

第貳章 文獻探討

本章就本研究相關文獻資料與學者的研究進行蒐整、分析及文獻回顧。本章共分四節，第一節為臺灣馬術運動發展，第二節為生活型態理論，第三節為消費者行為理論，第四節則是生活型態與消費者行為的關係。

第一節 臺灣馬術運動的發展

一、臺灣馬術運動發展

從西元 15 世紀起，歐洲各國王室就發展了一種騎馬場上的熟練騎術，包括義大利人"del e Gueri ni ere"，德國"Baron Von Rohneysen"、"Gustav Steinbrecht" 等大師就是用規格化的語言來馴服馬匹，使馬匹能按騎手的指令做出動作和步伐。現代馬術運動則自 16 世紀開始萌芽(王棋霞，1988)，從那時候起，馬術不但是一項體育活動，也成為軍事訓練的重要內容。到 18 世紀末，娛樂性馬術才和軍事上的騎兵訓練分離(林生祥，2003)，延續迄今，已在歐、美、日等國家成為一項高尚而普遍的運動。

馬術是由人與馬之間的互動加上雙方生理、心理、觀念、技術等因素相互影響下來完成既定的目標，因此是相當困難的一項運動項目(林生祥，2003)。在 1900 年巴黎奧運會場上首次出現了由人與動物合作的馬術比賽，比賽項目區分為障礙賽、跳高賽及跳遠賽等賽程。後於 1912 年第 5 屆斯德哥爾摩奧運會開始容納馬術項目，並由古伯丁男爵引進射擊、擊劍、

游泳、馬術和跑步等賽程之現代五項運動(林生祥，2003)。

臺灣從日據時代即有若干馬場設立，唯皆為軍事用途或提供日籍人士及軍方所使用。後於 1922 年引進馬術運動，但礙於政治、經濟等因素，馬術運動停滯不前，一直未獲得良好的發展機會。1949 年政府播遷來臺後，接收日軍所遺留下之馬場，繼續提供軍方當做訓練馬匹的場所，直到 1973 年，為加入國際運動組織及參加國際馬術競賽，始由當時的警備總部籌劃成立中華民國馬術協會，並於臺中后里馬場增闢符合標準之競賽場地乙座，此外，再於臺北市青年路(原克難街)青年公園旁籌設臺北騎馬俱樂部(現已關閉)，以推動北部地區的騎馬風潮。我國早期之馬術教練、裁判、選手有 9 成以上均出身於這兩個馬術場地。後經各方努力之下，我國始於 1975 年加入國際馬術總會 FEI (Federation, Equestrian, International)。

騎馬是一項高尚尊貴的運動，所運用的不只是體力，還需要智慧、耐心、勇氣與愛心，這四者缺一不可；在學習騎馬的過程裡，經由與馬的溝通，騎手可學得控制 EQ 的方式，在生理方面亦有促進平衡、增強肌力、增加關節活動度、促進動作的協調性等功能；在心理方面則能增加自信心、集中注意力及激發鬥志與冒險精神，進而達到自我肯定。相關媒體新聞整理如表 2-1 所示。

表 2-1 騎馬運動正面效益案例

發生時間	報導媒體	新聞內容
1998/10/17	聯合報	非常訓練 創造非常主管 加拿大企業安排 馭馬、機智反應課程 培養主管以新角度看 問題
2001/3/20	聯合晚報	苑裡兩名學童 921 後不曾開口說話 騎馬後 對事情開始有反應
2003/1/18	民生報	國中時被勒索、毆打 從此封閉、不說一句 話 馬術治療 楊鎰菖開啟心窗
2003/7/6	聯合報	特殊奧運 葉金忠馬到成功 中重度智障 A1 級馬術競賽亞洲唯一選手 摘下第四名
2004/8/7	聯合報	騎馬復健 腦性麻痺兒挺直了 家長感動落 淚
2004/9/13	聯合報	罹患小兒麻痺 立志學習馬術 獲國際比賽 冠軍
2005/7/15	民生報	腦性麻痺兒童馬術治療奏效

但國內外時有耳聞因騎馬運動受傷或致死等案例，卻又讓民眾覺得騎馬是一項危險的運動。相關媒體新聞整理如表 2-2 所示：

表 2-2 因騎馬運動受傷或致死等案例

發生時間	報導媒體	新聞內容
1995/6/1	聯合晚報	馬上高手驚傳意外，超人墜馬摔癱了
2001/4/4	聯合報	十歲小孩騎馬受傷，家屬求償

表 2-2 因騎馬運動受傷或致死等案例(續)

2005/2/4	聯合報	疑馬受驚嚇躍起，5 歲男童被馬壓死，顱內出血致死
2005/7/7	蘋果日報	名模林志玲墜馬受傷，肋骨斷 6 根
2005/7/15	民生報	摔馬餘悸不減樂趣余政憲，打斷手骨顛倒勇
2005/7/15	民生報	曾經摔馬致腦震盪謝海盟，雖已不騎仍愛馬

依媒體非正式統計，其實國內騎馬風氣漸開，運動人口亦不斷緩步成長，目前臺灣馬術人口約有三千多人；有登記的馬匹約七百多匹，加上未登記的，應有千匹以上(民生報，2005)。

國內馬術運動推展數十年，受氣候、環境及本地不產馬等先天上的限制，加上政府擔心賭風盛行，於 1998 年訂定動物保護法禁止賽馬活動，而各類土地建築法規亦已不合時宜，致國內馬場經營業者常常無所適從，且政府對地方體育的補助有限，在缺少工商界贊助狀況下，往往因財源有限而縮小競賽活動規模甚至於停辦(馬訊，2005)，凡此種種，皆為國內馬術運動發展之不利因素。

近年在中華馬協及各界愛好馬術運動人士大力推展及配合下，全國現有 35 個馬術運動團體加入中華馬協，對內協助各級學校推動馬術課程，並舉辦各類親子營及寒暑假冬夏令營活動，使騎馬運動不再是高消費、可遠觀不可褻玩的貴族運動；對外則積極參與國際性賽事，以提昇本國馬術水

準；如 2005 年原在印度舉辦的亞洲盃障礙超越賽，主辦國因故取消賽事行程，中華馬協便積極向亞洲馬協爭取舉辦權，在爭取過程中，在在展現了中華民國馬協之團隊毅力與決心，終於獲得韓國馬協之鼎力支持而取得亞洲盃的承辦權。

歷年來，我國在國際馬術體壇表現不俗，曾於 1989 年第一屆亞洲盃馬術障礙超越賽獲金、銅牌各乙面，這是我國第一次獲得國際正式馬術比賽獎牌，後於 1994 年日本廣島亞運獲得團體銀、銅牌各一面，2001 年東亞國家盃馬術障礙超越賽，包辦團體冠、亞軍及個人賽前三名，更於 2005 年亞洲盃馬術錦標賽獲得一金、二銀等佳績，不但順利取得 2006 年亞運參賽資格，更足證我國馬術運動已躋身國際水準。

二、中華民國馬術協會簡介

中華民國馬術協會為行政院體育委員會競技運動處所輔導之亞、奧運會競賽運動種類運動協會(共4個總會、40個運動協會)之一，行政院體育委員會組織架構如圖2-1所示。



圖2-1 行政院體育委員會組織架構圖

行政院體育委員會競技運動處輔導的各類亞、奧運會競賽運動協會名稱及類別如表2-3所示：

表2-3 競技運動處-輔導亞、奧運會競賽運動協會

中華民國體育運動總會	中華民國射擊協會
中華民國奧林匹克委員會	中華民國游泳協會
中華民國大專院校體育運動總會	中華民國桌球協會
中華民國高級中等學校體育總會	中華民國跆拳道協會
中華民國馬術協會	中華民國網球協會
中華民國田徑協會	中華民國鐵人三項協會
中華民國羽球協會	中華民國排球協會
中華民國籃球協會	中華民國舉重協會
中華民國棒球協會	中華民國角力協會

表2-3 競技運動處-輔導亞、奧運會競賽運動協會(續)

中華民國拳擊協會	中華民國帆船協會
中華民國輕艇協會	中華民國高爾夫協會
中華民國自由車協會	中華民國保齡球協會
中華民國射箭協會	中華民國撞球運動協會
中華民國擊劍協會	中華民國空手道協會
中華民國足球協會	中華民國國術協會
中華民國體操協會	中華民國軟式網球協會
中華民國手球協會	中華民國壘球協會
中華民國曲棍球協會	中華民國橄欖球協會
中華民國柔道協會	中華民國壁球協會
中華民國現代五項暨冬季兩項協會	中華民國雪橇車協會
中華民國划船協會	中華民國滑冰協會
中華民國滑雪滑草協會	中華民國運動舞蹈協會
共4個總會、40個運動協會	

(一) 中華民國馬術協會基本資料：

1. 成立日期：1973年5月15日。
2. 理事長：呂臺年。
3. 副理事長：黃正國、許安成、陳泰銘、蔣漢儒、王克文。
4. 常務理事：盧漢華、陳讚聲、張鴻儀、汪士弘、陳宏守、黃漢文。
5. 會址：臺北市朱崙街20號8樓808室。
6. 電話：(02)8771-1439
7. 傳真：(02)2778-3740
8. 協會網址：<http://www.ctea.org.tw/main.htm>

(二) 中華民國馬術協會發展概述：

1. 1949 年政府播遷來臺後，民間並未有任何馬術相關組織，當時馬術運動僅限於軍方騎兵隊，及少數軍方高層人士所能從事。直至 1973 年，為參加國際運動組織及國際馬術競賽，才於是年 5 月 15 日，由政府下令當時的警備總部於臺北市所屬之騎馬俱樂部內籌劃成立中華民國馬術協會。
2. 馬協成立後首要任務是必須領先對岸加入當時由安妮公主為會長的國際馬術總會，經各方奔走努下之下，始於 1975 年在國際馬總 FEI 年度大會上獲得多數會員支持(32 票支持，21 票反對，2 票棄權)，成功加入會員國，對岸則在次年入會(馬訊，2005)。
3. 中華民國馬術協會第一任理事長由時任警備總司令尹俊將軍所兼任，從尹俊將軍以下，至第五任理事長皆為警備總部的正副司令兼任之，直到第六任理事長才由民間人士康文雄先生接任，中華民國馬術協會由此時才正式轉變為民間運動推廣組織。
4. 該協會依據會章設置理事會、監事會、祕書處及國際事務、財務、公關發展等委員會。以促進養馬事業，發展全民馬術運動，舉辦訓練及比賽，培育教練、裁判、選手與掌工，俾能參加亞運，進軍奧運為主要任務。

(三)自中華民國馬術協會成立以來，我國馬術運動風氣持續穩定發展，培養出不少優秀的馬術選手，於參加國內外各項賽事亦有優異成績，有助於國內馬術運動的推廣，亦奠定了我國在國際馬術運動的重要地位，茲臚列各選手近年國內外賽事成績如表 2-4 所示。

表 2-4 我國馬術選手近年國內外賽事成績一覽表

障礙超越	
賽事名稱	選手成績
2001 第 2 屆亞洲盃馬術錦標賽 (日本)	蔣漢儒獲第 4 名
2002 香港東亞馬術錦標賽	蔣漢儒、陳輝銘獲團體冠軍
2004 協會盃障礙超越賽	陳少曼獲 B 級冠軍、高健瓏獲 B 級亞軍
2004 國巨盃馬術錦標賽	陳少曼獲第 3 場 B 級冠軍、汪亦岫獲第 1 至 3 場 C 級冠軍
2004 挑戰盃青少年障礙賽	陳少曼獲冠軍
2004 日盛盃障礙超越賽	陳少曼獲 B 級冠軍、陳少喬獲 B 級亞軍
2004 臺北東亞盃馬術錦標賽	黃駿傑獲團體季軍
2004 香港東亞盃馬術錦標賽	陳輝銘獲第 4 名
2004FEI 挑戰盃障礙超越賽	陳逸聰獲 A 級季軍
2004 挑戰盃障礙超越賽	陳少威獲 A 級季軍
2004 理事長盃障礙超越賽	楊宏宇獲 B 級亞軍、陳逸聰獲 B 級季軍
2004 菁英盃障礙超越賽	蔣漢儒獲亞軍、陳少喬獲 A 級季軍
2005 韓國東亞盃馬術錦標賽	汪亦岫、楊宏宇獲團體第 4 名
2005 臺北東亞盃馬術錦標賽	陳輝銘獲團體季軍
2005 協會盃障礙超越賽	陳少喬獲 B 級冠軍及 C 級冠軍、蔣漢儒獲 C 級亞軍
2005 菁英盃障礙超越賽	汪亦岫獲冠軍、陳少曼獲亞軍、陳逸聰獲季軍
2005 挑戰盃障礙超越賽	楊宏宇獲 A 級冠軍、黃駿傑獲 A 級亞軍、B 級季軍、高健瓏獲 B 級季軍

表 2-4 我國馬術選手近 5 年國內外賽事成績一覽表(續)

障礙超越	
賽事名稱	選手成績
2005 國巨盃馬術錦標賽	陳少喬獲第一至三場 C 級冠軍
第 8 屆內蒙古國際馬術錦標賽	高健瓏獲團體亞軍
第 11 屆內蒙古國際馬術錦標賽	范智欽獲團體亞軍
第 12 屆內蒙古國際馬術錦標賽	黃駿傑獲團體冠軍
第 26 屆中正盃障礙超越賽	高健瓏獲 B 級亞軍
第 27 屆中正盃障礙超越賽	汪亦岫獲 A 級冠軍、楊宏宇獲 B 級季軍
馬場馬術	
2003 挑戰盃馬場馬術錦標賽	葉繡華獲第九區聖喬治級排名冠軍
2004 挑戰盃馬場馬術錦標賽	葉繡華獲 Advanced 級冠軍、王克文獲 Advanced 級季軍、李淵獲聖喬治季軍
2004 協會盃馬場馬術錦標賽	葉繡華獲聖喬治級冠軍、崔立獲 Advanced 級冠軍
2004 日盛盃馬場馬術錦標賽	葉繡華獲聖喬治級冠軍、藍忠雄獲聖喬治級季軍、王克文獲 Advanced 級亞軍
2005 挑戰盃馬場馬術錦標賽	葉繡華獲聖喬治級冠軍、林俊伸獲聖喬治級亞軍、沈士偉獲聖喬治級季軍、藍忠雄獲 Advanced 級冠軍、林忠雲獲 Advanced 級亞軍
2005 協會盃馬場馬術錦標賽	葉繡華獲聖喬治級冠軍、林俊伸獲聖喬治級季軍
第 26 屆中正盃馬場馬術錦標賽	林俊伸獲聖喬治級冠軍、李淵獲 Advanced 級冠軍、崔立獲 Advanced 級亞軍
第 27 屆中正盃馬場馬術錦標賽	葉繡華獲聖喬治級冠軍、林俊伸獲 Novice 級冠軍、林忠雲獲 Advanced 級冠軍、王克文獲 Advanced 級亞軍

資料來源：本研究整理

三、國內馬術運動領域相關文獻：

國內馬術運動領域相關文獻詳如表 2-5 所整理，除江徽於 2004 年之著作外，其他並無有關馬術運動消費者個人特徵的研究；而江徽之著作係針對臺中市一家馬術運動中心會員之馬齡對參與動機與行為之影響進行研究，對於馬術運動消費者特性並無深入解析，故針對國內各種類型的馬術運動消費者做生活型態特徵及消費者行為的研究仍具相當之必要性。

表 2-5 馬術運動領域相關文獻

作者	年份	著作名	出處
張慧士	1988	馬術	時報出版社 民 77 頁 8-9
劉從哲	1989	賽馬入門	自立晚報社文化出版部 民 78 頁 23-30
張慧士	2002	馬與馬術	中華傳統獸醫學會會刊 6:1 民 91.04 頁 11-14
林生祥	2004	從古今人類與馬的互動談「馬術運動」	大專體育，67 民 92.08 頁 84-88
江徽	2004	馬術運動參與者之不同馬齡對參與動機與行為之影響，以臺中市汗王馬術運動中心會員為例	未出版之碩士論文，國立臺灣體育學院
朱維聖	2004	騎馬運動之觀賞行為探討	休閒運動期刊，3 民 93.04 頁 58-73
本村凌二	2004	馬的世界史	玉山社出版事業股份有限公司 民 93.07 頁 248-252

資料來源：本研究整理

江徽(2004)關於馬術運動中心會員之馬齡對參與動機與行為之影響研究結果，整理如下：

(一)該研究主在探討馬術運動參與者之不同馬齡對參與動機與行為之影響，以臺中市汗王馬術運動中心會員為研究對象，主要了解該運動中心會員在參與馬術運動之馬齡、是否擁有馬匹、參與行為特徵與參與動機之差異情形。

(二)該研究採問卷調查法進行，普查汗王馬術運動中心 65 位會員，根據實際調查所得資料，以描述性統計(次數分配百分比、平均數及標準差)、單因子變異數分析、雪費法(Scheffe)事後比較等統計方法，進行資料分析。

(三)該研究所得結論如下：

1. 會員馬齡集中在「一年以下」；有 43.1%的會員以「沒有」擁有馬匹為最多；參與時段以「無特定時段—電話預約方式」為主要參與時段；每週到馬場騎馬次數，以「二至三次」比例最高；每次騎馬練習時間以「一至二小時」為最多。
2. 不同馬齡會員以「一年以下」對參與動機「健康」與「自信心與滿足」有顯著差異。
3. 是否擁有馬匹對參與動機無顯著差異。根據研究結果建議業者在推展

馬術運動時之軟體方面可以加強宣傳馬術騎乘精神、健康促進效果與提昇服務品質；在硬體方面可增進週邊設施及服務，以建立中心個別特色。同時應教育會員馬術基本認知、安全觀念，減少馬術運動的危險，進而提昇馬術運動參與率。

四、小結

本節闡述臺灣馬術運動發展概況，顯現出臺灣馬術運動引進迄今，運動環境與受重視程度的演變，並對中華民國馬術運動協會做簡單的介紹，看出臺灣馬術運動國際化的過程與臺灣馬術選手國際賽事良好成績，顯現臺灣馬術運動逐漸成為我國重要的休閒運動之一，更有許多資源與空間可繼續積極推展。而國內馬術運動領域相關研究僅有江徽(2004)針對馬術運動中心會員之馬齡對參與動機與行為之影響，對於馬術運動消費者特性並無深入解析，故針對國內各種類型的馬術運動消費者做生活型態及消費者行為特徵的研究仍具相當之必要性。因此，本研究將探討臺灣北部地區馬術運動消費者生活型態、消費者行為間的關係。

第二節 生活型態理論

本節將針對生活型態的三個部分做探討，包括生活型態的定義、生活型態的衡量方法及生活型態研究的重要性。

一、生活型態的定義

生活型態(life style)的觀念主要起源於社會學、心理學及行銷學的領域；大部分生活型態理論的定義皆依研究領域而有所異同。以心理學而言，是以人格特質的描述來研究生活型態；社會學者認為生活型態是不同社會群體所表現出之特有行為進而形成群體的特質；行銷學者Wells 則認為生活型態是個人在真實世界中，表現於個人活動(activity)、興趣(interest)、意見(opinion)的生活模式，簡稱為AIO(彭鳳美，2001)。

生活型態被廣泛應用於消費者行為的研究中，由於研究的動機與目的不同，對生活型態的定義也就不同。Wells(1974)曾指出，就生活型態的定義而言，意見是很紛歧且沒有一項是被廣為接受的。以下列舉幾種較為普遍且被認同的生活型態定義：

(一)Lazer(1963)指出生活型態為一系統之觀念，它是代表某一社會或其中

某一群體在日常生活中所具有的特徵，這些特徵與其它社會或群體產生不同的差異，並具體表現出生活的動態模式，進而衍生出個人的生活型態。個體就是運用生活型態中的認知結構體系，來建構日常生活

中的種種事件，並隨時與自我的價值觀相互調整，盡量使得個體的認知與行為達成共識。

(二) Andreasen(1967)認為生活型態是一種社會科學的概念，它是一個人或一個群體獨特行為的統合。

(三) Berkoman and Gilson(1974)認為生活型態是一致的行為狀態，它影響消費行為，同時亦受消費行為所影響。

(四) Sobel (1981)認為生活型態是一種清晰可辨識的生活模式及行為現象，包括各種可觀察的表達性行為。

(五) Engel, Kollat, and Blackwell (1990)認為生活型態乃個人價值觀和人格的綜合表現。而個人價值觀深受本身文化的影響，因此，即使在同一社會環境下，生活型態也因人格差異而有所不同，所以生活型態可以說是個人價值觀與人格特質不斷整合的結果。這項結果影響個人的一般行為，進而影響其購買決策。簡言之，生活型態是消費者生活及花費時間與金錢的型態。

(六) Kotler(1988)認為一個人的生活方式就是他表現在活動、興趣、意見上的方式。生活方式可揭露人們與周遭環境互動的整體表現，在某一方面反應出超越社會階級，或在另一方面超越人格的特質。

(七) Hawkins, Best, and Coney(2001)則認為生活型態就是一個人過生

活的方式，是自我觀念的具體表現，由過去經驗、內心特徵和當時情境共同形塑而成，足以影響消費行為的各個層面。

雖然以上各個學者對生活型態的定義不盡相同，經歸納後，仍有以下明顯的共同點：

1. 較人口統計變項更為豐富
2. 性質是定性而非定量
3. 是採用大量資料的
4. 使用一般熟悉的語言，而非用術語來描述
5. 其內涵可用活動、興趣、意見來表達
6. 生活型態和消費者行為是相互影響
7. 屬於心理統計變項的生活型態量化操作

二、生活型態的衡量方法

(一)生活型態的衡量類別

生活型態的衡量方法可分為一般化的生活型態與特殊化的生活型態兩種，所謂一般化的生活型態研究，是測量個人活動及知覺過程的所有生活方式，著重瞭解個人活動及知覺偏好的生活全貌；而特殊化的生活型態研究，是著重於產品相關的活動、興趣與意見(Engel, Blackwell, ,

& Kollat, 1984)。

(二) 衡量生活型態的方法

生活型態的研究就是要找出不同消費群體的生活型態構面，進而預測其未來行為。Wind and Green(1974)提出生活型態研究的一般性架構，共包括了七個步驟：

1. 決定研究目標
2. 發展生活型態模式
3. 辨認並找出生活型態變數
4. 設計研究工具
5. 搜集資料
6. 分析資料
7. 獲取資訊

而Wind et al. (1974)更進一步認為生活型態的描述與衡量可分成下列五種方式：

1. 衡量消費者所消耗的產品和服務。
2. 衡量消費者的活動(activity)、興趣(interest)和意見(opinion)，簡稱為AIO 變數。

3. 衡量消費者的價值系統。
4. 衡量消費者的人格特質。
5. 衡量消費者對不同產品水準的態度及其所追尋的利益。

以上衡量生活型態的五個方法中，AIO 變數是最常用的衡量變數，其定義如下：

1. 活動 (Activity)

是一種具體的行動，例如：看電視、購物等。

2. 興趣 (Interest)

對某些事物或主題感到興奮的程度，而使人們產生特殊且持續性的注意。

3. 意見 (Opinion)

係指個人對於外界某些刺激所引起的問題，給予口頭或書面的反應，足以用來描述人們對於未來事物的解釋、期望與評估。

Plummer(1974)提出AIO之具體構面如表2-6所示。

表2-6 一般化生活型態構面

活動(activities)	興趣(interest)	意見(opinion)
工作	家族	自我
嗜好	家庭	社會
社交	職業	政治
假期	社區	商業
娛樂	消遣	經濟
社交	時髦	教育
社區	食物	產品
購物	媒體	未來
運動	成就	文化

資料來源：Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38.

根據Demby(1974)指出AIO量表中的具體問句設計，可依研究者個人的想像力與創造力，藉由群體討論、深入訪談與參考相關文獻中取得。

綜上所述，本研究採AIO量表來衡量臺灣北部地區馬術運動消費者的生活型態。

三、生活型態研究的重要性

過去用來解釋消費者行為的架構，主要是以人口統計變項、社會階層、和心理特性為主，但其所得結果只能得知消費者特性的一部分，無法深入瞭解消費者內心的想法、消費態度及價值觀，就如Wells and Tigert(1968)認為人口統計變數缺乏色彩、系統及多向度，無法滿足研究者需求，因此

需要其他的東西使之更具內涵。

大多數學者認為，在研究中如能利用生活型態的衡量方式來進行相關群體研究，將較單純使用人口統計變項所得之結果更為周延。如Lazer(1963)認為生活型態可以描繪出消費者人性剖面，彌補傳統使用人口統計變數的不足，提供有效的市場區隔依據。而Wind et al. (1974)亦指出生活型態的研究設計可說明個人或家庭等群體在某些行為上的差異，而這些差異無法由人口統計變項、心理特性及社經特性加以說明。Plummer(1974)則認為生活型態較社會階級或人格特性等衡量方式所得出之結果更為多元，並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。

Wells(1974)認為生活型態具有兩大特點：

(一)易於瞭解

由於生活型態運用日常生活中對話和思考的語言來描述群體，因此較人口統計變項的描述更仔細而有趣。

(二)大規模、數量化的研究

研究工具與方法的設計，適合大規模的調查與數量分析技術(如電腦、各種統計分析技術)的運用，因此任何一個有興趣的人，都可以根據資料逕予闡釋，不必再依賴某些專家的推斷。

由此可知，由於生活型態具有容易瞭解、適合用於大量資料之量化研究，而且又比人口統計變項更為豐富，對於許多想要探討某一群體特性的研究者而言，是廣受使用的研究衡量方法，也因而更顯其重要性。

四、國內運動休閒領域生活型態相關文獻

近幾年國內針對其他運動休閒領域之消費者生活型態研究相關文獻如表2-7所整理，可見生活型態特徵在研究消費者行為課題中已成為不可或缺的一環，並對運動休閒領域消費者市場區隔也有相當程度的影響。

表2-7 國內運動休閒領域生活型態研究

作者	年分	著作名稱	出處
林其琛	1991	大學生之生活型態與職業棒球市場區隔之研究	未出版之碩士論文，淡江大學管理科學研究所
廖志猛	1993	休閒運動參與者生活型態及運動態度之研究—以大臺北地區籃球、游泳參與者為例	未出版之碩士論文，國立體育學院體育研究所
張聰明	1995	國內職棒、職籃市場中大專生之購買動機、潛在性需求與生活型態之探討	未出版之碩士論文，國立成功大學工業管理研究所
謝一睿	1995	臺南市保齡球消費者之生活型態，運動參與頻率和保齡球消費行為之研究	未出版之碩士論文，國立臺灣師範大學體育學系
蘇懋坤	1998	臺灣職棒大聯盟現場觀眾生活型態與消費行為之研究	未出版之碩士論文，國立臺灣師範大學體育研究所
黃裕智	2002	遊客社經地位、渡假生活型態與其旅遊消費行為關係之研究	未出版之碩士論文，大葉大學休閒事業管理學系

表2-7 國內運動休閒領域生活型態研究(續)

作者	年分	著作名稱	出處
蘭震輝 莊林貴	2003	桌球運動參與者生活型態之調查研究	北體學報，11 民92.12 頁109-125
劉天麟	2002	青少年生活型態與運動產品購買決策之研究—以撞球運動與運動鞋為例	未出版之碩士論文，國立體育學院體育研究所
林恩霈	2003	臺北市撞球運動消費者生活型態、個人價值觀與消費者行為之研究	未出版之碩士論文，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所

資料來源：本研究整理

五、小結

綜上所述，本研究採用Hawkins et al. (2001)的看法，將生活型態定義為一個人過生活的方式，是自我觀念的具體表現，由過去經驗、內心特徵和當時情境共同形塑而成，足以影響消費行為的各個層面。測量方法則採AIO量表以測量臺灣北部地區馬術運動消費者的生活型態。

第三節 消費者行為理論

本節探討消費者行為的定義、消費者行為的影響因素與消費者行為模式。

一、消費者行為的定義

有關消費者行為的定義不一而足，本研究整理幾位學者的看法如下：

Walters(1978)提出消費者行為是「人們在購買和使用產品或勞務時，所涉及的決策和行為」。

Willismd(1982)認為「消費者行為包含了一切與消費者購買產品過程中，相關的活動、意見和影響」。

Engel, Kollat, and Blackwell(1990)則認為消費者行為是「個人直接涉入獲取或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」。

余朝權(1991)則將消費者行為定義為「購買產品或享用服務者的決策過程與行動」。

林靈宏(1994)將消費者行為定義為「消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務和理念時，所表現的各種行為」。

Solomon(2002)則認為消費者行為是「個人或團體選擇、購買、使用與處理可滿足其需求與慾望的產品、服務、構想或經驗的過程」。

綜上所述，可看出消費者行為特性與個人或團體獲取產品或勞務之過程有極大相關。

二、消費者行為的影響因素

Kotler(1988)認為影響消費者決策的因素包括：

(一)文化因素

文化、次文化、社會階層等。

(二)社會因素

參考團體、家庭、角色地位等。

(三)個人因素

年齡與生命週期階段、職業、經濟狀況、生活型態、人格、自我觀念等。

(四)心理因素

動機、認知、學習、信念與態度。

國內學者余朝權(1991)則將影響消費者行為的因素分為三大類，分別是：

(一)個人因素

與個人背景條件有關之因素，如年齡、性別、家庭生命週期、種族、

職業、所得、教育程度、社會階層、居住地點等。

(二)內在心理因素

個人在消費過程中，會受知覺、動機、人格、學習與態度等五個重要心理因素的影響。

(三)外在環境因素

個人因受到如文化、社會及媒體等外在環境因素的影響。

三、消費者行為模式

Brian and Craig(1990)將消費者行為模式依時代的演進劃分為三個類型：

(一)未分類型模式

消費者行為的未分類型模式發展於1960年以前，其中被認為可能會影響消費者行為的各種變項明細表，較缺乏整合性架構或任何堅實的實驗證據來合理辯解它們的立場。圖2-2 所呈現的是有關消費者行為的幾個未分類型模式，包括三個I (Impact, 衝擊; Image, 意象; Involvement, 涉入)、AIDA(Awareness, 察覺; Interest, 興趣; Desire, 欲望; Action, 行動)，和AUB(Attention, 注意; Understanding, 理解; Believability, 可信度)。

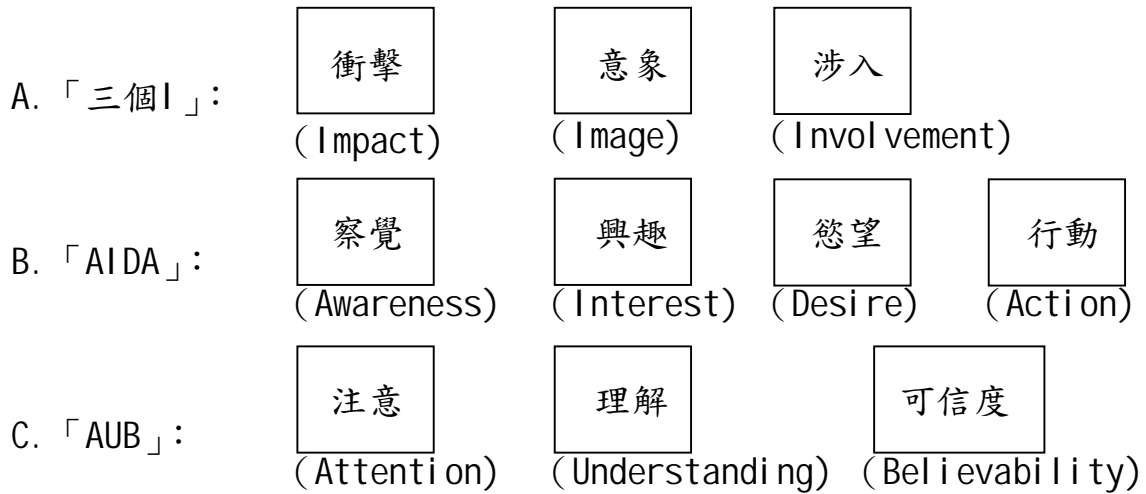


圖2-2 消費者行為之未分類型模式

資料來源：游恆山(譯) (2000)。消費者行為心理學(頁 7-8)。臺北市：五南。(Mullen, B. & Johnson, C., 1996)

(二) 片面型模式

這個模式以某種預先設定的次序來安排變項明細表，因而要比簡單的未分類型模式更向前邁進一步。這些模式假設，模式中各個變項之間的作用流程是唯一的、單向的。圖2-3 說明這兩種片面型模式。這些片面型模式開始描述涉及消費者行為諸多歷程中的某些互相依存的層面，後來發現人類的行為很少像這些模式所主張的那麼簡單而刻板。

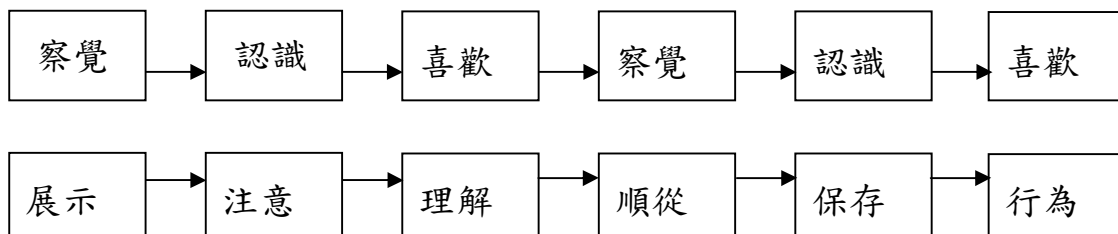


圖2-3 消費者行為之片面型模式

資料來源：Mullen, B. and Johnson, C. (2000)。消費者行為心理學。(The psychology of consumer behavior)(游恆山譯)，頁8。臺北市：五南。(原作1996年出版)

(三)自動控制型模式

自動控制型模式(1967年迄今)是消費者行為模式最新階段的發展。自動控制一詞指的是資訊科學近期的發展以及對操控系統的瞭解，意味著與當代電腦有關之複雜的資訊傳輸和利用。Howard and Sheth(1969)的購買者行為模式和 Engel et al.(1990)以及修改後的Engel, Blackwell, and Miniard(1995)(以下以EBM 表示)的模式都是自動控制型模式的例子。圖2-4 說明了這些自動控制型模式。

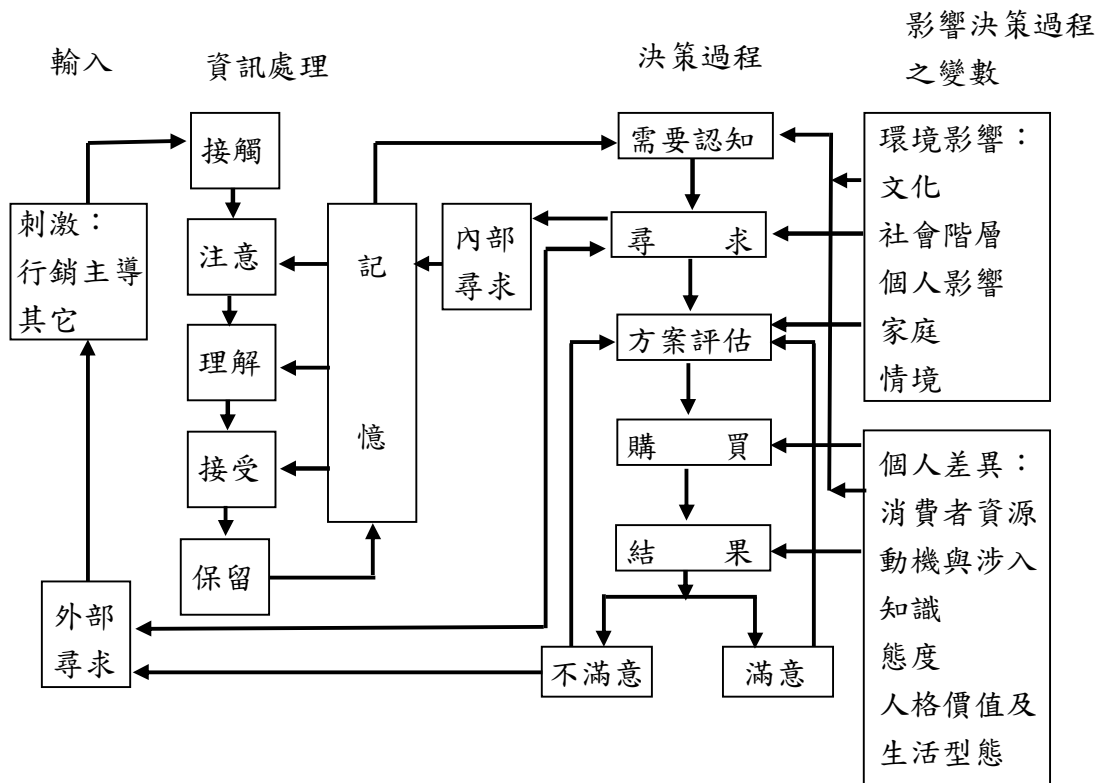


圖2-4 消費者行為之自動控制型模式

資料來源：Engel, J. F., Blackwell, R. D., and Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*, 8th (Eds.) New York : The Dryden Press.

本研究採用EBM模式來瞭解臺灣北部地區馬術運動消費者生活型態與消費者行為的關係。由EBM 模式我們可以清楚得知，此模式主要分為四個部分，從一開始的資訊投入，到本身對資訊的處理而進入決策處理過程，此外，也有其他變數會對決策過程有所影響。相關過程解析如下：

1. 資訊投入

消費者可能是自動尋求資訊或者是接觸外部資訊的刺激後，再自行進入資訊處理過程，最後選擇所需並保留在記憶之中，如果進一步形成需求，而發現到本身的資訊不足，消費者會自動的從外面尋求所要資訊。

2. 資訊處理

消費者經由接觸、注意、理解、接受、保留等步驟來處理輸入的資訊。

3. 決策處理程序

在EBM 模式內認為消費者的決策過程是一個問題解決的過程，包括從問題的認知、資訊需求、方案評估、購買行動和消費結果等五個程序。因為消費者在不同的情境下，對於不同的產品(服務)或者是相同的產品，其消費者的決策活動可能會有所差異，而在某些消費者行為涉入方面的文獻亦曾提及上述的觀點。本模式將購買的決策過程分為五個階段，如圖2-5 所示：

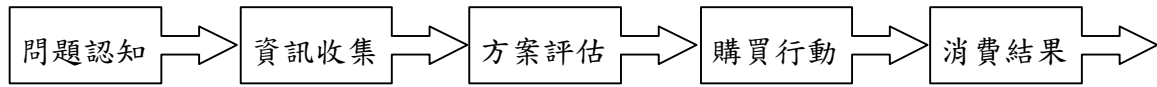


圖2-5 購買決策過程

資料來源：Engel, J. F., Blackwell, R. D., and Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*, 8th (Eds.) New York: The Dryden Press.

(1) 問題認知

如果當消費者感覺到現實與期望間存在差距時，便會產生問題的認知。需要認知會受到儲存於記憶的資訊、個人差異和環境三個因素所影響。

(2) 資訊收集

在確定問題後，消費者會針對需求多方搜尋資訊，以便將來決定產品的屬性。搜尋的方法有許多，大抵可類分為內部搜尋(消費者本身累積的相關資訊)與外部搜尋(來自消費者外部的資訊)。

(3) 方案評估

在搜尋到足夠的資訊後，消費者會從中選取較為相關的方案，採用某一評估標準(例如價格、品質、方便性…等，通常會受到動機的直接影響)，並得出一種信念，進而從這些方案中做出選擇。

(4) 購買行動

在確定選擇後，消費者便會至某一地點購買他所認為最適當、最喜歡

的產品。購買是消費者行為的重心，它讓某事物對消費者的價值化為產品，並滿足消費者的需求，也使行銷者售出產品。

(5) 消費結果

在購買產品後，通常消費者會歷經使用、處置、評估等過程，此種評估將決定消費者的滿意程度。若購買的產品滿足消費者需求的程度高，則消費者的滿意度也會隨之提高；反之則否。評估後的滿意度將影響消費者再次購買的意願與行為。

(四) 影響決策過程的變數

包括社會影響與個人特性兩部分。前者如文化、社會階層、他人影響等；後者如消費者資源、動機、涉入程度、態度、人格、生活型態與價值觀等。EBM 模式以購買決策過程為其主軸，且探討到每個階段與其他影響因素(如涉入、個人差異等)間的互動，能提供更完整清晰的消費者行為的影響。

四、國內運動休閒領域消費者行為研究相關文獻

表2-8為國內運動休閒領域消費者行為研究相關文獻，從研究內容可知，近年來由於時代環境改變，消費者意識逐漸抬頭，即便在運動休閒產業領域，「以客為尊」之觀念亦深植人心。而無論產、學界，均欲藉消費者行為分析瞭解個別市場之消費者行為特性，並以此做為市場管理

的依據。因此，消費者行為的研究，已成為行銷策略不可或缺的一環。

表2-8 國內運動休閒領域消費者行為研究

作者	年分	著作名稱	出處
鄧碧雲	1997	職籃觀眾之消費者行為分析	臺灣體育，91 民86.06 頁32-36
范智明	1998	臺北市運動健身俱樂部會員 消費者行為之研究	未出版之碩士論文，國立 臺灣師範大學體育研究所
梁伊傑	2000	臺北市大學生參與休閒運動 消費行為之研究	未出版之碩士論文，國立 臺灣師範大學運動休閒 與管理研究所
章志昇	2000	臺北地區高爾夫球場消費者 行為之研究	未出版之碩士論文，國立 臺灣師範大學體育研究所
楊智強	2001	國小學童對舞蹈運動之消費 行為研究—以高雄市為例	未出版之碩士論文，國立 臺灣體育學院體育研究所
陳恒敦	2001	臺灣地區休閒旅館遊客消費 行為之研究	未出版之碩士論文，世新 大學觀光學系
林忠程 陳建勳	2002	高雄市游泳運動俱樂部消費 者行為之研究	文藻學報，16 民91.05 頁347-367
鍾秋美	2002	溫水游泳池消費者行為之研 究—以新竹市溫水游泳池消 費者為例	未出版之碩士論文，國立 臺灣體育學院休閒運動 管理研究所
陳有村	2003	消費者選擇運動休閒俱樂部 考量因素之探討--以太平洋 都會生活俱樂部之會員為例	未出版之碩士論文，輔仁 大學體育學系
林百也 黃長發 顏榮發	2004	運動休閒俱樂部會員生活型 態及其消費者行為之研究— 以臺中地區為例	運動知識學報，20 民93.12 頁149-168
呂銀益 林士棋 鄒穎	2004	休閒遊艇消費者行為與服務 品質滿意度研究--以淡水地 區為例	運動知識學報，1 民93.06 頁13-30
陳泓愷	2004	球迷觀賞球賽之社群因素、忠 誠度與消費行為之研究—以 中華職棒大聯盟為例	未出版之碩士論文，屏東 科技大學企業管理系

五、小結

歸納本節探討之相關文獻內容，本研究採Engel et al. (1990)對消費者行為的定義，認為消費者行為是個人直接涉入獲取或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；另參考EBM模式探討臺灣北部地區馬術運動消費者生活型態與消費者行為間的關係。

第四節 生活型態與消費者行為的關係

一、生活型態之運用

Abbey(1981)提出在社會科學中所運用的大量人口統計變項並不能有效預測消費者行為，Mayo(1975)亦指出單就人口統計變項並不能適當地了解市場區隔的導向。因此，為了讓研究者透過客觀的心理統計變項，進一步瞭解消費者複雜多變的行為及其內心的想法，唯有使用涵蓋影響消費者行為的價值觀、文化、社會、個人、心理等主要因素的生活型態研究方法，才能深入反應及預測個人消費的特性和主張(Mayo & Jarvis, 1981)。

二、生活型態與消費者行為

Hawkins et al. (2001)曾明確指出，影響消費者行為的因素中，以生活型態特別重要，而生活型態取決於人格、價值觀、情緒、記憶等內部因素，以及文化、年齡、朋友、家庭、和次文化等外界因素，在日常生活中，我們對自己的觀感和想要的生活方式會衍生需要和欲求，從而讓我們考慮購買某些事物。

依據Engel, et al. (1984)的觀點，提出生活型態對消費決策過程影響的模式(圖2-6)，他認為生活型態是個人受許多外在環境(如文化與次文化、社會階層、參考群體、家庭背景等)影響下的學習結果。生活型態可以說

是價值體系與個人人格在內心整合之後的一個統合架構，其會影響個人的決策與一般行為，進而影響個人特定的消費模式。消費者平日選擇的休閒活動類型，為休閒行為之一種，也是此模型中所謂的一般行為。由此可知，消費者的生活型態會影響其平日選擇休閒活動類型且對消費者決策具有重大影響。

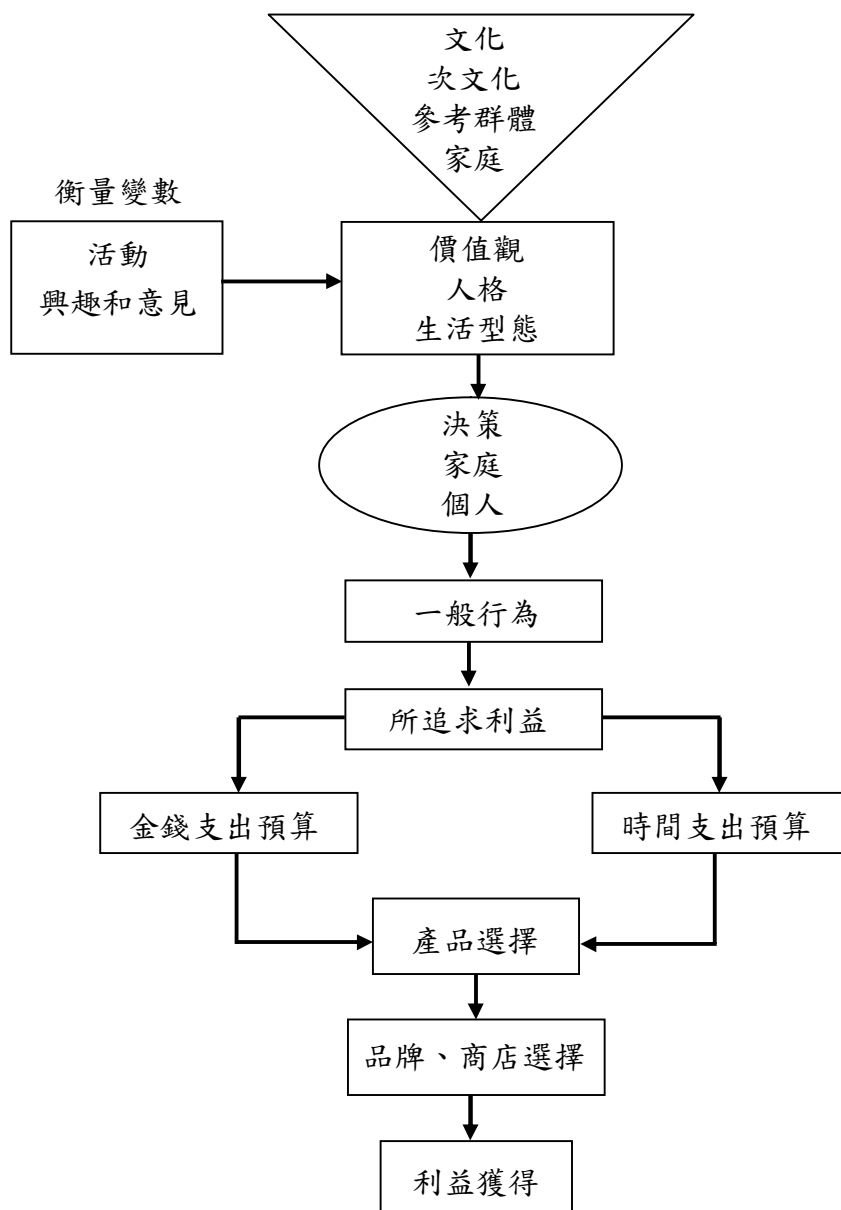


圖2-6 生活型態對消費者決策的影響圖
資料來源：Engel, et al. (1984)

三、小結

綜上所述，生活型態不僅會影響個人一般及特定的消費行為，甚至與家庭或群體選擇休閒活動類型時亦有複雜且密不可分的關聯性。本研究將據以探討臺灣北部地區馬術運動消費者生活型態與消費者行為間的關係。