

# 墾丁地區衝浪運動之參與動機與持續涉入之研究

黃文駿、黃娟娟

E-mail: 9901148@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究是以墾丁地區衝浪參與者為對象，研究的變項為參與動機與持續涉入，研究目的為：1.衝浪運動參與者人口背景現況。2.不同背景對衝浪運動參與者之參與動機之差異。3.不同背景對衝浪運動參與者之持續涉入之差異。4.衝浪運動參與者之參與動機與涉入程度的關聯性。同時也建構假設來進行驗證。研究方法是立意抽樣的方式，針對墾丁地區之衝浪者進行發放，總樣本數為120份。統計方法以獨立樣本t檢定、單因子變異數分析以及相關分析進行驗證。分析後得到以下結論：1.女性參與者對此運動的接受度越來越高。2.不少為衝浪參與新鮮人。3.多數參與者皆有持續參與。4.此項運動平均花費不高，與參與動機及持續涉入皆無顯著相關。5.衝浪參與者之參與動機與持續涉入呈顯著正相關。6.外在動機關聯性高於內在動機。最後，根據分析結論，對相關主管機關與推廣單位提出建議，同時也對未來研究者提出後續研究之建議。

關鍵詞：衝浪運動、參與動機、持續涉入

## 目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		Vi 內容目錄	
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	2	第三節 研究問題	2
3 第四節 研究範圍與限制	3	第五節 名詞解釋	3
5 第二章 文獻探討	6	第一節 衝浪運動由來簡史	6
6 第二節 台灣衝浪運動現況	8	第三節 參與動機相關文獻探討	8
11 第四節 持續涉入相關文獻探討	15	第五節 冒險遊憩行為模型相關文獻探討	15
22 第六節 衝浪運動相關研究探討	26	第七節 研究假設	27
研究程序	28	第一節 研究架構	28
29 第三節 研究工具	30	第二節 研究程序	29
40 第五節 資料分析方法	42	第三節 研究工具	30
44 第四章 研究結果與討論	44	第四節 研究對象與抽樣方法	40
49 第一節 衝浪運動參與者人口背景分析	44	第五節 資料分析方法	42
49 第二節 衝浪運動參與者人口背景分析與參與動機之關係	49	第六章 研究結果與討論	44
57 第三節 衝浪運動參與者人口背景分析與持續涉入之關係	57	第一節 衝浪運動參與者人口背景分析	44
65 第四節 衝浪運動參與者參與動機與持續涉入之關係	65	第二節 衝浪運動參與者人口背景分析與參與動機之關係	49
75 第五節 研究假設之驗證	70	第三節 衝浪運動參與者人口背景分析與持續涉入之關係	57
75 第一節 研究發現	75	第四節 衝浪運動參與者參與動機與持續涉入之關係	65
75 第二節 建議	75	第五節 研究假設之驗證	70
75 參考文獻	78	第七章 研究發現與建議	75
89 附錄一 預試問卷	92	第一節 研究發現	75
		第二節 建議	75
		第三節 參考文獻	78
		附錄一 預試問卷	92
		附錄二 正式問卷	92

## 參考文獻

一、中文部份 Google地圖(2009)，墾丁地區[線上資料]，來源：<http://maps.google.com.tw/> [2009, January 3]。中華民國滑浪協會網頁(2006)，首頁[線上資料]，來源：錯誤！超連結參照不正確。，January 5]。方怡堯(2002)，溫泉遊客遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究，國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所未出版之碩士論文。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，國立中正大學企業管理研究所未出版之碩士論文。全民運動宣傳網(2005)，首頁[線上資料]，來源：錯誤！超連結參照不正確。，January 5]。行政院體育委員會(2002)，海洋運動發展計畫，行政院體育委員會。交通部觀光局(1993)，水域遊憩活動環境影響之研究計畫，台北：交通部觀光局。李致融(2007)，我國衝浪服務業經營模式、阻礙因素與發展趨勢之研究，私立輔仁大學體育學系研究所未出版之碩士論文。李春安(2007)，衝浪者的專業化程度與擁擠規範之關係，國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。何鈺雯(2007)，以恐懼管理理論觀點探討衝浪自我效能與死亡顯要性對從事冒險衝浪意圖之影響，國立台灣體育大學體育學系研究所未出版之碩士論文。余明錦(2007)，衝浪參與者流暢經驗與休閒衝突之相關研究，國立台灣師範大學體育學系碩士班未出版之碩士論文。邱仕

杰(2007), 衝浪參與者活動涉入對流暢經驗及休閒覺知自由之相關研究, 國立台灣師範大學體育學系碩士班未出版之碩士論文。 林生傳(1996), 教育心理學, 台北:五南圖書。 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, 國立台灣體育學院體育研究所未出版之碩士論文。 洪群翔(2006), 地方依戀、休閒涉入、滿意度與遊後行為之研究 - 以衝浪為例, 國立雲林科技大學休閒運動研究所未出版之碩士論文。 姚元浩(2008), 專欄, 海洋運動雜誌, 3, 20-25。 徐新勝(2006), 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, 國立中正大學運動與休閒教育研究所未出版之碩士論文。 陳一涵(2006), 傑夫衝浪俱樂部會員涉入程度與滿意度關係之個案研究, 國立台北教育大學體育學系研究所未出版之碩士論文。 康理查(1991), 台灣海岸之衝浪環境 - 發展潛力之研究, 國立台灣大學地理研究所未出版之碩士論文。 張春興(2007), 教育心理學二版, 台北:東華書局。 張華保(1986), 社會心理學二版, 台北:三民書局。 莊秀婉(2006), 臺灣北海岸衝浪參與者休閒體驗與滿意度之調查研究, 國立臺灣師範大學體育學系未出版之碩士論文。 曹嘉玲(2005), 臣服與征服:衝浪愛好者的休閒實踐及次文化之研究, 國立台灣師範大學未出版之碩士論文。 彭金燕(1999), 代言人可信度對廣告效果與購買意願影響之研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。 黃志成(1998), 心理學, 台北:啟英文化。 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)。 維基百科(2009), 衝浪[線上資料], 來源: <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/> [2008, January 5]。 楊文壽(2000), 行動電話手機消費者之涉入程度及購買決策相關因素之關聯性研究, 國立交通大學經營管理研究所未出版之碩士論文。 楊明賢(2002), 觀光學概論, 台北:楊智出版社。 葉日武(1997), 行銷學理論與實務, 台北:東華書局。 劉修祥(1998), 觀光導論, 台北:楊智文化。 劉俊宏(2007), 環境屬性、流暢經驗對衝浪活動滿意度與重遊意願之相關研究, 國立中正大學運動與休閒教育研究所未出版之碩士論文。 鄭弁冕(2002), 衝浪簡介, 休閒運動期刊, 創刊號, 38-44。 衝浪俱樂部(2009), 討論區[線上資料], 來源:錯誤! 超連結參照不正確。 [January 5]。 二、英文部份 Alderfer Clayton, P. (1972). Existence, Relatedness, and Growth; Human Needs in Organizational Settings. New York: The Free Press. Bloch, P. H., & Richins, M. L. (1983). A theoretical model for the study of product importance perceptions. *Journal of Marketing*, 47 (1), 69-81. Burnkrant, R. E., & Sawyer, A.(1983), Effects of Involvement on Information Processing Intensity. *Information Processing Research in Advertising*, New Jersey: Erlbaum. Camines, E. G., & Zeller, R. A. (1979). Reliability and validity assessment. Beverly Hills, California: Sage. Celsi, R. L., & Jerry, C. O. (1988). The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processed. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 210-224. Day, G. S. (1970). Buying attitude and brand choice. New York: The Free Press. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). Intrinsic motivation and Self-determination in human behavior. New York: Plenum. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1978). *Consumer Behavior*, Orlando Florida: Dryden Press. Ewert, A. (1985). Why people climb: The relationship or participation motives and experience level to mountaineering. *Journal of Leisure Research*, 17(3), 241-250. Ewert, A. (1987). Risk recreation pose a new management problems. *Park Science*, 8(1), 7-8. Ewert, A., & Hollenhorst, S. (1989). Testing the adventure model: empirical support for a model of risk recreation participation. *Journal of Leisure Research*, 21(2), 124-139. Ewert, A. (1994). Playing the edge: Motivational and risk-taking in a high altitude wilderness-like environment. *Environment and Behavior*, 26(1), 3-24. Ewert, A., & Galloway, S. (2001), Adventure recreation: what 's new for resource managers, public policy analysis, and recreation providers, *Parks & Recreation*, 36(2), 26-34. Gardner, Meryl P., Mitchell, Andrew, A., Russo, J., & Edward (1985), Low Involvement Strategies For Processing Advertisement. *Journal of Advertising*, 14(2), 4-13. Gay, L. R. (1992). *Educational Research Competencies for Analysis and Application*. New York: Macmillan. Gnoth, J. (1997). Tourism Motivation and Expectation Formation. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 283-304. Harvitz, M. E., & Dimanche, F. (1990). Propositions for testing the involvement construct in recreational and tourism contexts. *Leisure Sciences*, 12(2), 179-195. Huper, N., & Gardner, D. (1971). Differential involvement with product and issues: An exploratory study, *Proceedings, 2nd. Annual Conference of the Association of Consumer Research*, 262-269. Houston, M. J., & Rothschild M. L. (1978). Conceptual and Methodological Perspectives on Involvement, *Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Directions*, Subhash C. Jain, ed. Chicago: American Marketing Association, 184-187. Howard, J. A. & Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley & Sons, 30. Hupfer, Nancy T., & David M. Gardner. (1971). " Differential Involvement with Products and Issues: An Exploratory ", *Association for Consumer Research*, College Park, Maryland: Association for Consumer Research, 262-269. Iso-Ahola, S. E. (1989). Motivation for leisure. In E. L. Jackson and T. L. Burton (Eds.), *Understanding Leisure and Recreation: Mapping the Past, Charting the future*. State College, Pennsylvania: Venture Publishing. Kapferer, J., & Laurent, G. (1985). Consumers' involvement profile: New empirical results. *Advances in Consumer Research*, 12, 290-295. Kelly, J. R. (1996). *Leisure*. Needham Heights, Massachusetts: A Simon & Schuster Company. Kotler, P. (1991). *Marketing management: analysis, planning, implementation and control* (9th ed). New Jersey: Prentice-Hall Inc. Krugman, H. E. (1965). The Impact of Television Advertising: Learning without Involvement. *Public Opinion Quarterly*, 29, 349-356. Laurent, G., & Kapferer, J. N. (1985). Measure consumer involvement profile. *Journal of Marketing Research*, 22(1), 41-53. Maehr, M. L., & Nicholls, J. G. (1980). Culture and achievement motivation: A second look. In N. Warren (Ed). *Studies in cross-cultural psychology*, 3, 221-267. New York: Academic. Maslow, A. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper and Row. 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 reexamined: The case of vehicle-based campers. *Leisure Sciences*, 14(1), 3-15. Mitchell, A. A. (1981). The Dimensions of Advertising Involvement, *Advances in Consumer Research*, 8, 25-30. Mook, D. G. (1987). *Motivation: The Organization of Action*, New York: W. W. Norton. Petty, R. E., & Cacioppo J. T. (1981), *Attitude and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*, Dubuque, Iowa: Wm.C.Brown Co. Moser, S. (1991), A tenuous hold, *Outside Business*, 26-29. Rothschild, M. L., & Houston, M. J. (1980). Internal validity, external validity and the passage of time as issues in developing advertising effective measures. *Advances in Consumer Research*, 7(1), 572-579. Sage, G. (1977). *Introduction to motor behavior: A neuropsychological approach* (2nd). Massachusetts: Addison-Wesley. Schuett, M. (1991). Testing the adventure model for outdoor adventure recreation participation. Ph. D. Dissertation, University of

Illinois. Schuett, M. (1993). Refining measure of adventure recreation involvement. *Leisure Sciences*, 15(3), 205-216. Sherif, M., & Cantril, H. (1947). *The psychology of ego-involvements*. New York: Wiley. Stevens, J. (1992). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences* (2nd ed.). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum. Streer, R. M., & Porter, C. A. (1983). *Motivation and work behavior*, New York: McGraw-Hill. Swanson, E. B., (1974). Management Information Systems: Appreciation and Involvement. *Management Sciences*, 21(2), 178-188. Venkatraman, M. P. (1990). Opinion leadership, enduring involvement and characteristic of opinion leaders: A moderating or mediating relationship? In E. M. Goldberg., G. Gerald., and W. P. Richard (Eds.), *Advances in consumer research*, 17, 60-67, Utah: Association for Consumer Research. Wellman, J., Roggenbuck, J., & Smith, A. (1982). Recreation specialization and norms of depreciative behavior among canoeists. *Journal of Leisure Research*, 14(4), 323-340. Woodside, A. G.(1976), Interactions of Consumption Situations and Brand Attitudes, *Journal of Applied Psychology*, 61(6), 764-769. Wright, Peter, L.(1973), " The Cognitive Processes Mediating Acceptance of Advertising " , *Journal of Marketing Research*, 10, 53-62. Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct, *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341-352.