四節 購買意願之相關探討	21
第五節 參與動機、持續涉入與購買意願之相關探討	24
第三章 研究方法	27
第一節 研究架構	27
第二節 研究流程	28
第三節 研究假設	29
第四節 研究工具	30
第五節 研究對象與抽樣方法	41
第六節 資料處理與分析	42
第四章 研究結果與分析	44
第一節 樣本特性之分析	44
第二節 自行車運動參與者參與動機、持續涉入與護具購買意願之現況分析	49
第三節 人口統計變項在參與動機、持續涉入與護具購買意願之差異分析	52
第四節 自行車運動參與者參與動機、持續涉入與護具購買意願之相關分析	71
第五章 結論與建議	76
第一節 結論	76
第二節 建議	77
第三節 研究限制	78
參考文獻	79
一、中文部份	79
二、英文部分	84
三、網路資料	87
同意書一	88
同意書二	89
同意書三	90
附錄A 預試問卷	91
附錄B 正式問卷	95
表目錄	表 2-1 動機定義彙整表 10
	表 2-2 各學派之動機理論及其主要內容 13
	表 2-3 國內學者對於參與動機之相關研究 14
	表 2-4 涉入定義之彙整表 16
	表 3-1 自行車參與動機問項 32
	表 3-2 持續涉入問項 33
	表 3-3 購買意願問項 34
	表 3-4 參與動機題目項目分析結果摘要表 35
	表 3-5 參與動機題目因素分析結果彙整表 37
	表 3-6 持續涉入題目項目分析結果摘要表 38
	表 3-7 持續涉入題目因素分析結果彙整表 39
	表 3-8 護具購買意願題目項目分析結果摘要表 40
	表 3-9 護具購買意願題目因素分析結果彙整表 41
	表 4 1 問卷發放及回收情形 44
	表 4 2 人口統計變項摘要表 47
	表 4 3 參與動機現況分析表 50
	表 4 4 持續涉入現況分析表 51
	表 4 5 護具購買意願現況分析表 51
	表 4 6 不同性別在參與動機之差異分析表 52
	表 4 7 不同年齡在參與動機之差異分析表 53
	表 4 8 不同婚姻狀況在參與動機之差異分析表 55
	表 4 9 不同教育程度在參與動機之差異分析表 56
	表 4 10 不同每月平均花費在參與動機之差異分析表 57
	表 4 11 不同每週騎乘時數在參與動機之差異分析表 58
	表 4 12 參加車隊與否在參與動機之差異分析表 59
	表 4 13 不同性別在持續涉入之差異分析表 60
	表 4 14 不同年齡在持續涉入之差異分析表 61
	表 4 15 不同婚姻狀況在持續涉入之差異分析表 62
	表 4 16 不同教育程度在持續涉入之差異分析表 63
	表 4 17 不同每月平均花費在持續涉入之差異分析表 64
	表 4 18 不同每週騎乘時數在持續涉入之差異分析表 65
	表 4 19 參加車隊與否在持續涉入之差異分析表 66
	表 4 20 不同性別在護具購買意願之差異分析表 67
	表 4 21 不同年齡在護具購買意願之差異分析表 67
	表 4 22 不同婚姻狀況在持續涉入之差異分析表 68
	表 4 23 不同教育程度在護具購買意願之差異分析表 68
	表 4 24 不同每月平均花費在護具購買意願之差異分析表 69
	表 4 25 不同每週騎乘時數在護具購買意願之差異分析表 70
	表 4 26 參加車隊與否在護具購買意願之差異分析表 70
	表 4 27 參與動機與持續涉入之相關分析摘要表 72
	表 4 28 參與動機與護具購買意願之相關分析摘要表 72
	表 4 29 持續涉入與護具購買意願之相關分析摘要表 73
	表 4 30 研究假設H4驗證結果彙整表 74
	表 4 31 研究假設H5驗證結果彙整表 74
	表 4 32 研究假設H6驗證結果彙整表 75
圖目錄	圖 3-1 研究架構 27
	圖 3-2 研究流程 28

參考文獻

一、中文部份 王文君 (2010)。運動涉入、贊助知覺和品牌形象對贊助商產品購買意願影響之研究。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。王玉琳 (2009)。露營車使用動機、產品涉入與購買意願之研究。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。王志剛、謝文雀編譯 (1995)。消費者行為。臺北市:華泰。王碧娟 (1998)。消費動機、服務品質與購後行為關係之研究 - 以大學推廣教育為例。未出版碩士論文，國立中正大學，嘉義縣。木村麻紀著，李毓昭譯 (2007)。全球樂活潮。臺中市:晨星。朱信衡 (2007)。產品價格、產品

種類、涉入性對消費者自有品牌購買意願之影響。未出版碩士論文，國立成功大學，臺南市。何台棟（1996）。影響桃園縣慢速壘球運動發展因素之調查研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。宋岡玲（2009）。單車族之生活型態與消費行為之研究。未出版碩士論文，國立台灣體育大學，臺中市。李政道（2006）。羽球場館消費者參與動機與參與行為之研究。成大體育，39，28-43。吳明隆（2007）。SPSS操作與應用 - 問卷統計分析實務。臺北市：五南。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。未出版碩士論文，國立台灣體育學院，臺中市。吳靜怡（2011）。大學生收看美國職棒大聯盟球賽動機與週邊商品購買意願之研究。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。官素珍（2007）。露營者遊憩動機、持續涉入與休閒效益關係之研究。未出版碩士論文，南華大學，嘉義縣。周文欽、周滄和、許擇基、盧欽銘、金樹人、范德鑫（1999）。心理與教育測驗。臺北市：心理。林子揚（2009）。臺北市籃球俱樂部參與者參與動機、持續涉入與滿意度之相關研究。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。林生傳（1997）。概念教學對概念發展的實驗效果 - 階次理論模式的概念教學實驗。教育學刊，12，31-70。林永森、黃文雄、陳寬裕（2011）。自行車參與者活動涉入、場所依附與目的地忠誠度關係之研究。臺灣體育運動管理學報，2，139-163。林明珠、莊庭禎（2006）。臺南市撞球運動場館消費者之參與動機與休閒運動體驗之研究。嘉南學報，32，418-432。林佳蓉（2011）。探討有機農民市集活動涉入及體驗行銷對購買意願之影響。未出版碩士論文，玄奘大學，新竹縣。林建文（2004）。原品牌態度、知覺契合度與促銷活動形式對品牌延伸後品牌態度與購買意願影響之研究。未出版碩士論文，實踐大學，臺北縣。林惠忠（2003）。台灣單車風情畫。臺北市：上旗文化。林惠玲、陳正倉（2011）。應用統計學。臺北市：雙葉。林靈宏（1994）。消費者行為。臺北市：五南。邱皓政（2006）。量化研究與統計分析。臺北市：五南。邱麗穎（2010）。單車騎士運動參與動機、影響因素及持續涉入之因應策略。未出版碩士論文，國立中正大學，嘉義縣。洪正上（2011）。自行車選手參與動機與參與阻礙之研究。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。洪佑賢（2011）。臺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。未出版碩士論文，東華大學，花蓮縣。徐新勝（2007）。衝浪活動參與者之休閒動機、涉入程度與休閒效益關係之研究。未出版碩士論文，國立中正大學，嘉義縣。陳志弘（1998）。奧林匹克路跑參與者生活型態與動機之調查研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。陳南琦（2004）。健康路跑運動參與者休閒動機、涉入及消費者行為之相關研究。中華民國大專院校93年度體育學術研討會專刊，127-135。陳國章（2001）。「腳踏車」用詞的種類、分布及其變化 - 以彰投雲嘉南各縣市為例。地理教育，27，1-5。許士軍（1987）。管理學。臺北市：東華。許樹淵（2000）。運動心理學。臺北市：師大書苑。張少熙（2003）。臺灣地區中學教師參與休閒運動行為模式之研究。未出版博士論文，國立台灣師範大學，臺北市。張良漢（2007）。登山健行活動涉入量表信度與效度之建構。運動休閒管理學報，4(1)，34-43。張孝銘、林樹旺、余國振（2004）。慢跑消費者活動參與動機、持續涉入與休閒行為之相關研究。大專體育學刊，6，83-93。張孝銘（2008）。休閒消費者行為。臺北市：華都文化。張治文（2006）。冒險性休閒活動參與動機及休閒效益之研究 - 以六龜鄉荖濃溪泛舟為例。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，臺北市。張春興（1987）。張氏心理學辭典。臺北市：東華。張嘉洲（2006）。中老年人休閒運動參與動機與效益之研究 - 以新竹地區太極氣功十八式運動為例。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，臺北市。曹校章、鄭志富（2006）。東北角海域運動參與者運動選擇、參與動機、阻礙因素與忠誠度分析。臺灣體育運動管理學報，4，83-97。黃東政（2005）。自助旅遊購買動機、購買涉入與購買意願關係之研究 - 以大陸旅遊為例。未出版碩士論文，中原大學，桃園縣。黃俊英、賴文彬（1990）。涉入的理論發展與實務應用。管理科學學報，7(1)，15-29。曾冠宇（2008）。單車休閒者之人格特質、休閒涉入程度與休閒利益知覺關係之探討 - 以彰化地區為例。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。葉珮如（2010）。假日自行車道使用者休閒涉入與地方依附之相關研究 - 以臺北縣八里左岸自行車道為例。未出版碩士論文，臺灣師範大學，臺北市。蔡宗信（2004）。臺南市國小民俗體育團隊學童參與動機之研究。未出版碩士論文，國立臺南師範學院，臺南市。歐陽金樹（1998）。國立聯合工商專科學生參與保齡球運動動機之調查研究。國立體育學院論叢，9(1)，95-107。鄧智斌（2008）。大陸來臺旅客旅遊動機、服務品質滿意度與其意向行為之研究。未出版碩士論文，臺灣師範大學，臺北市。賴子敬（2003）。臺中市高爾夫參與者參與動機和參與行為之研究。未出版碩士論文，朝陽科技大學，臺中縣。賴忠佑（2009）。觀眾的運動涉入程度對贊助企業品牌權益及購買意願之影響。未出版碩士論文，國立臺灣體育大學，臺中市。蕭涵勻（2008）。電視購物的動機、消費者涉入、心流與購買意願的關係。未出版碩士論文，大同大學，臺北市。戴遐齡（1994）。臺北市高爾夫練習場運動參與者參與動機與行為之研究。未出版碩士論文，國立體育學院，臺北縣。戴吾蓉（2012）。新竹市瑜珈參與者的休閒動機、持續涉入及幸福感相關之研究。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。龔俊旭（2005）。高雄市桌球俱樂部會員休閒動機及滿意度之研究。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。

二、英文部分 Bloch, P. H., & Richins, M. L. (1983). A theoretical model for the study of product importance perceptions. *Journal of Marketing*, 47(1), 69-81. Day, G. S. (1970). *Buying attitude and brand choice*. New York: The Free Press. Dimanche, F., Havitz, M. E., & Howard, D. R. (1991). Testing the involvement profilescale in the context of selected recreational and touristic activities. *Journal of Leisure Research*, 23(1), 51-66. Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer behavior* (7th ed.). Harcourt Broce Joranovich College Publishers, Orlando, Florida: Dryden Press. Engle, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1973). *Consumer behavior* (2th ed.). New York: Holt, Rinehart and Wiston Company. Fishbein, M., and Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley. New York: Holt Rinehart and Winston. Hanson (1985). *Educational administration and organizational behavior* (2th ed.). Boston: Allyn and Bacon. Houston, M. J., & Rothschild M. L. (1978). Conceptual and methodological perspectives on involvement. In Subhash C. Jain, (ed). *Research frontiers in marketing: Dialogues and directions*. Chicago: American Marketing Association, 184-187. Iso-Ahola, S. E. (1980). *The social psychology of leisure and recreation*. Dubuque, Iowa: Wn. C. Brown Company. Kapferer, J. N., & Laurent, G. (1985). Measuring consumer involvement profiles. *Journal of Marketing Research*, 22, 41-53. Krugman, H. E. (1965). the impact of television advertising: Learning without involvement. *Public Opinion Quarterly*, 29, 349-356. Kotler, P. (1991). *Marketing management*:

Analysis, planning, implementation, and control. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. Maslow, A. H. (1970). Motivation and personality. New York: Harper & Collins. McIntyre, N. (1989). The personal meaning of participation: enduring involvement. *Journal of Leisure Research*, 21(2), pp. 167-179. Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships between providers and users of market research: the dynamics of trust within and between organizations. *Journal of Marketing Research*, 19, 314-328. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1983). *Consumer Behavior*, Prentice-Hall Inc. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*(4th ed). New Jersey: Prentice-Hall. Sherif, M., & Cantril, H. (1947). *The psychology ego involvement, social attitudes and identifications*. New York: John Wiley and Sons. Tolman, E. C. (1948). Cognitive maps in rats and men. *Psychological Review*, 55, 189-208. Ragheb, M. G. (1980). Interrelationships among leisure participation, leisure satisfaction, and leisure attitudes. *Journal of Leisure Research*, 12(2), 138-149. Ryan, R. M., Rigby, C. S. & Przybylski, A. (2006). The motivational pull of video games: A self-determination theory approach. *Motivation and Emotion*, 30 (4), 344-360. Venkartaman, M. P. (1990). Opinion leadership, enduring involvement and characteristic of opinion leaders: A moderating or mediating relationship? In E. M. Goldberg., G. Gerald., & W. P. Richard (Eds.), *Advances in consumer research*, 17, 60-67. Provo, UT: Association for Consumer Research. Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341-352. 三、網路資料 行政院體育委員會 (2002)。台灣地區自行車道系統規劃與設置報告書。2011年12月5日。資料來源取自 <http://bike.sac.gov.tw> 行政院體育委員會 (2008)。中華民國97年運動統計。2011年12月5日。資料來源取自 <http://www.ncpfs.gov.tw/upload/2009> 行政院經濟部 (2008)。護具對不同防護部位之檢測方法研究報告。2011年12月5日，資料來源取自 <http://www.tipo.org.tw> 行政院體育委員會 (2009)。單車樂活最夯的生活方式。2011年12月5日，資料來源取自 <http://www.sac.gov.tw> 行政院交通部 (2010)。95年~99年7月道安統計資訊。2011年12月5日。資料來源取自 <http://168.motc.gov.tw> 行政院交通部 (2010)。自行車使用狀況調查摘要分析。2011年12月5日。資料來源取自 <http://www.motc.gov.tw> 行政院體育委員會 (2011)。自行車道整體路網規劃建設計劃。2011年12月5日。資料來源取自 <http://bike.sac.gov.tw/> 彰化縣政府 (2010)。99年彰化縣自行車道總體檢委託研究案。2012年6月29日。資料來源取自 <http://www.chcg.gov.tw> 維基百科 (2011)。自行車。2011年12月5日。資料來源取自 <http://zh.wikipedia.org>