

第參章 研究設計與實施

本章旨在敘述研究設計與實施方式，共區分六節，第一節為研究架構，第二節為研究對象與抽樣方式，第三節為研究工具，第四節為預試分析，第五節為實施程序與研究步驟，第六節為資料處理方法。

第一節 研究架構

本研究主以人口統計變項為自變數，消費者的生活型態及消費者行為為依變數，探討不同人口統計變項馬術運動消費者其生活型態與消費者行為的差異；再以消費者的生活型態為自變數，消費者行為為依變數，探討不同生活型態其消費者行為的差異。採用問卷方式收集資料，調查對象為臺灣北部地區(臺北縣市及桃園縣市)馬術教練場(俱樂部)的消費者。研究架構如圖3-1所示。

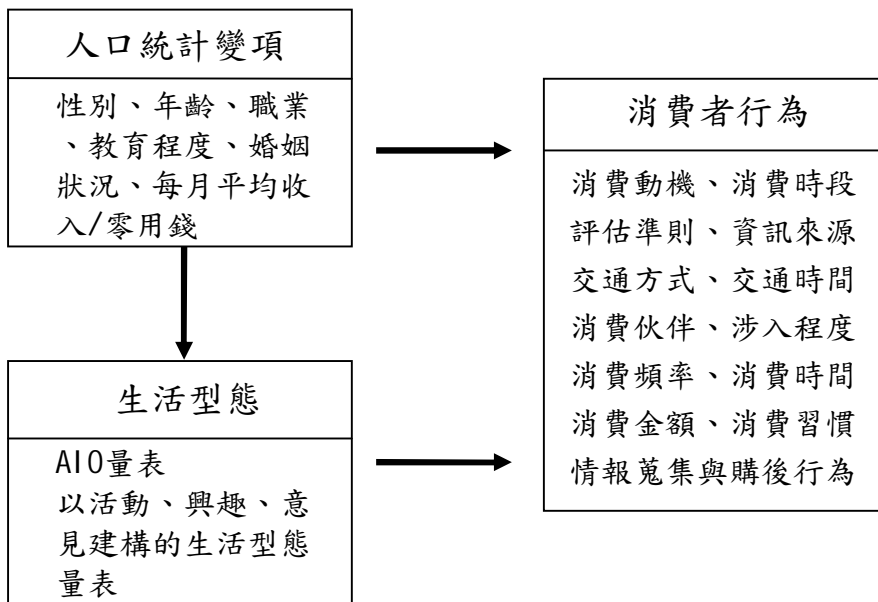


圖 3-1 本研究之研究架構

以下分別說明：

一、生活型態變數

Plummer (1974) 曾指出生活型態的研究包含人口統計變數的優點，及心理特性的豐富化與多面向度；其研究內容則可包含活動(activity)、興趣(interest)、意見(opinion)及人口統計等構面。然而Plummer 也指出，這些構面的內容並不是絕對的，研究者可根據自己的研究目的，選擇所需的構面進行調查。故研究者參考Plummer之看法，進而採AIO量表衡量臺灣北部地區馬術教練場(俱樂部)消費者的生活型態。

二、消費者行為變數

研究者採用 Engel et al. (1990)對消費者行為之定義係「個人直接涉入獲取使用經濟性財貨或勞務的行為，包括引導和決定相關行為之決策程序」。其具體內容涵括消費動機、消費時段、評估準則、資訊來源等 14 個項目。

三、人口統計變項

以性別、年齡、職業、教育程度、婚姻狀況及每月平均收入/零用錢等六個變項來探討臺灣北部地區馬術運動消費者在人口統計上的特性。

第二節 研究對象與抽樣方式

本節主在敘述如何選定研究對象及問卷抽樣實施方式，以力求研究結果能達全面且客觀周延之目的。

一、研究對象

本研究原係以 2006 年 4 月間，至臺灣北部地區(臺北縣市、桃園縣市)已登記為中華民國馬術協會團體會員的 14 家馬術場館(如表 3-1)之馬術運動消費者為研究對象。

表3-1 本研究原選取之馬術場館(馬術俱樂部、馬術中心)

| 名稱 | 地址 | 電話 |
|-----------|----------------------------|----------------|
| 漢諾威馬術俱樂部 | 臺北市北投區承德路七段 143 號之 1 | (02) 2823-3763 |
| 梅花騎馬俱樂部 | 臺北市北投區陽明山紗帽路 20 號 | (02) 2861-3377 |
| 澳美佳馬術俱樂部 | 臺北縣汐止鎮長江街 99-3 號 | (02) 2648-2116 |
| 山海觀馬術俱樂部 | 臺北縣淡水鎮安子內 20 號 | (02) 2625-1996 |
| 蘆洲馬術俱樂部 | 蘆洲市中正路 49 號 | (02)2281-0601 |
| 綠野騎馬俱樂部 | 臺北縣淡水鎮淡海路 280 巷 33 弄 36 號 | (02) 2805-4353 |
| 國華馬術中心 | 臺北縣淡水鎮興福寮 1 號之 8 | (02) 8626-2725 |
| 新希望馬術俱樂部 | 桃園市中正路 187 號 | (03) 420-4616 |
| 聖喬治馬術俱樂部 | 桃園縣龍潭鄉高平村 14 鄰車頭 12 號 | (03) 471-6345 |
| 格蘭地馬術中心 | 桃園縣龍潭鄉九龍村 23 鄰 39 號 | (03) 480-9948 |
| 漢騎藝學苑 | 桃園縣龜山鄉龍壽村大菁坑 49 之 1 號 | (03) 350-0110 |
| 原野馬術俱樂部 | 桃園縣龜山鄉大同路 293 號 | (03) 329-7189 |
| 天龍馬場 | 桃園縣龜山鄉兔坑村湖山街 189 巷 5 之 1 號 | (03) 329-0079 |
| 朋馳馬術休閒俱樂部 | 桃園縣大園鄉后厝村 2 鄰 21 之 22 號 | (03) 385-9986 |

後於正式調查前(2006 年 5 月 1 日至 14 日)，透過中華民國馬術協會之協調聯繫，計有梅花騎馬俱樂部等 4 家馬術場館無法配合實施。故本

次實際問卷調查計發放 10 家馬場，每家馬場發放 52 份問卷，共計發放 520 份問卷，經刪除填答不完全的問卷後，有效問卷 428 份，有效問卷率 82.3 %，回收情況相當良好。問卷發放及回收詳見表 3-1-1。

表3-1-1 實際問卷發放、回收有效樣本數

| 名稱 | 發放 | 回收 | 有效樣本數 |
|-----------|-----|-----|-------|
| 漢諾威馬術俱樂部 | 52 | 50 | 43 |
| 澳美佳馬術俱樂部 | 52 | 49 | 44 |
| 山海觀馬術俱樂部 | 52 | 48 | 47 |
| 綠野騎馬俱樂部 | 52 | 50 | 43 |
| 蘆州馬術俱樂部 | 52 | 48 | 39 |
| 新希望馬術俱樂部 | 52 | 52 | 42 |
| 格蘭地馬術中心 | 52 | 45 | 44 |
| 漢騎藝學苑 | 52 | 47 | 42 |
| 原野馬術俱樂部 | 52 | 46 | 41 |
| 朋馳馬術休閒俱樂部 | 52 | 51 | 43 |
| 合計 | 520 | 486 | 428 |

二、抽樣方式

研究者於2006年5月期間，親赴10家馬術場管進行問卷發放。研究對象以隨機抽樣(Random Sampling)方式；問卷調查採用人員當面指導問卷填寫並當場回收方式進行。為確保問卷信、效度，研究者於正式問卷發放前先至臺中汗王馬術俱樂部、后里馬場及天馬俱樂部，對場館中之馬術消費者做預試問卷調查。

三、樣本估算

本研究採「絕對精確度法」估算所需之樣本數，估算公式如下：

$$n \geq \left[\frac{1.96 * \sqrt{0.5*(1-0.5)}}{0.05} \right]^2$$

$$n \geq 384.16 \cong 385$$

由以上公式計算可知，有效問卷數需達385份才能確保研究之精確度。為確保問卷之信度，本研究預計發放520份問卷，期望回收之有效問卷能達385份以上。

第三節 研究工具

本研究之問卷主要分為三部份，分別為：

一、生活型態衡量變數

研究者參考 Plummer(1974)所提出之 AIO 構面及國內相關生活型態文獻(林恩霈，2004；劉天麟，2003；梁伊傑，2001)，依李克特五等量表並區分為「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、與「非常同意」之程度依序給予 1-5 分的分數。問項共計 35 題，如表 3-2 所示。

表 3-2 生活型態衡量變數表

| 變數名稱 | 問卷題項 |
|------|---|
| 活動 | 1. 購買東西時，即使是小東西我也會注意它的標價 2. 我的社交活動比大部分的朋友多 3. 廣告會促使我去注意該項產品 4. 我一向按時起居作息，飲食定時定量 5. 一般而言，我比別人容易接受新的觀念 6. 我經常閱讀有關運動休閒方面的報導 7. 為了購買物美價廉的產品，我會多走幾家商店 8. 我經常收看體育運動節目 9. 我經常運動保持身材 10. 我經常利用假日與家人團聚 11. 我一向注意電視及報章雜誌的廣告 |
| 興趣 | 1. 我喜歡主動追求新知 2. 我喜歡試用新的產品 3. 我喜歡具有傳統風味的東西 4. 我喜歡冒險 5. 我喜愛新奇流行的東西 6. 我喜歡聽流行熱門音樂 |

表 3-2 生活型態衡量變數表(續)

| 變數名稱 | 問卷題項 |
|------|---|
| 興趣 | 7. 我喜歡參加各種活動與人相處 8. 我喜歡遊山玩水，投入大自然的懷抱 9. 我喜歡自己的外表 10. 我喜歡和親友一起參與戶外的休閒活動 11. 我喜歡和朋友討論關於運動方面的事情 12. 我很注意流行趨勢 |
| 意見 | 1. 我很滿意自己目前的生活情況 2. 我盼望能到世界各地旅遊 3. 我覺得自己很時髦 4. 一般而言，好的包裝，品質也較好 5. 我對街坊鄰居的事相當熱心 6. 我覺得學歷是將來成功的要素之一 7. 我很忙，總是覺得時間不夠用 8. 只要品質好，價錢貴了我也不在乎 9. 我覺得世界上的事物變化得太快 10. 我很在意別人對我的看法 11. 我覺得自己壓力很大 12. 我認為我所從事的休閒活動可以促進身心健康 |

二、消費者行為衡量變數

本研究引用 EBM 模式及其消費者購買決策過程，同時參考國內相關運動消費者行為文獻(林恩霈，2004；梁伊傑，2001)，並針對馬術運動特性加以修改後，產生包括消費動機、消費時段、評估準則、資訊來源、交通方式、交通時間等消費者行為衡量變數。問項共計 19 題，如表 3-3 整理。

表 3-3 消費者行為衡量變數表

| 變數名稱 | 問卷問項 | 問卷選項 |
|------|---------------------------------|---|
| 消費動機 | 請問您騎馬主要的目的為？(可複選) | (1)練習馬術(2)對騎馬有興趣 (3)身體健康(4)打發時間 (5)朋友聚會(6)陪別人騎馬(觀賞) (7)其他(請填答)_____ |
| 消費時段 | 請問您通常在什麼時段到馬術教練場消費？(可複選) | (1)週一至週五白天 (2)週一至週五晚上 (3)週末及例假日白天 (4)週末及例假日晚上 |
| 評估準則 | 請問您選擇到這一家馬術教練場消費最主要的考慮因素為？(可複選) | (1)慕教練之名 (2)馬的素質較好 (3)交通便利 (4)離家近 (5)價格合理 (6)整體顧客水準高 (7)服務佳 (8)安全設施良好 (9)提供馬術相關資訊 |
| 資訊來源 | 請問您最常以什麼方式獲得馬術運動的資訊？(可複選) | (1)看電視 (2)看報紙 (3)看雜誌 (4)別人講述 (5)馬術教練場 (6)網路 (7)其他(請填答)_____ |
| 交通方式 | 請問您從家裡抵達馬術教練場所使用的主要交通工具為何？ | (1)走路 (2)自己開車 (3)搭公車 (4)搭捷運 (5)搭計程車 (6)騎機車 (7)騎腳踏車 (8)馬場接駁車 (9)其他(請填答)_____ |
| 交通時間 | 請問您來馬場單程平均花費的交通時間為？ | (1)10分鐘(含)以內 (2)11分鐘~30分鐘(含) (3)31分鐘~60分鐘(含) (4)61分鐘以上 |

表 3-3 消費者行為衡量變數表(續)

| 變數名稱 | 問卷問項 | 問卷選項 |
|------|------------------------|--|
| 消費涉入 | 請問您來此騎馬的身分是？ | (1)馬主 (2)上課程 (3)臨時興起 (4)其他(請填答)_____ |
| | 請問您曾經購買過幾付綁腿？ | _____付 |
| | 幾付馬刺？ | _____付 |
| | 幾條馬褲？ | _____條 |
| | 幾雙馬靴？ | _____雙 |
| 消費涉入 | 請問您學習馬術幾年？ | (1) 1年以下 (2) 1~2年 (3) 3~5年 (4) 6~10年 (5) 11年以上 |
| | 除了騎馬運動外，您平常還會固定參與哪些運動？ | 游泳_____慢跑_____爬山_____ 散步_____籃球_____羽球_____ |
| 消費伙伴 | 請問您騎馬時通常和哪些人在一起？ | (1)單獨一人 (2)朋友(含同事) (3)家人 (4)其他 |
| 消費頻率 | 請問您平均來騎馬的頻率大約為？ | (1)每週一次(含)以上 (2)兩週一次 (3)每月一次 (4)偶而 (5)很少或第一次來 |
| 消費時間 | 請問您每次來馬場平均待多少時間？ | (1)1小時(含)以內 (2)1小時~2小時(含) (3)2小時~3小時(含) (4)3小時~4小時(含) (5)4小時以上 |
| 消費金額 | 請問您每月大約花費多少錢騎馬？ | (1)2,000元以下 (2)2,001元~4,000元 (3)4,001元~6,000元 (4)6,001元~8,000元 (5)8,001元~10,000元 (6)10,001元以上 |

表 3-3 消費者行為衡量變數表(續)

| 變數名稱 | 問卷問項 | 問卷選項 |
|------|------------------------|---|
| 消費習慣 | 請問您騎馬的時段與時間是否固定？ | <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 |
| | 請問您是否在固定的馬場騎馬？ | <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 |
| 情報蒐集 | 請問您會到馬場參觀馬術比賽嗎？ | <input type="checkbox"/> 會 <input type="checkbox"/> 偶而會 <input type="checkbox"/> 從來不會 |
| 購後行為 | 請問您以後還會常來此家馬術教練場騎馬嗎？ | (1)非常不可能 (2)不可能 (3)無意見 (4)可能 (5)非常可能 |
| | 請問您會推薦親朋好友來此家馬術教練場騎馬嗎？ | (1)非常不可能 (2)不可能 (3)無意見 (4)可能 (5)非常可能 |

三、人口統計衡量變數

本研究之人口統計變項為性別、年齡、職業、教育程度、婚姻狀況與每月收入。問項共計 6 題，詳如表 3-4 整理。

表 3-4 人口統計變項衡量變數表

| 變數名稱 | 問卷問項 | 問卷選項 |
|--------|------|---|
| 人口統計變項 | 性別 | (1)男 (2)女 |
| | 年齡 | (1)19歲(含)以下 (2)20~29歲 (3)30~39歲 (4)40~49歲 (5)50~59歲 (6)60歲以上 |

表 3-4 人口統計變項衡量變數表(續)

| 變數名稱 | 問卷問項 | 問卷選項 |
|--------|----------------|--|
| 人口統計變數 | 職業(單選) | (1)軍警公教 (2)上班族 (3)自由業 (4)學生 (5)無業或退休 (6)其他 |
| | 教育程度 | (1)國(初)中及以下 (2)高中(職) (3)大學(專) (4)研究所及以上 |
| | 婚姻狀況 | (1)已婚 (2)未婚 (3)其他 |
| | 每月平均收入 ／零用錢 | (1)10,000元(含)以下 (2)10,001元~30,000元(含) (3)30,001元~50,000元(含) (4)50,001元~70,000元(含) (5)70,000元以上 |

第四節 預試分析

為了確保本研究生活型態量表之信效度，於正式問卷發放前以隨機取樣方式，在 4 月 10 日至 20 日間，針對臺中汗王馬術俱樂部、后里馬場及天馬俱樂部等三家馬術運動消費者發放預試問卷，總計發放 120 份，剔除填答不全之無效問卷，有效問卷 99 份。

本研究先以項目分析，分析內部一致性效標與總分相關分析法進行分析題目。內部一致性效標法是將受試者的得分依高低排序，選取得分較高與較低的 27% 組，再以高、低組某一項的平均數得分相減，得出差即為該題的鑑別力，最後再以鑑別力的數值求出各題的決斷值 (Critical Ratio, CR)，CR 值大者並達顯著水準時，表示該題有可以鑑別不同受試者的反應，反之則刪除該題。而相關分析法是將每一個項目與總分的簡單積差相關係數，一般要求相關達 0.3 以上，且 t 值達顯著水準，此問卷才可使用 (邱皓政，民 89)。內部一致性估計採 Cronbach' s α 係數考驗。本研究預試經刪除小於相關值 0.3 及決斷值未達顯著水準之項目後，結果顯示總量表的 Cronbach' s α 為 .9377，顯示具有良好的信度。「生活型態」量表經項目分析後保留 32 題，如表 3-5 整理。

表 3-5 生活型態預試分析表

| 向度 | 題目內容 | 相關值 | 決斷值 (CR) |
|----|--------------------------|-------|-------------|
| 活動 | 1. 購買東西時，即使是小東西我也會注意它的標價 | .4503 | -2.07* |
| | 2. 我的社交活動比大部分的朋友多 | .6072 | -4.22* |
| | 3. 廣告會促使我去注意該項產品 | .6453 | -6.40* |
| | 4. 我一向按時起居作息，飲食定時定量 | .5184 | -4.09* |
| | 5. 一般而言，我比別人容易接受新的觀念 | .6882 | -5.69* |
| | 6. 我經常閱讀有關運動休閒方面的報導 | .6228 | -7.51* |
| | 7. 為了購買物美價廉的產品，我會多走幾家商店 | .5141 | -3.53* |
| | 8. 我經常收看體育運動節目 | .3203 | -1.71 |
| | 9. 我經常運動保持身材 | .4534 | -2.67* |
| | 10. 我經常利用假日與家人團聚 | .4230 | -2.91* |
| | 11. 我一向注意電視及報章雜誌的廣告 | .6279 | -5.61* |
| 興趣 | 1. 我喜歡主動追求新知 | .7548 | -7.50* |
| | 2. 我喜歡試用新的產品 | .6379 | -6.17* |
| | 3. 我喜歡具有傳統風味的東西 | .4871 | -3.53* |
| | 4. 我喜歡冒險 | .5053 | -2.77* |
| | 5. 我喜愛新奇流行的東西 | .6558 | -6.04* |
| | 6. 我喜歡聽流行熱門音樂 | .5413 | -6.14* |
| | 7. 我喜歡參加各種活動與人相處 | .3580 | -2.83* |
| | 8. 我喜歡遊山玩水，投入大自然的懷抱 | .4449 | -1.96* |
| | 9. 我喜歡自己的外表 | .5077 | -3.27* |
| | 10. 我喜歡和親友一起參與戶外的休閒活動 | .2973 | -0.74 |
| | 11. 我喜歡和朋友討論關於運動方面的事情 | .6641 | -6.17* |
| | 12. 我很注意流行趨勢 | .7302 | -7.56* |
| 意見 | 1. 我很滿意自己目前的生活情況 | .4469 | -3.18* |
| | 2. 我盼望能到世界各地旅遊 | .4987 | -3.48* |
| | 3. 我覺得自己很時髦 | .3950 | -2.52* |
| | 4. 一般而言，好的包裝，品質也較好 | .6291 | -7.10* |
| | 5. 我對街坊鄰居的事相當熱心 | .3109 | -1.05 |
| | 6. 我覺得學歷是將來成功的要素之一 | .4630 | -4.14* |
| | 7. 我很忙，總是覺得時間不夠用 | .5915 | -7.62* |
| | 8. 只要品質好，價錢貴了我也不在乎 | .6690 | -6.56* |
| | 9. 我覺得世界上的事物變化得太快 | .5677 | -7.68* |
| | 10. 我很在意別人對我的看法 | .6602 | -7.89* |
| | 11. 我覺得自己壓力很大 | .5543 | -5.35* |
| | 12. 我認為我所從事的休閒活動可以促進身心健康 | .5303 | -3.69* |

第五節 實施程序與研究步驟

本研究的實施程序與研究步驟如圖 3-2 所示。

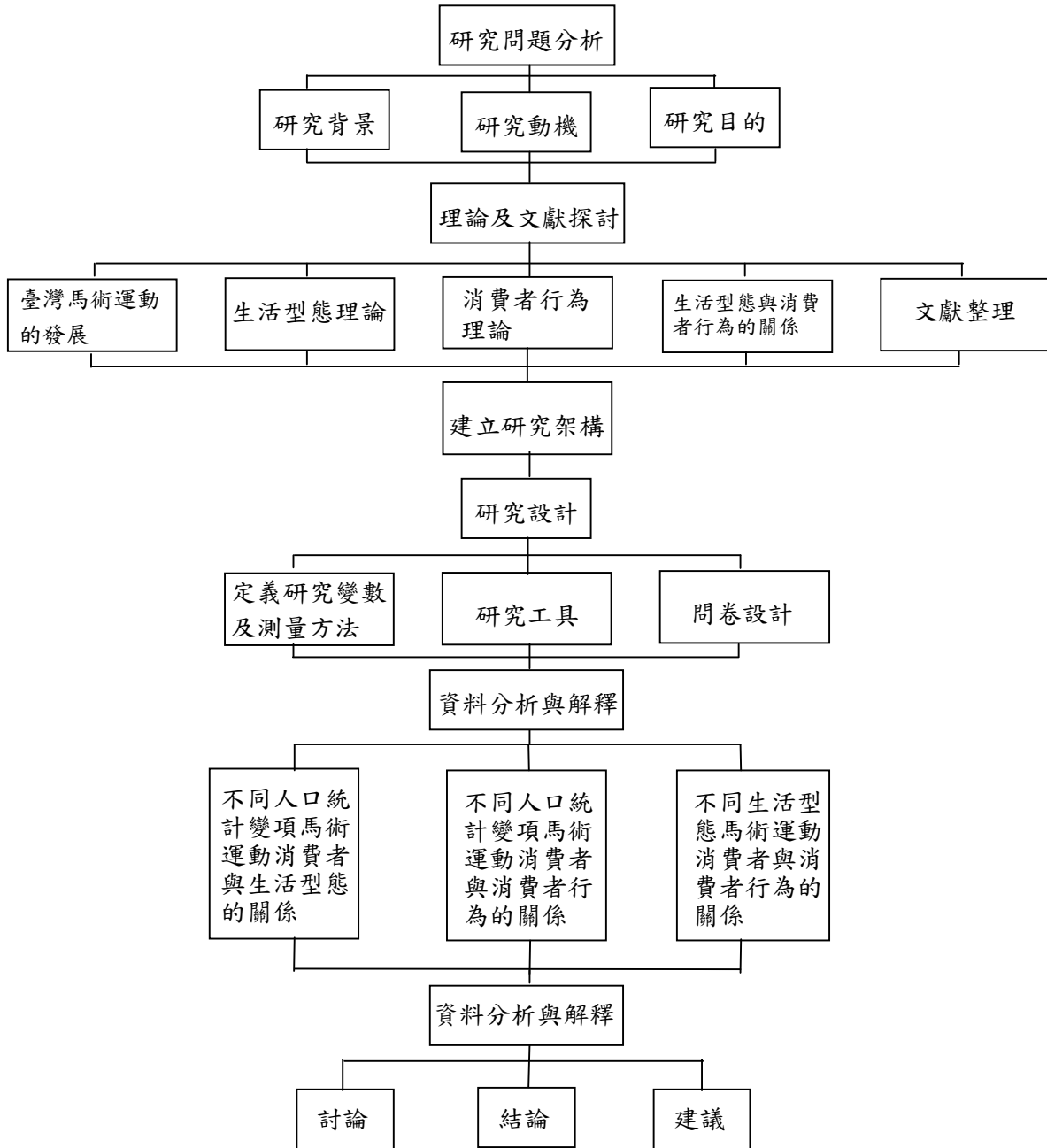


圖 3-2 實施程序與研究步驟

第六節 資料處理

本研究在問卷回收並剔除無效問卷後，以 SPSS 10.0 版本統計套裝軟體進行分析，並以 $\alpha = .05$ 為顯著水準進行統計考驗。為配合本研究目的與研究問題，本研究採用的統計方式如下：

一、信度分析 (reliability analysis)

本研究採 Cronbach' s α 係數探問卷各題目內部的一致性與可行性後，剔除信度較低之問項。並以項目分析及總分相關分析法進行內部一致性效標與題目分析。

二、描述性統計 (descriptive statistics)

本研究採用敘述性統計分析方法分析樣本基本資料，包括人口統計變項與消費者行為之百分比，並將結果排序分析。

三、因素分析 (factor analysis)

本研究利用因素分析對生活型態變數進行構面縮減，以主成分 (principal component) 因素分析及最大變異量 (varimax) 旋轉法萃取主要的構面因素。

四、集群分析 (cluster analysis)

本研究利用集群分析將生活型態樣本加以分群，利用相似性將類似的樣本分為同一群體，並且根據其集群特色加以命名。

五、區別分析 (discriminate analysis)

以集群分析將樣本成功分類並確定組別後，以區別分析獲得正確區別率，以判定集群分析的效果。

六、卡方檢定 (chi-square test)

本研究採卡方考驗檢測集群組別不同的樣本與其人口統計變項及消費者行為中各項目的獨立性，檢測變項間是否有特殊關聯。

七、t 考驗 (t-test)

本研究採 t 考驗瞭解分析臺灣北部地區馬術運動消費者之不同性別在情報蒐集、再來消費與推薦親友等消費行為之差異。

八、單因子變異數分析 (one-way ANOVA)

本研究為了瞭解臺灣北部地區馬術運動消費者之不同人口統計變項在情報蒐集與購後行為等消費者行為之差異，採用單因子變異數分析檢測其是否有顯著差異存在，如達顯著差異，將進一步採Turkey事後考驗法進行比較，瞭解各變數間的差異。