

# A Study of Tee Ball Participating Motivation and Enduring Involvement for Elementary School Students in Taichung County

鄭永明、江澤群

E-mail: 9900330@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

Baseball has been praised as a “ national sport ” . It is the people most supportive sports individual sports. In recent years, due to funding, space, personnel and other fac-tors, led to the dissolution of the national little league teams have to face a crisis. To re-rooted baseball, began to promote Tee Ball. Therefore, this study aimed at under-standing the primary school children to participate in the Tee Ball relations between motives and continued involvement. In this study, fifth and sixth grade students for the object, a questionnaire survey approach, a total of 521 valid questionnaires were obtained. Questionnaires using SPSS 12.0 for describing the structure of the sample, demographic variables of the assessment of the various variables. Followed by t- test, one way ANOVA, Scheffe ' s method, Pear-son correlation and regression analysis system data analysis to understand the motiva-tion for continuing involvement in the relationships. The major findings of this study are as follows: (1) Students for their health and learning of knowledge of baseball and softball participation Tee Ball, and in order to show the ability and sustained involvement. (2) Students of different backgrounds to participate in Tee Ball's motivation and sustained involvement were significantly dif-ferent. (3)The opportunity to participate in moving a positive effect on enduring in-volvement, access to the greater sense of achievement, the more willing to continue in-volvement. Finally, this study made discussion and stated research implications. Suggestions to the elementary school, sports administrative department of the government, and fu-ture researches were also proposed.

Keywords : tee ball ; participation motivation ; enduring involvement

## Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	vi	內容目錄	vi
vii 表目錄	ix	圖目錄	xi
第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	4	第三節 研究問題	4
第四節 研究範圍	5	第五節 名詞解釋	5
5 第二章 文獻回顧	7	第一節 樂樂棒球運動發展概況及相關研究	7
第二節 參與動機理論及相關研究	14	第三節 持續涉入之理論及相關研究	14
25 第三章 研究方法	37	第一節 研究架構與假設	37
37 第二節 研究流程	39	第三節 問卷設計與抽樣方法	40
40 第四節 資料分析方法	50	第四章 結果與討論	54
第一節 研究對象基本資料	54	第二節 參與動機之現況及差異性分析	54
57 第三節 持續涉入之現況及差異性分析	69	第四節 參與動機對持續涉入的影響	69
78 第五章 結論與建議	82	第一節 研究結論	82
第二節 研究貢獻	85	第三節 研究建議	85
88 第四節 研究限制與後續研究建議	88	參考文獻	90
錄A 研究預試問卷	103	附錄B 研究正式問卷	107

## REFERENCES

一、中文部份 Kinicki, A., & Williams, B. K. (2007), 管理學(榮泰生譯), 台北:普林斯頓國際有限公司, (原文於2006年出版)。中華民國樂樂棒球協會(2009), 中華樂樂棒球活動發展沿革[線上資料], 來源: <http://www.chba.org.tw> [2009, October 5]。尤志偉(2005), 運動教育模式在國小「樂樂棒球」教學上的應用, 國民教育, 45(3), 61-69。王伯宇, 吳勤榮, 潘寶石(2006), 大學院校學生對攀岩課程滿意度與再參與態度之研究, 嘉大體育健康休閒期刊, 5, 86-95。王志明(2005), 國小樂樂棒球之創新教學, 學校體育, 90(15), 62-70。王梅香, 江澤群(2003), 台北市青少年休閒動機與休閒參與之研究, 北體學報, 11, 203-216。王湘栗(2003), 樂樂棒球班際比賽經驗談:以台北市

國語實小為例，學校體育，13(5)，95-104。朱宏偉(2008)，國民小學樂樂棒球校隊教練參與動機、領導行為與工作滿意度之相關研究 - 以彰化縣為例，私立大葉大學運動事業管理學系碩士班未出版之碩士論文。行政院體委會運動人口倍增計畫綱(2002)，運動人口倍增計畫[線上資料]，來源：<http://exercisemap.npust.edu.tw> [2009, Oc-tober 5]。行政院體育委員會(2008)，運動城市排行榜調查，台北：行政院體育委員會。吳永發(2005)，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碩士班未出版之碩士論文。吳忠宏，黃宗成(2001)，玉山國家公園管理處服務品質之研究：以遊客滿意度為例，國家公園學報，11(2)，117-135。吳明隆(2009)，SPSS操作與應用：問卷統計分析實務，台北：五南圖書。吳菁雅(2008)，登山客攀登玉山主峰之動機、期望、滿意度與重遊意願之研究，國立嘉義大學農學研究所林學組未出版之碩士論文。呂芳陽(2003)，臺灣地區民營羽球館消費者滿意度、參與行為與未來參與意願之調查研究，大專體育學刊，5(1)，27-38。呂星璜(2003)，民宿業者經營歷程與休閒運動涉入之研究，私立中國文化大學運動教練研究所未出版之碩士論文。呂惠富(2008)，休閒運動之參與動機與休閒效益關係之研究，休閒產業管理學刊，1(1)，41-53。李志峰，楊慶南，邱智麟(2003)，大葉大學學生運動性休閒參與動機之研究，大葉學報，12(2)，99-108。李奇勳，蘇瑞蓮(2008)，服務品質、知覺價值、滿意度及遊後行為意圖關係之探討 - 以休閒旅遊業為例，顧客滿意學刊，4(2)，1-26。李德治，童惠玲(2007)，統計學，台北：博碩文化。周嘉琪，胡凱揚(2004)，健身運動參與動機量表的編製，大專體育學刊，7(1)，117-130。林仁義(2001)，原住民甲組成棒選手參與棒球運動動機之研究，私立中國文化大學運動教練研究所未出版之碩士論文。林永森，林婉伶，張孝銘(2007)，運動觀光遊客體驗服務品質、滿意度與重遊意願相關之研究 - 以2006年台中縣兩馬觀光季活動為例，管理實務與理論研究，3，28-42。林岑怡(2005)，有氧舞蹈參與者身體自我概念、參與動機及健身運動承諾對運動參與行為之影響，國立體育學院體育研究所未出版之碩士論文。林芄任(2008)，登山冒險遊憩持續涉入模式之研究，私立大葉大學運動事業管理學系碩士班未出版之碩士論文。林政萩(2004)，內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究，私立逢甲大學建築及都市計劃研究所未出版之碩士論文。林政輝(2006)，慢速壘球休閒運動者之運動動機、參與行為與運動用具消費行為之研究 - 以彰化縣地區為例，私立大葉大學休閒事業管理學系碩士班未出版之碩士論文。林貞錡(2008)，中部地區國中游泳團隊成員參與動機與社會支持之研究，私立大葉大學運動事業管理學系碩士班未出版之碩士論文。施博隆(2005)，理解式教學與傳統式教學對國小學童樂樂棒球擲準學習效果之研究，台北市立師範學院體育研究所未出版之碩士論文。洪嘉文(2000)，學校體育教具研發之介紹 - 以樂樂棒球及迷你網球為例，國民體育季刊，29(4)，10-17。高俊雄(2008)，運動休閒管理，台北：華都文化。張凡文(2008)，服務品質、滿意度與重遊意願之研究 - 以牛耳藝術渡假村為例，私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。張孝銘，林永森(2007)，休閒農場遊憩吸引力、服務品質與遊憩滿意度之相關研究 - 以飛牛牧場為例，運動與遊憩研究，4，59-71。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(1)，83-93。張志銘，呂崇銘，翁旭昇，許績勝(2006)，內在動機、學習態度對持續涉入桌球運動行為之影響，運動休閒餐旅研究，1(4)，43-54。張春興(1989)，張氏心理學辭典(初版)，台北：東華書局。張春興(1996)，教育心理學，台北：東華書局。張國振(2007)，自行車參與者休閒涉入與休閒效益之研究，國立臺灣師範大學體育學系在職進修碩士班未出版之碩士論文。張淑青(2008)，風浪板運動者之參與動機、休閒阻礙對遊憩體驗、滿意度與未來參與意願的影響，觀光休閒學報，14(2)，109-134。張誌元(2001)，樂樂棒球運動簡介暨教學活動設計，學校體育雙月刊，11(4)，108-112。教育部健康醫學學習網(2005)，體重控制計畫[線上資料]，來源：<http://health.edu.tw> [2009, October 5]。梁家祐，蔡智勇(2008)，澎湖石滬生態旅遊動機、遊憩體驗與服務品質對遊客滿意度與重遊意願之分析，運動與遊憩研究，3，94-109。許鎮顯(2008)，身心動作教育課程對國小學童身體覺察能力及樂樂棒球打擊效能之研究，國立台東大學體育教學碩士班未出版之碩士論文。陳文英(2006)，2006澎湖海上花火音樂季遊客的旅遊動機、滿意度與重遊意願關係之研究，嘉大體育健康休閒期刊，5，117-127。陳秀華(1992)，健康適能俱樂部會員消費者行為之研究，國立體育學院體育研究所未出版之碩士論文。陳冠任(2006)，樂樂棒球選手打擊之運動學分析，台北市立教育大學體育研究所未出版之碩士論文。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(pp. 127-135)，台南市：國立成功大學。陳家成(2008)，社區大學體適能課程學員參與程度、學習滿意度與繼續學習意願之研究 - 以YMCA社區大學為例，私立大葉大學運動事業管理學系碩士班未出版之碩士論文。陳偉仁(2004)，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，私立銘傳大學觀光研究所之未出版碩士論文。陳順成(2003)，北高兩市社區大學學員學習需求、學習現況及繼續進修意願之比較研究，國立高雄師範大學成人教育研究所未出版之碩士論文。陳嘉康，廖誼印(2006)，職業運動球迷參與動機、支持因素及滿意度之研究，彰化師大體育學報，6，155-174。陳肇芳(2007)，大學校院學生休閒運動參與、涉入與滿意度關係之研究，國立嘉義大學體育與健康休閒研究所未出版之碩士論文。陳優華，簡彩完(2005)，中華職棒大聯盟及球團服務品質、滿意度與忠誠度對球迷再購意願影響之驗證，明道學術論壇，1(1)，93-104。黃俊傑，陳建利，何國龍(2006)，慢速壘球運動參與者參與動機之研究 - 以台中市為例，北體學報，14，200-208。黃泰盛(1998)，大專學生參與足球運動之研究，屏東：睿煜書局。黃錦照(2002)，田中森林公園遊客旅遊動機與滿意度之研究，私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。黃鴻斌(2003)，健康體適能俱樂部會員參與動機、顧客滿意度及忠誠度關聯性之研究 - 以金牌健康體適能俱樂部為例，私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。黃耀鉅(2006)，台中市健康體適能俱樂部會員參與動機、參與行為、顧客滿意度及品牌忠誠度關係之研究，私立大葉大學運動事業管理學系碩士班未出版之碩士論文。葉九源(2007)，慢速壘球場顧客參與動機及滿意度之研究 - 以彰化縣為例，私立大葉大學運動事業管理學系碩士班未出版之碩士論文。劉晉宏，林家羽，林婉婷(2009)，遊客重遊意願影響因素之實證研究 - 以生態旅遊為例，2009服務業行銷研討會論文集 (pp. 234-252)，台中：國立中興大學。蔡巧玲(2004)，休閒潛水者性別角色與休閒涉入之研究，國立體育學院體育研究所未出版之碩士論文。蔡武憲(2008)，國小樂樂棒球休閒滿意度相關影響因素之研究 - 以台南市四、五、六年級學童為例，國立台南大學社會科教學研究所未出版之碩士論文。蔡嘉湖(2007)，國小樂樂棒球比賽技術分析之研究，台北市立教育大學體育教學碩士學位班未出版之碩士論文。盧俊宏(1994)，運動心理學，台北：師大書苑。賴子敬(2003)，台中市高爾夫參與者參與動機與參與行為之研究，私立朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班未出版之碩士論文。戴遐齡(1997)，台北市高爾夫練習場運動參與者參與動機與行為之研究，國立體育學院體育研究所未出版之碩士論文。謝仕淵，謝佳芬(2003)，臺灣棒球一百年

, 台北:果實出版。魏弘發(1995), 遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究 - 以臺灣民俗村為例, 私立逢甲大學建築及都市計畫研究所未出版之碩士論文。二、英文部份 Alderfer, C. P. (1969). *Relatedness and growth: Human needs in organizational settings*. New York: Free Press.

Alexandris, K., Girgolas, G., & Kouthouris, C. (2007). Investigating the relationships among motivation, negotiation, and alpine skiing participation. *Journal of Leisure Research*, 39(4), 648-667.

Beard, J. G., & Rangke, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 219-228.

Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: In-ter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616.

Bloch, P. H., & Richins, M. L. (1983). A theoretical model for the study of product importance perceptions. *Journal of Marketing*, 47(3), 69-81.

Csikszentmihalyi, M., & Kleiber, D. A. (1991). Leisure and self-actualization. In B. C. Driver, P. J. Brown, & G. L. Peter-son (Eds.), *Benefits of leisure* (pp. 91-102). State College, Pennsylvania: Venture.

Cuieford, J. P. (1965). *Fundamental statistics in psychology and edu-cations* (4th ed.). New York: McGraw Hill.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. *Nebraska symposium on motivation*, 38, 237-288.

Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyal: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of Academy of Marketing Sci-ence*, 12(2), 99-133.

Dodds, W., Monroe, K., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand and store information on buyers ' product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319.

Ellis, M. J. (1973). *Why people play*. New Jersey: Prentice-Hall.

Iso-Ahola, S. E. (1989). Motivation for leisure. In E. L. Jacks & T. L. Burton (Eds.), *Understanding leisure and recreation*. State College, Pennsylvania: Venture.

Jones, T. O., & Sasser, J. R. (1995). Why satisfied customer defect. *Harvard Business Review*, 85(2), 88-99.

Kao, C. H. (1993). A model of leisure satisfaction. Unpublished doc-toral dissertation, Indiana University, Bloomington.

Kapferer, J., & Laurent, G. (1985), Consumers ' involvement profile: New empirical results. *Advances in Consumer Research*, 12, 290-295.

Kaiser, H. F. (1974). Little jiffy, mark IV. *Educational and Psycho-logical Measurement*, 34, 111-117.

Kozak, M. (2001). Repeaters ' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807.

Kyle, G. T., Absher, J. D., Hammitt, W. E., & Cavin, J. (2006). An examination of the motivation-involvement relationship. *Lei-sure Sciences*, 28, 467-485.

Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004). Predictors of behavioral loyalty among hikers along the Appalachian trail. *Leisure Sciences*, 26(1), 99-118.

Kyle, G., & Chick, G. (2004). Enduring leisure involvement: The im-portance of personal relationships. *Leisure Studies*, 2(3), 243-266.

McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, New Jersey: Van Nostrand Reinhold Co.

McIntyre, N. (1989). The personal meaning of participation: Enduring involvement. *Journal of Leisure Research*, 21(2), 167-179.

McIntyre, N., & Pigram, J. J. (1992). Recreation specialization reex-aminated: The case of vehicle-based campers. *Leisure Sciences*, 14(1), 3-15.

Miner, J. B. (1980). *Theories of organizational behavior*. Hinsdale: Dryden Press.

Robinson, D. (1992). A descriptive model of enduring risk recreation involvement. *Journal of Leisure Research*, 24(1), 52-63.

Selin, S., & Howard, D. (1988). Ego involvement and leisure behavior: A conceptualspecification. *Journal of Leisure Research*, 20(3), 237-244.

Smith, D. H. (1982). Altruism, volunteers, and volunteerism. In J. D. Harman (Ed.), *Volunteerism in the eighties* (2nd ed., pp. 23-44). Lanham, Missouri: University Press of America.

Venkartaman, M. P. (1990). Opinion leadership, enduring involvement and characteristic of opinion leaders: A moderating or media-tion relationship. In E. M. Goldberg, G. Gerald, & W. P. Rich-ard (Eds.), *Advance in consumer Research*, 17, 60-67. Provo, Utah: Association for Consumer Research.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behav-ioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.