

國立臺灣體育運動大學運動管理學系碩士班

碩士學位論文

大型重型機車騎士參與動機與行為
之研究

The Participation Motivation and Behaviors
of Motorcycle Rider



研究生：曾俊榮撰

指導教授：黃彥翔博士

中華民國 102 年 01 月

臺中市

國立臺灣體育運動大學運動管理學系碩士班

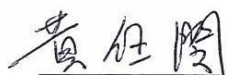
碩士學位論文

研究生：曾俊榮

論文題目：大型重型機車騎士參與動機與行為之研究

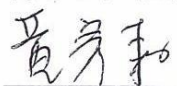
本論文業經本委員會評審認可，合於碩士水準。

口試委員：



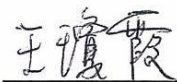
國立屏東教育大學體育系副教授

黃任閔 教授



國立臺灣體育運動大學運動管理學系副教授

黃彥翔 教授



國立臺灣體育運動大學運動管理學系助理教授

王瓊霞 教授

指 導 教 授



系 主 任



中 華 民 國 101 年 12 月 22 日

國立臺灣體育運動大學 博碩士論文電子檔案 授權書

本授權書所授權之論文為授權人在國立臺灣體育運動大學 運動管理 研究所

101 學年度第 1 學期取得 博士 碩士 學位之論文。

論文名稱：大型重型機車騎士參與動機與行為之研究

指導教授：黃彥翔 博士

茲同意將授權人擁有著作權之上列論文全文電子檔(含摘要) 非專屬性、無償授權本人畢業學校圖書館及登載於其所建置之資料庫內，並得從事下列行為：

- 一、提供讀者不限地域、時間及次數之免費線上檢索、閱覽、下載或列印，並得將資料庫重製成微縮、光碟或其他數位化載體以及其他學術機構之資料庫交換。
- 二、提供付費之線上全文下載及列印，並得將該資料庫重製成光碟或其他數位化載體販售發行，或交由非學術組織出版，惟線上收費及販售所得應視為專款作為執行單位營運及系統維持之用。

全文電子檔使用權限授權（請勾選下列一項授權選項）：

- 校內外完全公開
- 校內公開，校外永不公開
- 校內外均一年後公開
- 校內馬上公開，校外一年後公開
- 校內一年後公開，校外永不公開
- 自定開放時間：校內___年、校外___年後公開

立授權書人對上述授權之著作擁有著作權，尚未專屬授權予其他法人或自然人。本件授權不影響著作人對原著作之著作權及衍生著作權，並得為其他之專屬授權。

立授權書人保證授权使用之作品及相關資料，並無侵害他人智慧財產權、隱私權之情事，如有侵害他人權益及觸犯法律之情事發生，立授權書人願自行負責一切法律責任。

被授權人：國立臺灣體育運動大學

地址：台中市雙十路一段十六號

電話：(04)22213108

授權人：曾俊榮 (親自簽名) 民國：102 年 1 月 30 日

國家圖書館 博碩士論文電子檔案上網授權書

本授權書所授權之論文為授權人在國立臺灣體育運動大學 運動管理 研究所

101學年度第 1 學期取得 博士 碩士 學位之論文。

論文名稱：大型重型機車騎士參與動機與行為之研究

指導教授：黃彥翔 博士

茲同意將授權人擁有著作權之上列論文全文電子檔(含摘要)，非專屬、無償授權國家圖書館，不限地域、時間與次數，以微縮、光碟或其他各種數位化方式將上列論文重製，並得將數位化之上列論文及論文電子檔以上載網路方式，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

授權選項：

立即開放

暫不開放 (開放日期為 年 月 日)

不予公開

授權人：曾俊榮 (親自簽名) 民國：102年 1 月 30 日

中文摘要

論文名稱：大型重型機車騎士參與動機與行為之研究

總頁數：110頁

院系所組別：國立臺灣體育運動大學運動管理學系碩士班

畢業時間及提要別：101學年度第一學期碩士學位論文提要

研究生：曾俊榮指導教授：黃彥翔博士

中文摘要

隨著國家對於重型機車的開放以及民眾對騎乘重型機車的喜愛程度的提升，國人騎乘重型機車的人口逐漸提升。然而，參與者對於騎乘重型機車的參與程度為何便是個重要的研究議題，本研究將探討不同背景之大型重機休閒運動參與者在參與動機及參與行為之差異情形。本研究主要針對中部地區騎乘大型重型機車及參與大型重型機車旅遊活動之車友為研究對象進行問卷調查，問卷係以郵寄問卷或實地發放問卷方式進行，共發出500份問卷，施測結果共計回收465份問卷，剔除無效樣本69份，有效樣本396份，有效樣本回收率85.2%。研究結果顯示，大型重機參與者以男性居多（佔80.6%），年齡介於31-40歲之間（佔37.6%），月收入以20,001元至30,000元（佔26.0%）以及30,001元～40,000之間（佔22.7%）居多。教育程度大多在大學以上（佔39.6%），大多從事服務業（佔32.6%）。而不同背景變項之受試者在參與動機與參與行為上有顯著差異，而不同研究結果提供業界與後續研究之相關建議，以作為實務上與研究上之參考。

關鍵詞：重型機車、參與動機、參與行為

Title of Thesis: The Participation Motivation and Behaviors of Motorcycle Rider
Name of Institute: Department of Sport Management, National Taiwan University
of Physical Education and Sport

Graduate date: January 2013

Degree Conferred: M.P.E.

Name of student: Chen, June-Jung

Advisor: Huang Yan-Xiang

Abstract

Followed by the increase of popularity in riding motorcycles after the remove of restrict policy, more and more riders have engaged in such activity. The purpose of this study was to explore the participation motivation and behaviors of motorcycle riders and to see whether there was any difference among riders' demographics upon participation motivation and behaviors. A survey was conducted to collect data from riders dwelling in central part of Taiwan. Of the 500 distributed questionnaires, 465 were collected and 69 were discarded due to unvalid response, corresponding with an 85.2% return rate. After the statistical analysis, the study found that the majority of rider is male (80.6%), aged between 31-40 (37.6%) with monthly income between 20,001~ 30,000(26.0%) and 30,001~40,000 (22.7%) . Most riders possess the bachelor degree (39.6%) , and serve in service industry(32.6%) . However, there are significant differences existing among riders' demographics upon participation motivation and behaviors. The results of this study, hopefully, can be referred by relative fields and future study.

Key words: motorcycle, participation motivation, behaviors.

謝誌

本於市立體育場任職，有感運動專業管理能力需再提升，適逢歷屆校友推薦我報考臺灣體育運動大學之運動管理研究所。吾似旭日東昇般再出發，努力不懈、持之以恆，終究如願以償，考上本所。時光飛逝、歲月如梭，轉眼間研究所生涯即邁入尾聲，屆時將所學，奉獻於職場上，相互輝映；承蒙學校多位教授不吝指導，惠我良多，國際化的專業運管學程，使我們能隨時運籌全球資訊，蛻變成專業的運管人。

首先，誠摯的感謝指導教授黃彥翔博士，老師您細靡的教導，引領寫作本論文研究的動機、問題，指導研究的方法、探索架構，使我能平步青雲的深窺論文旨意及運動管理學程的深奧。老師對學問的嚴謹為學生學習典範、做人處事的謙恭態度更是另人讚佩。本論文的完成亦感謝二位口委教授：屏東教育大學黃任閔博士、本校王瓊霞博士詳加指正，於百忙之餘詳研審閱，教改本論文，提供許多寶貴意見與見解，在此致上最誠摯的感謝。

致謝導師林房儋教授，授教 SPSS 統計分析、AMOS 課程等，過程雖是艱辛、成果確是甜美的；感謝學務長林文郎教授的支持，您認真的態度是我學習榜樣。感謝系主任、王慶堂等多位教授，不厭其煩的指導、授業，推動著我們順遂的完成學程。

感謝父、母親、弟弟及我的太太與二個乖巧的兒子，學校授課中期逢轉調到國立嘉義女中服務，學業、論文探索，讓我幾乎無喘息片刻，家人總予不斷關懷、包容；最後感謝、珍惜與班上同學相處的日子及所有關心我的朋友，終於完成學業及論文，在此也祝福同學未來及在學的朋友們求學路上綻放出絢麗的光芒。

曾俊榮謹誌

2013 年 1 月

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
謝誌	iii
目錄	iv
表目錄	vi
圖目錄	vii
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	5
第三節 研究問題	7
第四節 研究範圍與限制	7
第五節 名詞操作性定義	8
第貳章 文獻探討	11
第一節 活動參與者屬性相關文獻之探討	11
第二節 參與者動機相關文獻探討之探討	14
第三節 參與者參與行為相關文獻之探討	17
第四節 本章總結	21
第參章 研究方法	23
第一節 研究架構與研究流程	23
第二節 研究假設	25
第三節 研究工具	27
第四節 量表預試分析	28
第五節 研究對象與抽樣	32
第六節 資料處理與分析	34
第肆章 結果與討論	35
第一節 人口統計變項現況分析與討論	35
第二節 大型重型機車參與者參與行為現況分析	38
第三節 大型重型機車參與動機現況分析	44
第四節 人口統計變項在大型重型機車參與動機上之差異分析	49
第五節 不同大型重型機車參與者參與行為在參與動機上差異分析	63
第六節 綜合討論	86
第伍章 結論與建議	95
第一節 結論	95
第二節 建議	97

參考文獻	
中文部分	100
英文部分	104
附錄一：母體數固定之樣本數	105
附錄二：正式問卷	106

表目錄

表 1-1 台灣地區機器腳踏車登記數	3
表 1-2 台灣地區土地面積、戶數、人口統計數	4
表 3-1 參與動機各構面之綜合分數	31
表 4-1 人口統計變項統計表	36
表 4-2 大型重型機車參與者參與行為變項統計表	41
表 4-3 受查者對大型重型機車參與動機的平均值及標準差	45
表 4-4 參與動機之同意程度平均值、標準差與排序	46
表 4-5 不同性別受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表	50
表 4-6 不同年齡的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表	51
表 4-7 不同每月收入的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表	53
表 4-8 不同家庭每月收入的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表	55
表 4-9 不同教育程度的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表	57
表 4-10 不同職業的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表	60
表 4-11 不同每月從事重型機車參與次數的受訪者在參與動機各構面之差異分析 摘要表	65
表 4-12 不同從事重型機車休閒旅遊天數的受訪者在參與動機各構面之差異分 析摘要表	66
表 4-13 不同個人喜歡的騎乘路線的受訪者在參與動機各構面之差異分析 摘要表	68
表 4-14 不同騎乘重型機車經驗的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表	69
表 4-15 不同騎乘重型機車廠牌的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表	71
表 4-16 不同目前所騎乘重機之氣缸排氣量的受訪者在參與動機各構面之差異 分析摘要表	74
表 4-17 不同騎乘之重機來源種類的受訪者在參與動機各構面之差異分析 摘要表	75
表 4-18 不同重型機車之購入價格的受訪者在參與動機各構面之差異分析 摘要表	77
表 4-19 不同購車後，是否加裝其他裝備的受訪者在參與動機各構面之差異分析 摘要表	79
表 4-20 不同購置配件費用總計的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表	80
表 4-21 不同參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額的受訪者在參與動 機各構面之差異分析摘要表	83
表 4-22 不同參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額的受訪者在參與 動機各構面之差異分析摘要表	85
表 4-23 研究假說結果彙整表	87

圖目錄

圖 3-1 研究架構圖	24
圖 3-2 研究流程圖	25

第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

隨著科技的發展，人類對於陸上交通工具的演進，從最早期的人力、獸力乃至於發展出運用多元能源動力，不斷地創新出各式交通工具來增進生活的便利性。在各種交通工具發展過程中，使用人力的腳踏車是比機車、汽車更早被使用的交通工具。在腳踏車的運作基礎上，全世界機車發明的先驅們開始將動力裝置於腳踏車上。法國的尼可拉斯·庫紐在1769年以蒸氣引擎組成雛型，後來發展出汽車的名人德國工程師高特里·戴姆勒於1883年將一具四行程汽油引擎裝在腳踏車上，接著卡爾·賓士又為其裝配電力點火栓以點燃油料，機車這項交通工具便開始在歐洲德國、法國、英國、義大利以及北美洲的美國等地發展開來。

林淑真(1998)研究發現台灣地區開始有機車大約是在日據時期1925-1945的昭和年間。民國36年，慶豐行正式開張，並於民國39年左右慶豐行進口的第一批機車是英國三槍牌(BSA)，分別是250cc、350cc、及500cc，價格在二萬五千元上下，相當於現在的二十萬元左右。民國41年慶豐行轉向日本進口富士重工生產的兔牌(Rabbit)速克達。慶豐行進口富士機車不久後，有人極力推薦日本本田機車，且發現創始人本田宗一郎很有魄力和遠見，公司發展潛力無窮，因此慶豐行決定與本田建立臺灣地區代理關係，成為本田海外第一家代理商。在四十年代，機車進口商相當多，除了慶豐行、功學社外，包括：陳義成車行、安泰貿易、進輪貿易、永興貿易、台隆貿易、廣

合貿易、建華貿易等，進口廠牌則有：本田、山葉、鈴木、山口、雷立克、兔牌、普恩德、明發、目黑、川崎、石橋等（以上為日本車系）；哈雷、蘭美達、偉士牌、敏耐力等為美國和義大利車；三槍、杜克地、大炮、凱旋等為英國車；薩克斯、勝利、純達普、漢克、BMW、DKW、NSU、PUCH等則為德國車。民國50年代，台灣機車製造蓬勃發展，許多公司跨入自組領域而分別與不同原廠合作在台生產機車，至民國58年左右，機車製造廠由極盛期的40多家淘汰至18家（台灣機車史）。在台灣地區，交通法規對機車的正式名稱是機器腳踏車，機車或摩托車則是一般對機器腳踏車的俗稱。

依照交通部機動車輛登記數的統計，台灣近十年來機車數量由民國91年的1,198萬輛，至100年底為止，台灣機器腳踏車數量已有超過1,517萬輛（如表1-1所示），是全世界機車密度最高的地區之一。對照內政部同一期間土地面積、戶數及人口數的統計數據，至民國100年底台灣地區每平方公里有419輛機車。每戶所擁有機車數量由民國91年的1.73輛提升至民國100年的1.88輛。而民國91年的每1.87人擁有一部機車，也提升到民國100年每1.53人便擁有一部機車。由此可看出機車這項交通工具在台灣居民生活上所占的重要性地位。

台灣對機車在管理上，以駕駛執照上來看可分為三級，排氣量/氣缸容積等於或小於50 cc以下稱為「輕型機器腳踏車」（以下簡稱輕型機車），排氣量/氣缸容積51cc至250 cc的稱為「普通重型機器腳踏車」（以下簡稱普通重型機車）及屬於251cc以上的「大型重型機器腳踏車」（以下簡稱大型重機）。大型重型機車駕照是可以駕駛任何排氣量/汽缸容積的機車，如果有限制不得駕駛超過550cc大型重型機車則只可以駕駛排

氣量/汽缸容積等於或小於549cc的機車。

表 1-1

台灣地區機器腳踏車登記數

單位：輛

年(月)底別 End of Year and Month		機器腳踏車(Motorcycle)		
		合計 Total	重型 Heavy-type	輕型 Light-type
91 年底	2002	11,983,757	7,386,784	4,596,973
92 年底	2003	12,366,864	7,759,650	4,607,214
93 年底	2004	12,793,950	8,239,700	4,554,250
94 年底	2005	13,195,265	8,746,286	4,448,979
95 年底	2006	13,557,028	9,225,155	4,331,873
96 年底	2007	13,943,473	9,762,555	4,180,918
97 年底	2008	14,365,442	10,349,865	4,015,577
98 年底	2009	14,604,330	10,749,348	3,854,982
99 年底	2010	14,844,932	11,112,224	3,732,708
100 年底	2011	15,173,602	11,572,658	3,600,944

資料來源：中華民國交通部（2011）

由於能源危機的因素，台灣曾禁止大型重機長達 20 年的歲月，直到 2002 由於我國加入 WTO 才又重新再度開放至今。在機車的路權方面，台灣也與歐、美、日等國有著不同的規範。美國與德國均開放 150 cc 以上排氣量機車即可行駛於高速公路，日本開放 125 cc 以上排氣量機車可行駛於高速公路，英國則更依照駕照分類，只要取得 50cc 以上排氣量的

駕照均可行駛於高速公路。在台灣對機車路權規範，輕型機車與普通重型機車均不可行駛於快速道路及高速公路。在各類協會、團體與立委等努力之下，交通部訂定 2007 年 11 月 1 日才正式開放 550cc 以上的大型重型機車有條件開放行駛部份快速道路，且直至 2011 年 11 月 8 日才三讀通過有條件行駛於部分高速公路。依據交通部統計處截至 2011 年 9 月的統計，國內共有 29,446 輛大型重型機車，其中 550 c.c. 以上大型重機為 25,838 輛，國內有 11 萬 4 千多人領有大型重機駕照（中央社，2011）。

表 1-2

台灣地區土地面積、戶數、人口統計數

年(月)底別	土地面積 (平方公里)	戶數	人口數
End of Year (Month)	Area(Km ²)	Households	Persons
九十一年 2002	36,188.0354	6,925,019	22,520,776
九十二年 2003	36,188.0354	7,047,168	22,604,550
九十三年 2004	36,188.0354	7,179,943	22,689,122
九十四年 2005	36,188.0354	7,292,879	22,770,383
九十五年 2006	36,188.0354	7,394,758	22,876,527
九十六年 2007	36,189.5050	7,512,449	22,958,360
九十七年 2008	36,189.5050	7,655,772	23,037,031
九十八年 2009	36,191.4667	7,805,834	23,119,772
九十九年 2010	36,191.4667	7,937,024	23,162,123
一〇〇年 2011	36,192.8155	8,057,761	23,224,912

資料來源：中華民國內政部（2011）

機車在臺灣從早期日據時代屬於民生上需備的交通工具開始，發展至今在各大公路與景點經常可見大型重機車隊以休閒為目的成群結隊出遊，點綴出臺灣經濟發展的實力與繁榮。但由於從再度開放至今僅 10 年的時間，且大型重機的價格與其他兩類機車相較下顯得更為昂貴，550 cc 以上大型重機新車價格動輒達 40 萬元之譜，也因此在台灣的大型重機有其數量上的稀有性與有別於其他兩類機車在路權上的特殊性。本研究有鑒於這兩種特性，希望能夠針對從事大型重機休閒運動的參與動機與行為所產生的經濟現況進行評估分析，以做為後續有意投入者參考及政府推動休閒運動產業發展上的政策依據。

第二節 研究目的

我國政府將休閒運動產業視為產業發展策略中的重點發展項目之一，此外，政府也推動許多的方案，如：行政院推動「挑戰 2008 國家發展重點計畫」之「活動產業整合發展」、經建會之『運動休閒服務業推動計畫』等重要計畫，其計畫內容均與休閒運動產業息息相關，此也顯示出政府對休閒運動產業所帶動經濟發展的重視程度。從國外休閒運動產業發展的經驗，可看到許多對於休閒運動產業與產值研究及其對後續政策推動的重要性。但反觀國內對運動休閒產業之研究，特別是針對已開放 10 年的大型重機運動休閒產業，有關量化方面能提供參與者與政府政策參考的研究並不多見。

如本文第一節所述及，到目前為止，台灣地區領有重機執照者僅約為 11 萬 4 千人，僅佔總人口數的 0.495%。掛牌

的大型重機數量有 29,446 輛，亦僅占 100 年底公布之機車總數的 0.194%。參考網路上 KAWASAKI (台崎重車) 所公佈 2012 年第二季新車最新售價表為例，我們可以看到 550c.c 以上之大型重型機車價格，在各重型機車不同品牌分別有大約從 40 萬元至 90 萬元不等的價格分布 (台崎重車第三季新車最新售價表，2012)，可見從事大型重機活動的人除對休閒運動的需求外，也須擁有一定的經濟能力。趙麗雲 (2005) 的國政研究報告中，有關「人口老化危機中，台灣的休閒運動發展」一文中指出，國外相關研究發現，休閒運動的投入者，「收入愈高參加比例愈增」。此點與本文所研究的主題及對象，大型重機投入者與其社經地位之間是否亦為正相關的結果，確實值得進一步推敲。

由於大型重機休閒運動投入門檻很顯然高於其他兩類機車的擁有使用者，投入本項休閒運動者本身的社會經濟地位是否處在國內社會較高的地位？欲投入大型重機休閒運動者，除大型重機主體昂貴的購入金額外，還會添購哪些週邊人身部品配備？每次的出遊除了基本的油耗開銷外，又會投入哪些活動項目與費用？維修保養的費用又與另兩類機車有何等的差距？為了投入大型重機休閒運動，這些購入與後續的開銷費用為台灣的休閒運動產業究竟能帶動多少經濟效益？實在是一門值得我們深思的學問。因此本研究將以實證結果分析，以提供本研究的參考者對大型重機休閒運動能有多一層的認識，依據上述之研究背景茲將本文之研究目的條列於下：

一、根據實證了解台灣從事大型重機參與者參與動機及參與行為。

- 二、探討不同背景之大型重機參與者在參與動機及參與行為之差異情形。

第三節 研究問題

根據上述研究目的，茲將本文所欲探究的問題整理如下：

- 一、瞭解台灣中部地區民眾從事大型重機參與者的參與動機及參與行為之現況為何？
- 二、瞭解不同背景之大型重機參與者在參與動機及參與行為之差異情形為何？

第四節 研究範圍與限制

一、研究對象

本文以台灣中部地區（臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市）從事 250 cc 以上之大型重機車騎士或其後載乘客為對象，針對大型重機休閒運動在該產業中所產生之經濟現象進行探究與分析；研究變項包含有重機車主社經地位、添購人身部品、旅遊型態與消費行為。大型重機休閒運動的整體產值推估並不在本文的研究範圍之內。

二、研究限制

本研究的過程力求研究架構周延完整性，並使研究流程能夠明朗流暢，在研究方法上亦趨向客觀嚴謹，相關研究資料的收集也力科學化並要求詳實充分。惟，本文仍有若干因素造成在研究上的限制，可能導致未臻完善，茲說明如下：

（一）研究方法的限制

本文的研究方法採問卷調查法為主，由於問卷調查係參考過去學者之問卷量表加以改編以適用於本研究主題，所設定之題目或有可能無法兼顧受試者內心所有範圍，僅假設所有受試者均據實以告，為本文研究的限制之一。

(二) 研究推論的限制

本文以研究所需符合科學研究的樣本數進行採樣，惟研究結論是否可推論至其他相關領域或族群，亦為本研究的限制之二。

第五節 名詞操作性定義

一、大型重機

本文所指大型重機，乃依據台灣對機車在管理上所分之等級，排氣量為250 cc以上之二輪機車。

二、大型重機人身部品

根據市面上機車人身部品銷售商店所陳列販售的商品而言，所稱的人身部品就是指機車駕駛與乘座人員所穿戴在身上，具有人體保護作用以降低意外事故傷害發生時所致的身體損傷的服裝及其他相關配件。如安全帽、賽車皮衣、防摔衣、皮製手套、騎士專用車靴、防風眼鏡等皆為本文所指的人身部品。人身部品的穿戴，除安全性的考量外，外觀良好的包覆性與顏色搭配的設計也具有美觀、專業效果的提升作用。

三、大型重機參與者

本文在研究調查的對象上，凡騎乘出遊者不論其大型重機

係車主自有者抑或是租賃者，騎士本身或其後載乘客皆為本文所指之大型重機參與者。

四、大型重機參與動機

係指對於引發其參與的意念、動力並進而推動其產生實際且有持續性的大型重機騎乘行動而言。

1、大型重機外出旅遊

指騎、乘大型重機者，其騎乘活動係以外出並從事平日工作以外的休閒活動。

2、大型重機參與者社會經濟地位

智庫百科（2012）指出，社會階層，意義相近或相關的漢語辭彙還有“等級”、“階層”、“社會等級”、“等級社會”，類似的還有“社會階級”，即對具有相同或相似的經濟水平和社會身份的社會群體總稱。社會階層展示一定的社會地位，處於較高社會階層的人，必定是擁有較多的社會資源，在社會生活中具有較高社會地位，且社會階層的多維性決定社會階層既有經濟層面的因素。不同社會階層在社會上擁有不同的地位，因其享有不同的社會資源，故在生活上的支出模式與休閒活動上亦顯示出不同的差異。

五、參與行為

本文所指大型重機參與者之參與行為的範圍，係指包括租、購大型重機，騎、乘大型重機及對於以大型重機為交通工具所進行包括如旅遊之一切活動。

六、消費行為

本文所指大型重參與者的消費行為，專指以租、購大型重機之費用，購買大型重機各式人身產品及以大型重機為交通工具進行活動之一切消費。

第貳章 文獻探討

本章各節係針對本文之研究範圍，蒐集及整理過往專家、學者的相關研究成果進行回顧。以往對於大型重機的相關研究，有針對參與者本身屬性、參與動機及參與行為等為探討方向，而對是項活動於進入障礙或衍生問題之研究亦有些許著墨。共分四節，第一節為活動參與者屬性相關文獻之探討；第二節為對於參與者動機相關文獻之探討；第三節為參與者參與行為相關文獻之探討；第四節為本章總結。

第一節 活動參與者屬性相關文獻之探討

人們參與休閒運動，是在工作閒暇之時，基於自身各種的條件狀況選擇自己喜歡有意願及有能力從事的活動。期能透過休閒活動的進行，減低工作所產生的壓力，舒緩情緒狀態，進而促進個人良性的身心與生活上之發展。

西方世界諺語有云：「Birds of a feather flock together」，與東方中國在古代的易經-繫辭上即云之「物以類聚」所指均為同一意境。對於休閒活動的投入，參與者本身的屬性是否具有相類似之屬性是本節探討的重點項目之一。包括參與者的性別、年齡、收入、婚姻或工作背景等各項個人因素，透過過往專家學者的研究，來探討這些屬於參與者本身的個人屬性因素對於投入大型重機活動是否存在著一定程度的關聯性。

陳昭明（1981）研究認為，影響遊憩活動參與動機的因素相當複雜，但概略上可分為兩類，其一為個人的內在因素，

其二則是受外在環境因素的影響。李銘輝（1991）的研究也指出，休閒活動參與者的個人屬性，包括年齡、教育、職業與所得等項目，均會影響休閒遊憩活動的行為。

對於大型重機活動參與的相關研究上，李富祥（2007）對大型重機騎士行為的研究結果顯示，國內重型機車運動休閒參與人數逐年微幅成長，騎乘者之年齡以 21 至 40 歲男性為主，且通常會於秋季利用週末假日和同學及朋友一起結伴到森林野外從事二天以下旅遊。在個人屬性和旅遊行為關係中，女性、年齡 30 歲及未婚的騎士較重視追求創新的旅遊需求；另月收入在 20,000 元（含）以下的騎士，對旅遊參與決策之社會結構及休閒體驗則有顯著的差異；另外研究所以教育程度之騎士較不重視個人能力的因素。而在旅遊行為過程間之因素構面兩兩相關上，則呈現部份的中或低度的正負相關性，且顯示大型重型機車騎士極重視本身的權益及旅遊的方便性。

謝政毓（2008）以瞭解大型重型機車休閒活動愛好者之參與現況研究有兩個發現；其一為不同月收入，婚姻狀況，騎乘資歷，出遊同伴，騎乘時間，與是否加入車隊的大型重型機車休閒活動愛好者在流暢體驗感受有顯著差異。其二為不同月收入，婚姻狀況，騎乘資歷，出遊同伴，騎乘時間，與是否加入車隊的大型重型機車休閒活動愛好者在休閒效益有顯著差異。而大型重型機車休閒活動愛好者在流暢體驗與休閒效益的感受上皆屬於偏高的情形。

林仲曄（2009）的研究發現，大型重型機車活動參與者多為男性，在年齡方面多為 21-40 歲為主，教育程度方面，以大學（大專院校）所站的比例較高，在婚姻方面，未婚比

例稍微高於已婚者，在月平均收入中，比例較高的選項為 20,001-60,000 元，在職業方面，商業(服務業)與製造或工業占最大數，人數最少之選項為農漁牧業及退休人士。騎乘人數為獨走及四人以上為主，騎乘時間多為週末，目前以日本車廠之車輛為主，騎乘時段為早上及不一定，騎士多為一周騎乘一次大型重型機車。且受訪者以擁有一台大型重機者居多。

林育潤(2009)針對大型重型機車騎乘者遊憩動機與遊憩偏好之研究結果，發現騎乘者性別以男性為主，年齡主要集中於 21 至 49 歲，教育程度以專科以上為居多，未婚與已婚者的比例趨近相等。參與大型重型機車活動經歷以 2 至 3 年為居多，活動類型以定點遊程之意願較高。騎乘大型重型機車遊憩動機以「遠離都市的吵雜」、「為了運動休閒」、「有獨立解放的感覺」意向較高；選擇遊憩偏好則以「喜歡往山區行駛」及「喜歡往國家公園行駛」意願較高。

梁上棟(2009)的研究結果則發現大型重型機車騎士以「男性」為主，年齡主要集中於「31~40 歲」，教育程度以「大專(學)」居多，月收入以「30,001~40,000」最多。而目前騎乘車種以「街車」最普遍，將近七成受訪者有加入重車相關組織或團體，每月平均花費在重車相關費用以「10,000(含)以下」最多，換車或再購車時優先考慮廠牌、車種以「Honda」、「街車」最多，七成左右受訪者自覺屬於中等「挑戰程度」與「技術程度」。

李宗霖(2011)在對於大型重機消費者購買行為之影響的研究結果發現，大型重型機車的消費者主要以性別為男性、年齡為 30-39 歲、教育程度為大專院校、月所得為 3-5

萬元、職業為工商服務業與居住地區為北部地區為主。其研究發現大型重型機車的消費者購買行為主要動機為休閒娛樂、資訊來源為網際網路資訊、品牌為日系品牌、價格為三十萬以下與功能為街車類為主。不同的消費者購買行為對品牌形象、產品屬性與生活型態有顯著差異。

綜合以上文獻所述，多數的學者研究發現，大型重機參與者在性別上以男性居多，年齡層則大多數為於 21 歲到 40 歲的族群。月收入方面，則介於 20,000 元到 60,000 元之間。

第二節 參與者動機相關文獻探討之探討

動機在心理學上被認為是涉及行為的發端、方向、強度與持續性，動機是人類採取行為前的重要因素之一。Fishbein and Ajzen (1975) 認為動機是指一個活動的參與，以期望獲得價值的理論來考量。也就是指活動本身的吸引力加上參與者本身對於參與活動的預期程度。張春興、楊國樞 (1983) 從人類行為科學中提出動機乃決定人類行為的主要因素，會產生動機主要有兩個原因，其一是內在的心理需求，其二則為外在的環境刺激。動機是需求的具體化，是需求和行為的中介，在將動機轉換成行為後，透過行為結果來滿足行為個體的需求。動機與行為是兩個不同的相對概念，行為是顯露於外的活動，動機則是促進行為活動的內在過程。簡言之，動機是指啟動、指引和維持身體與心理活動機能，並引導該活動朝向某一設定目標前進的內在過程。張春興 (1989) 並對「動機」再做釋義，認為動機是行為的原因，它引起行動，並加以維持，而且決定個人行為的一般方向；是一種尋求目標的驅力，是指引行為活動、維

持活動、導致活動趨向某一目標進行的內在歷程。Deci and Ryan (1991) 指出，決定參與休閒運動包含有三個重要考量因素，即生理、心理與社會因素。生理因素包括個人的能力、身高、體重與健康情況等條件。心理因素包含有情緒、樂趣與自尊等。社會因素則涵蓋有環境與競爭等外在狀況因素。

本文對於大型重機休閒運動參與者的動機研究，係指對於引發其參與的意念、動力並進而推動其產生實際且有持續性的行動而言。許宇中（2009）所謂的參與動機，是指個人參與騎乘並維持這個活動，且能購促成某種行動並提供方向的內在力量。因此本文所探究的參與動機係指引發從事休閒運動時，選擇騎乘大型重機為出遊交通工具的原始心理驅動能量。

Whitehead and Corbin (1991) 發現，個體認為對運動有較高的勝任知覺時，在參與身體活動或運動，就有較高的內在動機、持續涉入和付出努力。張逸民（1999）指出，涉入程度與消費者的興趣有直接的關係；當消費者對於產品的興趣愈高時，其涉入程度也會增高。

詹博閔（2007）對大型重機參與者在認真性休閒特質與休閒動機、休閒阻礙關係之研究以參與「大型重機車大會師」之大型重型機車騎士為研究對象。其研究發現，大型重型機車活動參與者多為男性，年齡集中於21至40歲間，平均月收入為20,001元至60,000元間。多數參與者每週會參與大型重型機車活動，具2-3年活動經驗者為多，每月用於重型機車之花費為5,000元以下，同伴人數多為4人以上，活動時段多為早上，以例假日型參與大型重型機車活動趨多，半數以上參與者擁有重機數超過1部。「堅持不懈」為大型重型機車參與者受訪者感受度較高之構面；在休閒動機方面，其研究指出Bread and

Ragheb (1983) 提出依智力性、社交性、勝任-熟練性及刺激-逃避性四項所做的參與動機構面研究，對比其他學者對參與動機的分類與研究，其範圍廣泛且分類清楚，故運用該分類類型進行其參與動機的研究，研究結果在參與動機方面，「智力性」為大型重型機車參與者受訪者感受度較高之動機。

吳家瑞 (2008) 國內大型重型機車參與者生活型態、休閒涉入、知覺風險、休閒效益之研究—線性結構方程模式之驗證的研究中發現，大型重型機車參與者生活型態各因素中，以「減壓樂活」因素最受重視；其次為「學習新知」、「自然冒險」；接續為「社交聯誼」因素；感受最弱者為「尊容虛榮」因素。在參與者休閒涉入各因素中以「重要愉悅性」因素最受重視；其次為「象徵性」因素；最不受重視為「生活中心性」因素。大型重型機車參與者休閒效益各因素中，以「心理效益」因素感受最深；其次為「自我成就」、接續為「生理效益」、最後為「社交效益」因素。李柏宏 (2008) 研究結果顯示大型重型機車遊憩活動受訪者多為男性且活動經驗以1年至未滿3年居多；大型重型機車遊憩活動的知覺風險由身體風險、心理風險、社會風險、時間風險及滿意度風險所反映出；而知覺勝任則由一般知覺勝任及特定知覺勝任所反映出。經由結構方程模式分析結果發現，知覺風險對知覺勝任有負向的影響關係。

林育潤 (2009) 騎乘大型重型機車遊憩動機以「遠離都市的吵雜」、「為了運動休閒」、「有獨立解放的感覺」意向較高；選擇遊憩偏好則以「喜歡往山區行駛」及「喜歡往國家公園行駛」意願較高。梁上棟 (2009) 研究則發現參與者所追求的是「認真休閒」與「流暢體驗」兩大特質。林子揚 (2009) 在對臺北市籃球俱樂部的參與者研究時，將參與動機分為：1.

身心健康需求；2.成就需求；3.社會需求；4.心理需求；5.分享需求。其研究結果顯示參與者人口統計變項對參與動機、持續涉入、滿意度有顯著影響，參與動機與持續涉入有顯著相關。吳坤瑤（2009）對南投縣跆拳道館學員參與動機、體驗程度、滿意度與忠誠度之研究發現，參與動機較高的構面為「增進身心健康」；體驗程度與滿意度較高之構面為「環境與服務」；忠誠度以「行為忠誠」之構面較高。許建民（2011）自行車道遊客遊憩動機對環境屬性重視與表現程度之研究-以新竹市17公里海岸線自行車道為例的研究中指出，遊客依其所重視的動機因素可劃分成積極遊憩者、健康紓壓者和漫無目的者三群。

從上述的相關文獻中發現，對於大型重機參與者動機的研究者眾，其中對參與動機的構面分類，Bread and Ragheb（1983）提出之智力性、社交性、勝任-熟練性及刺激-逃避性四項參與動機構面確實值得做為本文研究大型重機休閒運動投入者參與動機時之參考，並其研究結果對是項休閒運動產業的投入者與推動者具更多元的參考性。

第三節 參與者參與行為相關文獻之探討

消費行為在近代是廣受重視與研究的社會科學之一，如果能夠了解消費者的消費動機與決策過程，甚至是其傾向與特性，對於市場供需的發展來說，是很重要的研究課題之一。對於消費者行為的定義，Woods（1981）認為狹義的消費者行為這個術語可以定義為，是指人們在獲得他們所用的東西時所進行的活動，這些活動如選購、比較、購買和作用產品和服務。

Slama and Tashchian (1985) 則認為涉入代表一個人對於某活動或相關產品所投入的程度。Schiffman and Kanuk (1991) 認為消費者行為是人們為了滿足需求，在購買使用產品或勞務時，所涉及資訊需求、評估的處置決策和實際投入行為。Engel, Kollat and Blackwell (1993) 定義消費者行為是消費者在取得、消費及處置時所涉及的各项活動，並包括這些行動事前與事後所發生的決策在內，顯示消費者行為是一連串的活動。

高希均、林祖嘉、李誠、周行一（2002）指出社會科學的研究對象，包括了經濟活動和經濟關係之隨著資本主義商品經濟的發展。人類經濟活動的內容愈來愈複雜、豐富，專業化程度愈來愈細密；同時，各種經濟活動間、經濟活動與其他社會活動之間相互依存、相互滲透的聯繫，也愈來愈緊密。經濟效益之產生乃指各種經濟現象之間數量關係的分析，透過經濟數量的分析、計量方法包括數理經濟學、經濟數學、經濟統計學、經濟計量學等學科進行統計分析。

維基百科（2008）指出，經濟效益(Economical Benefit)是一切經濟活動的核心，是指在經濟活動中各種耗費與成果的對比，一般的計算方式是「生產總值減去生產成本」，經濟效益是評價一項經濟活動是否應進行的重要指標。

近代對於各項社會科學活動所能帶來的經濟效益評估研究相當廣泛。陳希立（1980）對太陽能系統設計與經濟評估，以評估台灣利用太陽能作能源節約之可行性。研究結果說明：太陽能預熱系統在台灣已具有商業化之價值。

黃世賢（1998）以陽明山國家公園為實證分析對象，透過對現場受訪者的問卷調查，利用假設市場評估法、旅遊成本法及兩者之組合等三種非市場評估方法，估算遊客使用陽明山國

家公園所產生之經濟效益，經實證結果顯示了在假設市場評估法、旅遊成本法、組合法可獲致不同的經濟效益值。

林喻東、劉癸君（2002）對阿里山森林遊樂區櫻花季之效益評估，主要是利用問卷訪問法在旅遊成本法上的個人模式來對阿里山森林遊樂區的櫻花季做遊憩效益的評估。採用其所得消費者剩餘為新台幣1,068.91元。在一個月的時間，阿里山櫻花季的總遊憩效益可達新台幣249,248,433.8元，研究結果代表著阿里山櫻花季對於遊客而言的吸引力。

陳英任（2004）以台東縣池上鄉地區為案例，利用條件評估法建立出不同的虛擬生態旅遊活動之虛擬市場，以外來遊客及當地遊客為研究對象，透過便利性取樣做問卷調查，得知外地遊客及當地遊客生態旅遊，願付金額及其經濟效益。研發現由統計結果得知，如果台東池上地區發展生態旅遊，外地遊客每人願意支付1,096~1,120元，以台東池上地區年平均遊客量513,658估算之，則發展生態旅遊將會帶來523,561,326~535,026,173元/年的經濟效益。

許章騰（2006）以534份有效樣本，利用決策樹的分類與回歸樹分析方法，針對醫學美容消費者的購買決策行為進行研究，對於消費者的平均消費金額與消費次數進行分析。研究結果發現，月收入大於60,000元以上者每月之平均消費金額為5,001元~30,000元，明顯高於月收入小於60,000元消費者的每月平均消費1,001元~5,000元。

楊麗靜（2007）透過問卷調查與實地勘查，進行分析以瞭解東石漁人碼頭遊客之遊憩行為，並利用旅遊成本法與條件評估法評估其發展遊憩所衍生之經濟效益，結果顯示旅遊成本法之遊憩效益為1,698.61元/年/人；條件評估法之遊憩效益為

662.38元/年/人。東石漁人碼頭遊客人次若以2006年推估之361,996人來計算，其經濟效益：旅遊成本法為6億1,489萬元，條件評估法為2億3,977萬元，顯示本漁港在多功能利用上可發揮顯著之經濟效益。

詹博閔（2007）對大型重機參與者在認真性休閒特質與休閒動機、休閒阻礙關係之研究指出，參與者的參與頻率以每周參與的47.12%比例最高，平均每月花費則以5,000元佔49.87%的比例最高，主要活動類型以例假日型態之58.17%居首位，且月收入越高之大型重機參與者所擁有的大型重機車輛數量越多。

黃郁雅（2008）以問卷調查法進行對於瞭解2007年全國運動會參與者的參與特性和對於主辦城市觀感態度的研究，並透過參與者實際消費情形推估2007年全國運動會經濟效益。研究結果發現在經濟方面的影響係參賽隊職員平均每日花費1,554.91元、當地觀眾742.64元、外縣市觀眾1,538.80元，經投入產出分析後發現所創造經濟效益為2.3倍。

王凱立（2010）在對自行車活動參與者之消費行為與行銷策略初探：以找尋自行車御宅族為目的的研究中，依據研究對象從事自行車運動的頻率與消費行為強度，將其區別為「高強度—高頻率」、「高強度—低頻率」、「低強度—高頻率」、「低強度—低頻率」四種參與類型；發現受試者消費行為主要有「產品」、「活動」、「資訊」、「價格」四個構面。研究發現，產品與價格構面並不會因為參與類型而有顯著差異。高頻率參與者在資訊構面，顯著高於低頻率參與者；「高強度—高頻率」參與者在活動構面則顯著高於其他類型。從傳統市場區隔的觀點，對高頻率自行車參與者，提供更多自行車相關資

訊是有效的；對高頻率—高強度參與者提供更多自行車活動也是必要的。

綜合本節所載學者對於各種不同類型的社會科學相關研究之經濟效益評估方法，利用問卷調查後再運用包括如市場評估法、非市場估價法、旅遊成本法、條件評估法等評估方式來評估消費者的消費行為，均可獲致經濟效益值的研究成果。因此利用問卷調查法進行本研究大型重型機車參與者消費行為及其消費值確實可為適用方法。

第四節 本章總節

綜合本章各節所述的文獻，對於活動參與者屬性、參與動機、活動期望效益與活動消費行為相關研究進行整理分析後發現其相對關聯性的存在，對於本文所欲研究之大型重機活動者的相關研究，實有相當大的助益。故本研究將結合相關文獻所探及的議題，探求大型重型機車參與者的各項影響之研究。

針對過去研究中對於參與者屬性相關文獻之探討包括：李富祥（2007）、謝政毓（2008）、林仲曄（2009）、林育潤（2009）、梁上棟（2009）與李宗霖（2011）所做之研究，其結論為：大型重機參與者在性別上以男性居多，年齡層則大多數為於 21 歲~40 歲的族群。月收入方面，則介於 20,000 元~60,000 元之間。而對於參與者動機相關文獻之探討，眾多學者（如：陳昭明，1981；張春興，1989；Whitehead and Corbin, 1991；李銘輝，1991；張逸民，1999；詹博閔，2007；吳家瑞，2008；李柏宏，2008；梁上棟，2009；許宇中，2009；

林育潤，2009）的研究方向多集中於投入該項休閒運動的動機，對於大型重機運動在休閒產業相關的經濟性問題研究則較為罕見。最後在參與者參與行為相關文獻之探討上，不同學者（如：陳希立，1980；黃世賢，1998；高希均、林祖嘉、李誠、周行一，2002；陳英任，2004；林喻東、劉癸君，2002；許章騰，2006；楊麗靜，2007；黃郁雅，2008）在其研究指出，不同類型的社會科學對於參與者消費行為之研究，均可以經濟效益評估方法，包括如市場評估法、非市場估價法、旅遊成本法、條件評估法來評估因參與者其消費行為所產生的經濟效益值。

第參章 研究方法

本章共分為六節，分別介紹本文的研究對象、取樣方式與期間、樣本數、研究工具、研究設計與研究方法。第一節介紹本文的研究架構與研究流程；第二節針對本研究假設進行說明；第三節則對本研究所選用的工具進行操作說明；第四節為量表預試分析；第五節說明本研究之研究對象與抽樣；第六節說明本研究所採用之統計分析方法。

第一節 研究架構與研究流程

本研究依照研究背景以及研究問題，在文獻回顧時並參考過其他學者進行過的相關文獻探討後，針對本文的主題設定出本研究的架構與流程進行介紹及說明如下：

一、研究架構

本文研究之目的旨在大型重機休閒運動參與者在參與動機及參與行為之差異情形，在架構上包括了參與者基本資料變項、參與動機、參與行為三項，茲將研究架構整理如圖 3-1 所示：

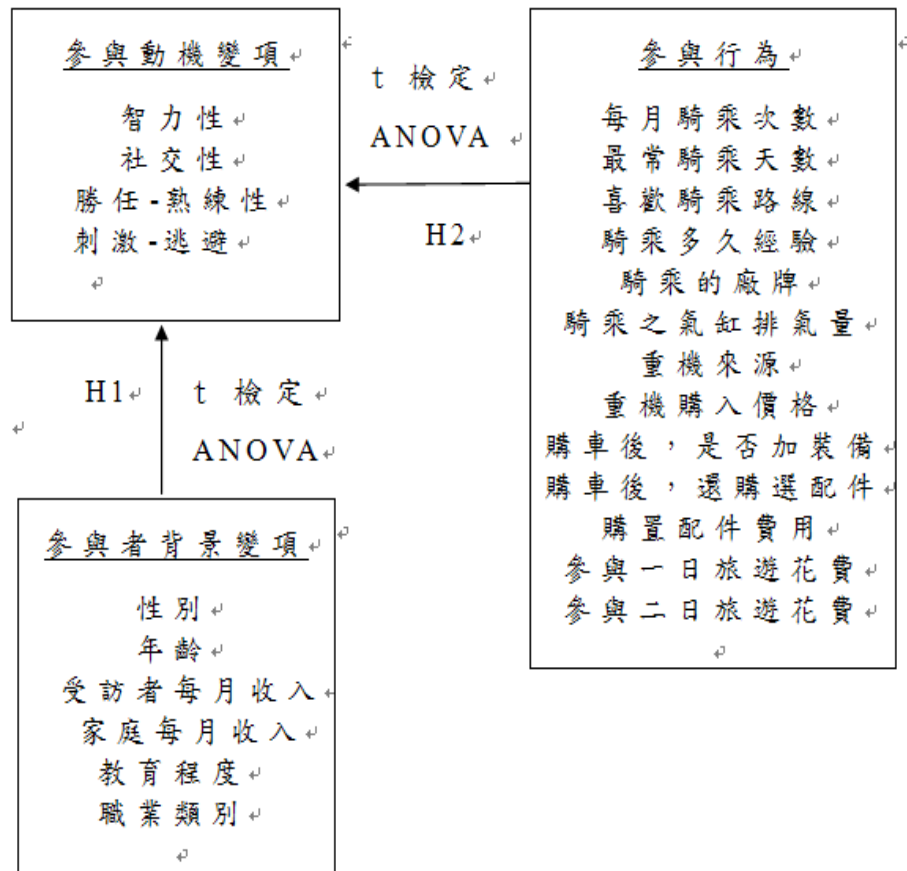


圖 3-1 研究架構圖

二、研究流程

由於本研究使用問卷調查法進行與研究目的相關之調查，故最終結果亦將透過所得之問卷進行分析並探討出結論與建議。本文將研究的進程序制定流程如圖 3-2 所示：

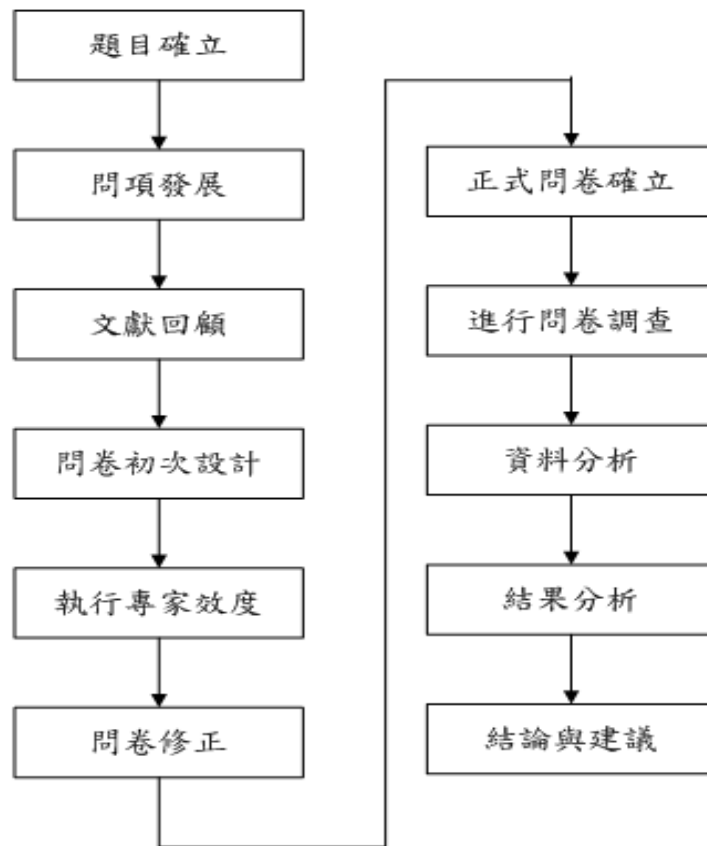


圖 3-2 研究流程圖

第二節 研究假設

本研究根據第一章研究目的、研究問題與第三章研究架構，提出以下的研究假設：

H1：不同的參與者背景變項在參與動機變項上沒有顯著差異

。

H1-1：不同性別在參與動機變項上沒有顯著差異。

H1-2：不同年齡在參與動機變項上沒有顯著差異。

H1-3：不同受訪者每月收入在參與動機變項上沒有顯著差異。

H1-4：不同家庭每月收入在參與動機變項上沒有顯著差異。

H1-5：不同教育程度在參與動機變項上沒有顯著差異。

H1-6：不同職業類別在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2：不同的參與行為變項在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-1：不同每月騎乘次數在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-2：不同受訪騎乘天數在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-3：不同喜歡騎乘路線在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-4：不同騎乘多久經驗在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-5：不同騎乘的廠牌在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-6：不同騎乘之氣缸排氣量在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-7：不同重機來源在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-8：不同重機購入價格在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-9：不同購車後，是否加裝備在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-10：不同購置配件費用在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-11：不同參與一日旅遊花費在參與動機變項上沒有顯著差異。

H2-12：不同參與二日旅遊花費在參與動機變項上沒有顯著差異。

著差異。

第三節 研究工具

本研究之調查工具為「大型重型機車騎士參與動機與行為之研究調查問卷」，在問卷編製內容完成後，將委請 3 至 5 位專家審度問卷的信效度，而問卷編制內容包括有三大部分，茲分述如下：

一、個人基本資料

此一部分在資料的選取上，以本研究將欲分析的大型重機參與者社經地位為主要內容，包括了性別、年齡、教育程度、職業、收入等。

二、大型重機參與動機調查

為知悉參與者投入本項休閒運動的動機，故制定此一部分的問卷內容以進行研究的分析。問卷內容方向以 Bread and Ragheb (1983) 提出之智力性、社交性、勝任-熟練性及刺激-逃避性四項參與動機構面做為本文研究大型重機休閒運動投入者參與動機之特性分類為主，再形成不同題目以進行投入動機之分析研究。

三、大型重機參與行為調查

此部分的問卷係對於受訪者投入大型重型機車各項休閒運動時所願意支付的各項費用、騎乘喜好路線等大型重機品牌、價格及各項配備購置消費狀況進行調查。

四、信效度考驗

信度 (Reliability) 即可靠性，它是指採用同樣的方法對同一對象重複測量時所得結果的一致性程度。信度指標多

以相關係數表示，大致可分為三類：穩定係數（跨時間的一致性），等值係數（跨形式的一致性）和內在一致性係數（跨項目的一致性）。效度（Validity）即有效性，它是指測量工具或手段能夠準確測出所需測量的事物的程度。在效度的分類上，則包含有內容效度、準則效度和建構效度。

黃燕忠（2008）問卷調查法在研究領域中是相當廣泛被採用的一種調查方法，透過問卷調查法進行研究而要達到成果具科學化、嚴謹化的程度與目的，問卷的信度與效度分析便為檢驗問卷的有效性不可或缺的分析項目。為求問卷具有較高的可靠性和有效性，在正式問卷形成前，必須對問卷進行試測，且將試測所得結果進行信度和效度分析，根據分析結果篩選問卷題項，調整問卷架構，進而提高問卷的信度和效度。

本研究對於問卷效度的考驗，以正式發函鑑請專家學者對問卷就架構面、題目適性程度及用字遣詞上進行審度並提供建議，再經修正整理後始完成本研究問卷之內容效度。為推求大型重機休閒運動所可能產生的經濟現況，由於消費者調查法係針對消費者在一系列的假設問題下，藉問卷方式來獲得其願意支付之代價，與其他方法相較之下較能符合本研究對經濟現況的推估，故本研究將採用消費者調查法進行經濟現況的相關研究。

第四節 量表預試分析

本研究之預試樣本，以嘉義市有大型重型機車之車友為研究對象進行問卷發放，問卷施測方式採立意抽樣方式進

行；而在預試問卷發放之樣本數上，吳明隆、涂金堂（2007）指出預試對象人數應以問卷中最多題項之「分量表」的 3-5 倍人數為原則，本研究在參與動機量表部分設計為 30 題，因此預試問卷發放數為 90-150，本研究為能讓預試問卷結果更嚴謹，預試問卷共發出 150 份，總計回收問卷 140 份，經剔除填答不完整與規律性填答之無效問卷後，有效預試問卷 127 份。

一、量表預試

問卷資料回收並彙整後，經描述性統計分析、項目鑑別力分析、項目分析與探索性因素分析等統計分析方法之考驗後，並依據其結果作為題項刪減之依據。此外，本研究採用探索性因素分析（Exploratory Factor Analysis）作為題項刪減之分析工具，而在題項刪減之依據上，本研究採用探索性因素分析中之因素負荷量高低為基準，Hair, Black, Babin and Anderson (2010) 指出因素負荷量高低會隨著樣本大小而產生變化，當樣本數大於 120 份時，則負荷量應設定為 .50，亦即當該題項負荷量小於 .50 時，則該題項予以刪除。由於本研究之預試樣本為 127 份介於 Hair Jr. et al. (2010) 所提樣本數為 120 至 150 份之間，而因素負荷量應為 .50 至 .45 之間；為讓本研究預試問卷之品質得以提升，因此將因素負荷量訂為 .50 作為評估值，並以此為依據以評估參與動機量表之各題項是否需刪題。有關參與動機量表預試分析結果如下所示：

(一) 參與動機

1、描述性統計

首先在描述性統計量之平均數中，參與動機包含 4 個構面「智力性」、「社交性」、「勝任-熟練性」、「刺激-逃避性」

共 30 題問項，各題項平均值介於 3.43 至 4.25 之間；有關參與動機各題項之平均數與標準差如表 3-1 所示。

2、項目鑑別力

在參與動機各題項之項目鑑別力中，各題項之決斷值皆達顯著差異($p < .05$)，其決斷值介於 -3.96 至 -9.10 之間；有關參與動機各題項之決斷值如表 3-1 所示。

3、項目分析

在參與動機整體變項上，整體變項之 Cronbach' α 值為 0.935，而刪除該題項後之 Cronbach' α 值介於 0.930 至 0.935 之間；有關參與動機各題項之 Cronbach' α 值如表 3-1 所示。

4、探索性因素分析

在參與動機各題項之因素負荷量上，在各題項經由探索性因素分析所產生之因素負荷量介於 .26 至 .94 之間，其中在參與動機智力性構面之第六題與第七題，社交性之第一題與第二題之題項其因素負荷量未達到 .50 之標準，故將此四題項給予刪除；有關參與動機各題項之因素負荷量如表 3-1 所示。

表 3-1

參與動機各構面之綜合分數

構面 名稱	題 項	平均 數	標準 差	刪題後 該題項 之信度	決斷值	因素 負荷 量	刪題後 因素負 荷量
智力性	1	3.83	0.79	.932	-5.72*	.94	.93
	2	3.94	0.83	.933	-5.59*	.87	.88
	3	3.94	0.77	.933	-6.61*	.68	.67
	4	4.09	0.68	.933	-5.18*	.65	.66
	5	4.18	0.68	.934	-4.14*	.48	.50
	6	4.13	0.75	.935	-5.35*	.38	--
	7	4.25	0.60	.935	-3.96*	.31	--
	8	4.05	0.72	.935	-4.26*	.26	--
	9	3.88	0.82	.934	-5.14*	.35	--
	10	3.46	1.03	.933	-6.13*	.90	.91
社交性	11	3.43	1.07	.933	-6.70*	.91	.91
	12	4.21	0.70	.933	-6.92*	.53	.52
	13	4.12	0.79	.932	-6.72*	.52	.50
	14	3.99	0.83	.932	-6.58*	.54	.53
	15	4.19	0.76	.932	-8.95*	.60	.60
	16	4.08	0.83	.931	-6.92*	.73	.73
勝任 - 熟練性	17	4.00	0.95	.931	-7.31*	.71	.71
	18	3.84	0.90	.930	-8.47*	.71	.71
	19	3.92	0.89	.931	-7.74*	.76	.76
	20	4.18	0.72	.932	-5.66*	.64	.64

(續 下 頁)

構面 名稱	題 項	平均 數	標準 差	刪題後 該題項 之信度	決斷值	因素 負荷 量	刪題後 因素負 荷量
刺激 - 逃避性	21	4.10	0.76	.933	-6.18*	.56	0.56
	22	3.97	0.83	.932	-6.21*	.75	.75
	23	4.14	0.78	.932	-6.47*	.69	.69
	24	4.07	0.83	.932	-7.49*	.69	.69
	25	3.67	1.04	.931	-9.10*	.70	.70
	26	4.19	0.80	.932	-6.73*	.68	.68
	27	4.13	0.77	.933	-6.20*	.63	.63
	28	4.18	0.75	.933	-6.83*	.61	.61
	29	3.79	1.09	.931	-8.22*	.73	.73
	30	3.82	1.21	.932	-7.80*	.66	.66

註：1.決斷值 * $p < .05$

2.刪題之前第一分量表之 α 值為 .935

第五節 研究對象與抽樣

本研究問卷施測對象主要針對中部地區騎乘大型重型機車及參與大型重型機車旅遊活動之車友為研究對象進行問卷調查；問卷施測針對中部地區：臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市之大型重型機車車友進行調查；在問卷調查方式上，本研究在問卷施測前先電話詢問中部地區各廠牌大型重型機車營業所台中市之迪克（88份）、中驥重機行（70份），彰化縣安城重機行（52份），嘉義縣嘉大重機行（38份）、

碩文重機公司（46份），嘉義市亞特重機專業保修廠（32份）經詢問後願意配合郵寄問卷，發放問卷請忠實騎士填答，合計發放326份；此外，本研究同時針對中部地區觀光景點進行實地問卷發放，南投縣集集（10份）、日月潭（32份）、埔里（20份），彰化縣松柏嶺（30份），雲林縣梅山（16份）、古坑（8份），嘉義縣沭水（15份）、大埔（19份）、烏山頭水庫（24份），合計發放174份，針對針對大型重型機車車友參與旅遊活動之相關行為者進行問卷施測；而在抽樣方式上，本研究採用立意抽樣方式進行。

此外，在正式問卷發放樣本數上，由於中部地區參與大型重型機車旅遊活動之車友母群體未知，因此，本研究以黃俊英（2000）所建議之「絕對精密度」估算本研究所需樣本數，此估算公式如下：

$$n = \left(\frac{Z}{e}\right)^2 \times p \times q = \left(\frac{1.96}{0.05}\right)^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5) = 384$$

本研究將信賴區間訂定為95%（ p 值母體比例為0.5， e 值為可容忍的誤差0.05， Z 值為可靠度的標準差1.96），容許樣本與母體的誤差訂定為5%，在此條件下經上述公式計算得，有效問卷數必須達到384份以上，為讓本研究有效問卷能回收到384份以上，因此本研究正式問卷預計發放問卷500份，其中郵寄問卷發放326份，實地問卷發放174份。

本研究問卷係以郵寄問卷或實地發放問卷方式進行問卷施測，共發出500份問卷，施測結果共計回收465份問卷，剔除無效樣本69份，有效樣本396份，有效樣本回收率85.2%。

第六節 資料處理與分析

本研究回收問卷後，首先以人工檢視回答不完整之問卷並剔除該類無效問卷，再將有效問卷進行編碼與資料建檔。有效資料電腦建檔完成後，使用 SPSS for Windows 12.0 版套裝軟體為研究資料的分析工具，進行資料統計變項的分佈與分析。本研究資料分析後使用的統計分析方法如下：

一、描述性統計：

根據次數分配與百分比來了解參與者基本資料各變項的分佈情況。

二、以平均數與標準差來描述大型重型機車參與者參與動機及參與行為之情形。

三、應用獨立樣本 t 檢定探討不同背景變項（如：性別）及參與行為對參與動機及其各構面間之差異情形。

四、以單因子多變量變異數分析 (One Way Analysis of Variance, ANOVA) 分析不同參與者背景資料及參與行為在參與動機及其各構面間之差異情形。

五、因素分析 (Exploratory Factor Analysis) 驗證量表之建構效度；將各變項中所有題項投入分析，根據各題項在該變項上之因素負荷量，來解釋各題項與因素間的相互關係。

六、本研究統計分析資料的顯著水準訂定為 $\alpha \leq 0.05$ ，在 $\alpha \leq 0.05$ 即為達到顯著水準，以進行群組間之差異性考驗。

第肆章 結果與討論

本章旨在針對問卷調查結果進行資料統計分析，並根據統計分析結果進行討論，共分為以下六節進行探討：第一節人口統計變項現況分析與討論；第二節為大型重型機車參與者參與行為現況分析；第三節為大型重型機車參與動機現況分析；第四節為人口統計變項在大型重型機車參與動機上之差異分析；第五節為不同大型重型機車參與者參與行為在參與動機上差異分析；第六節為綜合討論。

第一節 人口統計變項現況分析與討論

本研究將問卷調查受訪樣本之人口統計變項分佈情形彙整如表4-1所示，其結果分析與討論之內容如下：

- 一、性別：受訪者男性人數多於女性人數，男性319位（佔80.6%），女性77位（佔19.4%）。
- 二、年齡：受訪者年齡以31-40歲者居多，共149位（佔37.6%），其次為：21-30歲者為118位（佔29.8%），41-50歲者為79位（佔19.9%）。
- 三、每月收入：受訪者每月收入以20,001元～30,000元者居多，共103位（佔26.0%），其次為：30,001元～40,000元者為90位（佔22.7%），50,001元～60,000元者為55位（佔13.9%）。
- 四、家庭每月收入：受訪者家庭每月收入以30,001元～40,000元者居多，共84位（佔21.2%），其次為：70,001元～80,000元者為53位（佔13.4%），40,001元～50,000元與者為50

位（佔 12.6%），60,001 元～70,000 元與 100,001 元以上者為 49 位（佔 12.4%）。

五、教育程度：受訪者教育程度以大學（技術學院）畢業者居多，共 157 位（佔 39.6%），其次為：專科畢業者為 71 位（佔 17.9%），研究所畢業者為 67 位（佔 16.9%）。

六、職業：受訪者職業以服務業者居多，共 129 位（佔 32.6%），其次為：商業者為 48 位（佔 12.1%），工業者為 42 位（佔 10.6%）。

表 4-1

人口統計變項統計表

背景變項	類別	樣本數	百分比	總人數	總百分比
性別	男性	319	80.6	396	100%
	女性	77	19.4		
年齡	20 歲以下	22	5.6	396	100%
	21 歲～30 歲	118	29.8		
	31 歲～40 歲	149	37.6		
	41 歲～50 歲	79	19.9		
	51 歲～60 歲	22	5.6		
	61 歲～70 歲	4	1.0		
	71 歲以上	2	0.5		
每月收入	20,000 元以下	21	5.3	396	100%
	20,001 元～30,000 元	103	26.0		
	30,001 元～40,000 元	90	22.7		
	40,001 元～50,000 元	42	10.6		
	50,001 元～60,000 元	55	13.9		
	60,001 元～70,000 元	44	11.1		

（續下頁）

背景變項	類別	樣本數	百分比	總人數	總百分比
家庭 每月 收入	70,001 元~80,000 元	14	3.5	396	100%
	80,001 元以上	27	6.8		
	30,000 元以下	36	9.1		
	30,001 元~40,000 元	84	21.2		
	40,001 元~50,000 元	50	12.6		
	50,001 元~60,000 元	28	7.1		
	60,001 元~70,000 元	49	12.4		
	70,001 元~80,000 元	53	13.4		
	80,001 元~100,000 元	47	11.9		
	100,001 元以上	49	12.4		
	研究所以上	22	5.6		
	研究所畢業	67	16.9		
教育 程度	大學（技術學院）畢業	157	39.6	396	100%
	專科畢業	71	17.9		
	高中畢業	22	5.6		
	高職畢業	49	12.4		
	國中畢業	6	1.5		
	國小畢業	2	0.5		
	學生	8	2.0		
	軍警人員	22	5.6		
職業	公務人員	36	9.1	396	100%
	教師	32	8.1		
	律師	2	0.5		
	醫師	6	1.5		

(續 下 頁)

背景變項	類別	樣本數	百分比	總人數	總百分比
	自由業	46	11.6		
	服務業	129	32.6		
	商業	48	12.1		
	工業	42	10.6		
	農、林、漁、牧業	17	4.3		
	退休人員	2	0.5		
	家管	4	1.0		
	其他	2	0.5		

第二節 大型重型機車參與者參與行為現況分析

本研究將問卷調查受訪者對於大型重型機車休閒旅遊參與行為現況分佈情形彙整如表4-2所示，其結果分析與討論之內容如下：

- 一、平均每月從事大型重型機車休閒旅遊的次數：受訪者平均每月從事大型重型機車休閒旅遊的次數以三次（含）以上者居多為160位（佔40.4%），其次為一次者有122位（佔30.8%），二次者為114位（佔28.8%）。
- 二、最常從事的大型重型機車休閒旅遊天數：受訪者最常從事的大型重型機車休閒旅遊天數以一日遊者居多為233位（佔58.8%），其次為二日遊者有106位（佔26.8%），三日（含）以上之旅遊活動者為57位（佔14.4%）。
- 三、個人喜歡的騎乘路線：受訪者個人喜歡的騎乘路線以山路者最多，有153位（佔38.6%），其次為濱海公路者為98位

(佔24.7%)，省道者為86位(佔21.7%)。

- 四、騎乘大型重型機車有多久的經驗：受訪者騎乘大型重型機車之經驗以1-2年者最多，有107位(佔27.0%)，其次為3-4年者有101位(佔25.5%)，1年以下者有72位(佔18.2%)。
- 五、目前所騎乘之重機為何種廠牌：受訪者目前所騎乘之重機廠牌以HONDA者居多，有88位(佔22.2%)，其次為YAMAHA者有84位(佔21.2%)，BMW者有55位(佔13.9%)，DUCATI者有52位(佔13.1%)。
- 六、目前所騎乘之重機氣缸排氣量：受訪者目前所騎乘之重機氣缸排氣量以751c.c-1000c.c者居多，有115位(佔29.0%)，其次為501c.c-750c.c者有110位(佔27.8%)，1001c.c以上有103位(佔26.0%)，500c.c以下者有46位(佔11.6%)。
- 七、目前所騎乘之重機為：受訪者目前所騎乘之重機為自有者居多，有312位(佔78.8%)，向親友借來者有68位(佔17.2%)，租用車者有12位(佔3.0%)，而租用車之租金平均為52,750元，標準差50,626.79元。
- 八、重型機車之購入價格：受訪者願意(或當初)花費在大型重型機車的購入價格以40萬~49.9萬者居多，共71位(佔17.9%)，其次30萬以下者為68位(佔17.2%)，60萬~69.9萬者為59位(佔14.9%)。
- 九、在購入新車後，是否加裝其他裝備：有209位(佔52.8%)受訪者在購入新車後，不會加裝其他裝備；但仍有183位(佔46.2%)受訪者在購入新車後，會加裝其他裝備，且加裝(含改裝)費用約70,750.30元(如表4-3所示)。
- 十、購置大型重型機車後，還購買下列那幾種配件(可複選)：受訪者在購置大型重型機車後，最主要選購的配件為安全

帽為330人次(佔25.4%)，其次為皮製手套為272人次(佔20.9%)，防摔衣為248人次(佔19.1%)。

十一、花費在購置上述配件的費用：受訪者花費在購置上述配件的費用以30,001元~40,000元者居多為113位(佔28.5%)，其次為40,001元~50,000元者為71位(佔17.9%)，30,000元以下者為62位(佔15.7%)。

十二、參與大型重型機車一日遊的活動時，包含油、餐費用每次最多願意花費金額：受訪者每次最多願意花費1,500元~1,999元為123位(佔31.1%)，其次願意花費費用為2,000元~2,499元為79位(佔19.9%)，1,500元以下者為78位(佔19.7%)，3,000元以上者為76位(佔19.2%)。

十三、參與大型重型機車二日以上的旅遊活動時，包含油、餐、住宿及娛樂費用每次最多願意花費金額：受訪者每次最多花費3,000元~3,999元為131位(佔33.1%)，其次為3,000元以下者為58位(佔14.6%)，6,000元~6,999元者為57位(佔14.4%)，4,000元~4,999元者為56位(佔14.1%)。

表 4-2

大型重型機車休閒旅遊活動參與行為變項統計表

背景變項	類別	樣本數	百分比	總人數	總百分比
每月從事機車休閒旅遊的次數	一次	122	30.8	396	100%
	二次	114	28.8		
	三次(含)以上	160	40.4		
從事重型機車休閒旅遊天數	一日遊	233	58.8	396	100%
	二日遊	106	26.8		
	三日(含)以上之旅遊活動	57	14.4		
	山路	153	38.6		
個人喜歡的騎乘路線	省道	86	21.7	396	100%
	濱海公路	98	24.7		
	快速道路	55	13.9		
	其他	4	1.0		
騎乘重型機車之經驗	1年以下	72	18.2	396	100%
	1-2年	107	27.0		
	3-4年	101	25.5		
	5-6年	48	12.1		
	6年以上	60	15.2		
	未填答	8	2.0		
目前騎乘廠牌	BMW	55	13.9	396	100%
	Ducati	52	13.1		

(續下頁)

背景變項	類別	樣本數	百分比	總人數	總百分比
氣缸排 氣量	HONDA	88	22.2	396	100%
	Kawasaki	44	11.1		
	Suzuki	44	11.1		
	Triumph	2	0.5		
	YAMAHA	84	21.2		
	SYM	6	1.5		
	宏佳騰	6	1.5		
	未填答	15	3.8		
	500c.c 以下	46	11.6		
	501c.c-750c.c	110	27.8		
騎乘之 重機為	751c.c-1000c.c	115	29.0	396	100%
	1001c.c 以上	103	26.0		
	未填答	22	5.6		
	自有	312	78.8		
重型機車 之購入價 格	向親友借來	68	17.2	396	100%
	租用車	12	3.0		
	未填答	4	1.0		
	30 萬以下	68	17.2		
	30 萬~39.9 萬	52	13.1		
	40 萬~49.9 萬	71	17.9		
	50 萬~59.9 萬	53	13.4		
	60 萬~69.9 萬	59	14.9		
70 萬~79.9 萬	46	11.6			
	80 萬以上	47	11.9		

(續 下 頁)

背景變項	類別	樣本數	百分比	總人數	總百分比
購車後是	否	209	52.8		
否加裝其	是	183	46.2	396	100%
他裝備	未填答	4	1.0		
	安全帽	330	25.4		
購置重型	賽車皮衣	136	10.5		
機車後，還	防摔衣	248	19.1		
會購買何	皮製手套	272	20.9	396	100%
種配件（可	騎士專用車靴	196	15.1		
複選）	防風眼鏡	87	6.7		
	其他	20	15.0		
	無	12	0.9		
	30,000 元以下	62	15.7		
	30,001 元～40,000 元	113	28.5		
	40,001 元～50,000 元	71	17.9		
花費購置	50,001 元～60,000 元	39	9.8		
配件之費	60,001 元～70,000 元	46	11.6	396	100%
用總計	70,001 元～80,000 元	18	4.5		
	80,001 元～100,000 元	24	6.1		
	100,001 元以上	21	5.3		
	未填答	2	0.5		
參與重型	1,500 元以下	78	19.7		
機車一日	1,500 元～1,999 元	123	31.1	396	100%
遊，每次最	2,000 元～2,499 元	79	19.9		
多願意花	2,500 元～2,999 元	40	10.1		

(續 下 頁)

背景變項	類別	樣本數	百分比	總人數	總百分比
費之金額	3,000 元以上	76	19.2	396	100%
	3,000 元以下	58	14.6		
參與重型機車二日	3,000 元~3,999 元	131	33.1		
	4,000 元~4,999 元	56	14.1		
以上，每次最多願意	5,000 元~5,999 元	52	13.1		
	6,000 元~6,999 元	57	14.4		
花費之金額	7,000 元~7,999 元	16	4.0		
	8,000 元以上	26	6.6		

第三節 大型重型機車參與者參與動機現況分析

本節將針對大型重型機車參與動機現況進行分析，分析參與動機各變項的平均數與標準差之分佈情形，以瞭解樣本在各相關變項的分部與反應情形。

在 396 位受訪者中，對於大型重型機車參與動機的問題同意程度方面，在「智力性」、「社交性」、「勝任-熟練性」與「刺激-逃避性」四構面之平均值分別為：4.04、3.91、4.07、4.02，標準差分別為：0.58、0.61、0.55、0.60，顯示四構面參與動機之實際觀點介於「普通」到「同意」之間；再從整體的「參與動機」的平均值為 4.01 來看，顯示受查者對於參與動機之認知普遍上是趨向同意的，有關上述之內容如表 4-3 所示。

表 4-3

受查者對大型重型機車參與動機的平均值及標準差

	平均數	標準差
智力性	4.04	0.58
社交性	3.91	0.61
勝任-熟練性	4.07	0.55
刺激-逃避性	4.02	0.60
整體參與動機	4.01	0.49

在大重型機車參與動機各主要題項之同意程度上，單題平均數最高的前五題項依序為：

- 16、參與大型重型機車休閒旅遊活動能獲得身體與心寧的舒適、輕鬆，單題平均數4.18分。
- 8、參與大型重型機車休閒旅遊活動可以結交更多的新朋友，單題平均數4.16分。
- 23、參與大型重機休閒旅遊活動是為了解除緊張的生活壓力，單題平均數4.15分。
- 19、參與大型重型機車休閒旅遊活動能獲得心理的滿足感，單題平均數4.14分。
- 22、參與大型重機休閒旅遊活動是為了改善工作上的壓力，單題平均數4.14分。
- 20、參與大型重型機車休閒旅遊活動是為了充分運用我的休閒時間，單題平均數4.14分。
- 24、參與大型重機休閒旅遊活動可以讓我暫時忘記不愉快的事，單題平均數4.14分。

單題平均數最低の後五題項依序為：

6、參與大型重機騎乘休閒旅遊活動因為可以得到別人認同及讚揚，單題平均數3.63分。

7、參與大型重機騎乘休閒旅遊活動是因為可以得到別人的讚揚，單題平均數3.65分。

21、參與大型重機休閒旅遊活動是為了追求與眾不同，單題平均數3.75分。

26、參與大型重機休閒旅遊活動是為了追求速度感，單題平均數3.84分。

25、參與大型重機休閒旅遊活動是因為新鮮、刺激、好奇，單題平均數3.87分。

有關參與動機之各題項之同意程度平均值、標準差與排序之詳細內容如表4-4所示。

表4-4

參與動機之同意程度平均值、標準差與排序

項次	題項	平均值	標準差	排序
16	參與大型重型機車休閒旅遊活動能獲得身體與心寧的舒適、輕鬆	4.18	0.71	1
8	參與大型重型機車休閒旅遊活動可以結交更多的新朋友	4.16	0.73	2
23	參與大型重機休閒旅遊活動是為了解除緊張的生活壓力	4.15	0.76	3
19	參與大型重型機車休閒旅遊活動能獲得心理的滿足感	4.14	0.79	4

(續下頁)

項次	題項	平均值	標準差	排序
22	參與大型重機休閒旅遊活動是為了改善工作上的壓力	4.14	0.74	5
20	參與大型重型機車休閒旅遊活動是為了充分運用我的休閒時間	4.14	0.77	6
24	參與大型重機休閒旅遊活動可以讓我暫時忘記不愉快的事	4.14	0.77	7
11	參與大型重型機車休閒旅遊活動可以培養良好社交互動關係	4.13	0.75	8
9	參與大型重型機車休閒旅遊活動可以拓展個人的視野	4.12	0.76	9
17	參與大型重型機車休閒旅遊活動可以建立愉快的心情	4.11	0.78	10
12	參與大型重型機車休閒旅遊活動可以建立社會人際關係	4.1	0.75	11
5	參與大型重機休閒旅遊活動是為了學習更好的騎乘技巧	4.09	0.7	12
3	參與大型重機休閒旅遊活動可以超越自我或挑戰的樂趣	4.06	0.73	13
18	參與大型重型機車休閒旅遊活動可獲得能力範圍內的成就感	4.03	0.85	14
13	參與大型重型機車休閒旅遊活動使我有歸屬某一團體的感覺	4.02	0.89	15
1	參與大型重機休閒旅遊活動是為了培養及發揮自己的運動能力	4.02	0.79	16

(續下頁)

項次	題項	平均值	標準差	排序
4	參與大型重機休閒旅遊活動可以享受挑戰的樂趣	4.01	0.79	17
2	參與大型重機休閒旅遊活動是為了發揮自己的運動能力	4.01	0.81	18
10	參與大型重型機車休閒旅遊活動對個人的事業發展具正面效果	4	0.83	19
15	參與大型重型機車休閒旅遊活動提高了我個人的自信心	3.98	0.85	20
14	參與大型重型機車休閒旅遊活動可以挑戰身心的極限	3.96	0.87	21
25	參與大型重機休閒旅遊活動是因為新鮮、刺激、好奇	3.87	1.00	22
26	參與大型重機休閒旅遊活動是為了追求速度感	3.84	1.12	23
21	參與大型重機休閒旅遊活動是為了追求與眾不同	3.75	0.98	24
7	參與大型重機騎乘休閒旅遊活動是因為可以得到別人的讚揚	3.65	0.98	25
6	參與大型重機騎乘休閒旅遊活動因為可以得到別人認同及讚揚	3.63	0.89	26

第四節 人口統計變項在大型重型機車 參與動機上之差異分析

本節旨在考驗假設一，以獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析探討不同背景變項（包括：性別、年齡、每月收入、家庭每月收入、教育程度、職業）的受訪者在大型重型機車參與動機上的差異。若單因子變異數達顯著 ($p < .05$) 時，則以 Scheffe 法進行事後比較。

一、不同性別受訪者在參與動機的差異性分析

本研究藉由不同性別的受訪者在大型重型機車參與動機的獨立樣本 t 考驗分析，可以發現不同性別的受訪者與大型重型機車參與動機之智力性、社交性與刺激-逃避性等構面間皆達統計顯著差異 ($p < .05$)。顯示不同性別的受訪者在智力性、社交性與刺激-逃避性等構面有顯著差異存在。意即受訪者性別的不同，會影響大型重型機車參與動機之智力性、社交性與刺激-逃避性的重視，且男性比較重視。然而不同性別之受訪者與勝任-熟練性構面間未達統計顯著差異 ($p > .05$)，意即不同性別之受訪者不會影響大型重型機車參與動機之勝任-熟練性。不同性別受訪者在參與動機各構面之差異分析如表 4-5 所示。

表 4-5

不同性別受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	<i>t</i> 值	<i>p</i> 值
智力性	男性	4.10	0.55	4.518	.000
	女性	3.76	0.61		
社交性	男性	3.95	0.60	2.443	.016
	女性	3.76	0.63		
勝任-熟練性	男性	4.09	0.56	1.600	.112
	女性	3.98	0.53		
刺激-逃避性	男性	4.05	0.60	2.026	.045
	女性	3.89	0.62		

二、不同年齡的受訪者在參與動機的差異性分析

本研究使用單因子變異數分析來了解不同年齡、每月收入、家庭每月收入、教育程度、職業等方面與大型重型機車參與動機間的差異性。

按照不同年齡進行比較，將年齡調查資料分為：20歲以下、21歲～30歲、31歲～40歲、41歲～50歲、51歲～60歲、61歲～70歲、71歲以上共7個類別。以下依照不同年齡的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行年齡別的單因子變異數分析，並使用 Scheffe 法事後比較（顯著水準為 .05），以了解不同年齡之差異，結果如表 4-6 所示。

研究可以發現，不同年齡的受訪者在大型重型機車參與動機之勝任-熟練性與刺激-逃避性構面上，達統計顯著差異 ($p < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在勝任-熟練性上，年

齡為21歲~60歲者較61歲~70歲者對於勝任-熟練性的同意度較高；而在刺激-逃避性構面上，經雪費法事後比較結果得知年齡各組兩兩間無差異。此外，不同年齡之受訪者與智力性、社交性構面間未達統計顯著差異($p>.05$)，意即：不同年齡之受訪者不會影響大型重型機車參與動機之智力性、社交性。

表 4-6

不同年齡的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	20 歲以下	4.04	0.48	1.823	N/A
	21 歲 ~ 30 歲	4.10	0.49		
	31 歲 ~ 40 歲	4.00	0.65		
	41 歲 ~ 50 歲	3.99	0.59		
	51 歲 ~ 60 歲	4.20	0.48		
	61 歲 ~ 70 歲	3.30	0.35		
	71 歲以上	4.20	0.00		
社交性	20 歲以下	3.93	0.68	1.990	N/A
	21 歲 ~ 30 歲	3.85	0.59		
	31 歲 ~ 40 歲	3.91	0.66		
	41 歲 ~ 50 歲	3.95	0.49		
	51 歲 ~ 60 歲	4.20	0.66		
	61 歲 ~ 70 歲	3.20	0.23		
	71 歲以上	3.80	0.00		

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
勝任 - 熟練性	20 歲以下	3.77	0.50	4.572*	(2,3,4,5)>6
	21 歲 ~ 30 歲	4.09	0.42		
	31 歲 ~ 40 歲	4.08	0.64		
	41 歲 ~ 50 歲	4.09	0.46		
	51 歲 ~ 60 歲	4.25	0.63		
	61 歲 ~ 70 歲	3.00	0.33		
	71 歲以上	4.57	0.00		
刺激 - 逃避性	20 歲以下	3.66	0.65	3.171*	N.S
	21 歲 ~ 30 歲	4.05	0.51		
	31 歲 ~ 40 歲	4.06	0.63		
	41 歲 ~ 50 歲	3.97	0.60		
	51 歲 ~ 60 歲	4.24	0.64		
	61 歲 ~ 70 歲	3.33	1.03		
	71 歲以上	3.67	0.00		

註：1=20歲以下；2=21歲~30歲；3=31歲~40歲；4=41歲~50歲；5=51歲~60歲；6=61歲~70歲；N/A=無顯著；N.S=組間無差異

三、不同每月收入的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同每月收入進行比較，將每月收入調查資料分為：20,000元以下、20,001元~30,000元、30,001元~40,000元、40,001元~50,000元、50,001元~60,000元、60,001元~70,000元、70,001元~80,000元、80,001元以上共8個類別。以下依照

不同每月收入的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行每月收入別的單因子變異數分析，並使用 Scheffe 法事後比較（顯著水準為 .05），以了解不同每月收入之差異，結果如表 4-7 所示。

研究可以發現，不同每月收入的受訪者在大型重型機車參與動機各構面間皆未達統計顯著差異 ($p > .05$)，意即不同每月收入之受訪者不會影響大型重型機車參與動機。

表 4-7

不同每月收入的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	20,000 元以下	4.32	0.64	1.576	N/A
	20,001 元 ~ 30,000 元	4.03	0.55		
	30,001 元 ~ 40,000 元	4.12	0.56		
	40,001 元 ~ 50,000 元	4.00	0.53		
	50,001 元 ~ 60,000 元	3.94	0.66		
	60,001 元 ~ 70,000 元	3.98	0.64		
	70,001 元 ~ 80,000 元	3.86	0.50		
	80,001 元以上	3.99	0.42		
社交性	20,000 元以下	4.15	0.63	1.144	N/A
	20,001 元 ~ 30,000 元	3.93	0.63		
	30,001 元 ~ 40,000 元	3.92	0.61		
	40,001 元 ~ 50,000 元	3.76	0.71		
	50,001 元 ~ 60,000 元	3.81	0.61		
	60,001 元 ~ 70,000 元	3.94	0.51		
	70,001 元 ~ 80,000 元	4.00	0.37		
	80,001 元以上	3.96	0.58		

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
勝任 - 熟練性	20,000 元以下	4.07	0.54	0.337	N/A
	20,001 元 ~ 30,000 元	4.07	0.53		
	30,001 元 ~ 40,000 元	4.09	0.55		
	40,001 元 ~ 50,000 元	4.01	0.69		
	50,001 元 ~ 60,000 元	4.06	0.55		
	60,001 元 ~ 70,000 元	4.09	0.49		
	70,001 元 ~ 80,000 元	3.92	0.41		
	80,001 元以上	4.15	0.59		
刺激 - 逃避性	20,000 元以下	4.21	0.50	1.275	N/A
	20,001 元 ~ 30,000 元	3.97	0.63		
	30,001 元 ~ 40,000 元	4.11	0.56		
	40,001 元 ~ 50,000 元	3.95	0.66		
	50,001 元 ~ 60,000 元	4.06	0.61		
	60,001 元 ~ 70,000 元	3.88	0.64		
	70,001 元 ~ 80,000 元	4.16	0.48		
	80,001 元以上	3.96	0.60		

註：N/A=無顯著

四、不同家庭每月收入的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同家庭每月收入進行比較，將家庭每月收入調查資料分為：30,000元以下、30,001元~40,000元、40,001元~50,000元、50,001元~60,000元、60,001元~70,000元、70,001元~80,000元、80,001元~100,000元、100,001元以上共8個類別。以下依照不同家庭每月收入的受訪者對於大型重型機車參與

動機等結果進行家庭每月收入別的單因子變異數分析，並使用 Scheffe 法事後比較（顯著水準為 .05），以了解不同家庭每月收入之差異，結果如表 4-8 所示。

研究可以發現，不同家庭每月收入的受訪者在大型重型機車參與動機各構面上，皆達統計顯著差異 ($p < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在勝任-熟練性上，家庭每月收入為 30,001 元～70,000 元者較 80,001 元以上者對於勝任-熟練性的同意度較高；在刺激-逃避性構面上，每月收入為 40,001 元～50,000 元、100,001 元以上者較 80,001 元～100,000 元者對於逃避-刺激性的同意度較高；而在智力性與社交性構面上，經雪費法事後比較結果得知家庭每月收入各組兩兩間無差異。

表 4-8

不同家庭每月收入的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	30,000 元以下	4.21	0.60	2.167*	N.S
	30,001 元～40,000 元	4.12	0.49		
	40,001 元～50,000 元	3.98	0.59		
	50,001 元～60,000 元	4.04	0.53		
	60,001 元～70,000 元	4.09	0.51		
	70,001 元～80,000 元	3.91	0.60		
	80,001 元～100,000 元	3.83	0.66		
	100,001 元以上	4.09	0.60		
社交性	30,000 元以下	4.11	0.74	2.398*	N.S
	30,001 元～40,000 元	3.89	0.59		

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
勝任 - 熟練 性	40,001 元 ~ 50,000 元	3.96	0.60	4.942*	(2,3,4,5) >7>8
	50,001 元 ~ 60,000 元	3.83	0.63		
	60,001 元 ~ 70,000 元	3.91	0.44		
	70,001 元 ~ 80,000 元	3.93	0.57		
	80,001 元 ~ 100,000 元	3.64	0.72		
	100,001 元以上	4.04	0.55		
	30,000 元以下	4.08	0.65		
	30,001 元 ~ 40,000 元	4.08	0.42		
	40,001 元 ~ 50,000 元	4.08	0.58		
	50,001 元 ~ 60,000 元	4.18	0.34		
	60,001 元 ~ 70,000 元	4.15	0.39		
	70,001 元 ~ 80,000 元	4.04	0.60		
	80,001 元 ~ 100,000 元	3.69	0.68		
	100,001 元以上	4.28	0.53		
刺激 - 逃避 性	30,000 元以下	4.10	0.54	3.483*	(3,8)>7
	30,001 元 ~ 40,000 元	4.01	0.63		
	40,001 元 ~ 50,000 元	4.12	0.60		
	50,001 元 ~ 60,000 元	4.07	0.56		
	60,001 元 ~ 70,000 元	4.09	0.35		
	70,001 元 ~ 80,000 元	3.99	0.69		
	80,001 元 ~ 100,000 元	3.65	0.64		
100,001 元以上	4.16	0.58			

註：1=30,000元以下；2=30,001元~40,000元；3=40,001元~50,000元；4=50,001元~60,000元；5=60,001元~70,000元；6=70,001元~

(續下頁)

80,000元；7=80,001元～100,000元；8=100,001元以上；N.S=組間無差異

五、不同教育程度的受訪者在參與動機的差異性分析

按照教育程度進行比較，將教育程度調查資料分為：研究所以以上、研究所畢業、大學（技術學院）畢業、專科畢業、高中畢業、高職畢業、國中畢業、國小畢業共8個類別。以下依照教育程度的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行家庭每月收入別的單因子變異數分析，並使用Scheffe法事後比較（顯著水準為.05），以了解教育程度之差異，結果如表4-9所示。

研究可以發現，教育程度的受訪者在大型重型機車參與動機之社交性各構面上，未達統計顯著差異外($p < .05$)，其餘構面皆達統計顯著差異($p < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在智力性、勝任-熟練性與刺激-逃避性上，教育程度各組兩兩間無差異。

表4-9

不同教育程度的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F值	事後比較
智力性	研究所以以上	3.98	0.55	2.680*	N.S
	研究所畢業	3.84	0.61		
	大學（技術學院）	4.03	0.57		
	畢業				
	專科畢業				
	高中畢業	3.95	0.61		
	高職畢業	4.10	0.51		

（續下頁）

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
社交 性	國中畢業	4.40	0.64	1.588	N/A
	國小畢業	4.40	0.00		
	研究所以上	3.84	0.43		
	研究所畢業	3.86	0.63		
	大學（技術學院） 畢業	3.94	0.66		
	專科畢業	3.92	0.51		
	高中畢業	3.69	0.58		
	高職畢業	4.09	0.63		
	國中畢業	3.60	0.36		
	國小畢業	3.40	0.00		
勝任 - 熟練 性	研究所以上	4.18	0.35	2.311*	N.S
	研究所畢業	4.00	0.58		
	大學（技術學院） 畢業	4.14	0.55		
	專科畢業	4.04	0.38		
	高中畢業	3.77	0.54		
	高職畢業	4.11	0.67		
	國中畢業	3.67	1.06		
	國小畢業	3.71	0.00		
	研究所以上	4.24	0.31		
	研究所畢業	3.91	0.59		
刺激 - 逃避 性	大學（技術學院） 畢業	4.07	0.60	2.633*	N.S

(續 下 頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
	專科畢業	3.96	0.58		
	高中畢業	3.86	0.70		
	高職畢業	4.18	0.62		
	國中畢業	3.52	0.80		
	國小畢業	3.44	0.00		

註：N.S=組間無差異；N/A=無顯著

六、不同職業的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同職業進行比較，將職業調查資料分為：學生、軍警人員、公務人員、教師、律師、醫師、自由業、服務業、商業、工業、農、林、漁、牧業、退休人員、家管、其他共 14 個類別。以下依照不同職業的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行職業別的單因子變異數分析，並使用 Scheffe 法事後比較（顯著水準為 .05），以了解不同職業之差異，結果如表 4-10 所示。

本研究發現，不同職業的受訪者在大型重型機車參與動機各構面上，皆達統計顯著差異 ($p < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在社交性與勝任-熟練性上，職業為家管者較其他職業之受訪者對於參與動機之社交性與勝任-熟練性同意程度低；而在智力性與刺激-逃避性構面上，經雪費法事後比較結果得知職業各組兩兩間無差異。

表 4-10

不同職業的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力 性	學生	4.20	0.26		
	軍警人員	3.95	0.57		
	公務人員	3.91	0.52		
	教師	3.83	0.60		
	律師	4.20	0.00		
	醫師	4.47	0.37		
	自由業	4.13	0.63		
	服務業	4.09	0.49	2.109*	N.S
	商業	3.99	0.73		
	工業	4.22	0.64		
	農、林、漁、牧 業	3.80	0.47		
	退休人員	4.00	0.00		
	家管	3.40	0.00		
其他	3.60	0.00			

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
社交 性	學生	3.80	0.73		
	軍警人員	3.64	0.67		
	公務人員	3.99	0.44		
	教師	3.96	0.51		
	律師	3.80	0.00		
	醫師	4.27	0.27		
	自由業	4.03	0.53		(3,4,7,8,
	服務業	3.95	0.60	4.442*	9,10)>13 ;
	商業	3.88	0.69		6>13
	工業	4.07	0.62		
	農、林、漁、牧 業	3.53	0.38		
	退休人員	3.60	0.00		
	家管	2.20	0.00		
其他	3.60	0.00			

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
勝任 - 熟練 性	學生	4.07	0.28		
	軍警人員	3.94	0.59		
	公務人員	4.02	0.45		
	教師	4.13	0.38		
	律師	4.57	0.00		
	醫師	4.10	0.07		(1,3)>13 ;
	自由業	4.14	0.50		(2,9)>13 ;
	服務業	4.14	0.50	4.989*	(4,6,7,8)>13
	商業	3.98	0.72		5>13 ;
	工業	4.24	0.56		10>13
	農、林、漁、牧 業	3.76	0.42		
	退休人員	3.71	0.00		
家管	2.43	0.00			
其他	3.29	0.00			

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
	學生	4.00	0.08		
	軍警人員	3.85	0.67		
	公務人員	3.92	0.77		
	教師	4.00	0.53		
	律師	3.67	0.00		
	醫師	4.07	0.21		
刺激 - 逃避 性	自由業	4.13	0.58	3.775*	N.S
	服務業	4.05	0.51		
	商業	3.98	0.69		
	工業	4.32	0.59		
	農、林、漁、牧 業	3.71	0.43		
	退休人員	4.11	0.00		
	家管	2.56	0.00		
	其他	4.44	0.00		

註：1=學生；2=軍警人員；3=公務人員；4=教師；5=律師；6=醫師；7=自由業；8=服務業；9=商業；10=工業；11=農、林、漁、牧業；12=退休人員；13=家管；14=其他；N.S=組間無差異

第五節 不同大型重型機車參與者參與行為在 參與動機上差異分析

本節旨在考驗假設二，本節以獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析探討不同大型重型機車參與者參與行為（每月從事重型機車休閒旅遊的次數、從事重型機車休閒旅遊天數、個人喜歡的騎乘路線、騎乘重型機車之經驗、目前騎乘之廠牌、目前所騎乘重機之氣缸排氣量、騎乘之重機為等項目、願意花費在大型重型機車的購入價格、購入新車後，是否加裝其他裝備、花費在購置上述配件的費用、參與大型重型機車一日遊的活動時，包含油、餐費用每次最多願意花費、參與大型重型機車二日以上的旅遊活動時，包含油、餐、住宿及娛樂費用每次最多願意花費等項目）的受訪者在大型重型機車參與動機上的差異。若單因子變異數達顯著 ($p < .05$) 時，則以 Scheffe 法進行事後比較。

一、不同每月從事重型機車參與次數的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同每月從事重型機車參與次數進行比較，將每月從事重型機車參與次數調查資料分為：一次、二次、三次(含)以上共3個類別。以下依照不同每月從事重型機車參與次數的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行每月從事重型機車參與次數別的單因子變異數分析，並使用 Scheffe 法事後比較（顯著水準為 .05），以了解不同每月從事重型機車參與次數之差異，結果如表 4-11 所示。

研究可以發現，不同每月從事重型機車參與次數的受訪者在大型重型機車參與動機之智力性與刺激-逃避性構面上，達統計顯著差異 ($p < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，受訪者每月從事重型機車參與次數為一次者較三次(含)以上者對於大型重型機車參與動機之智力性與刺激-逃避性同意程度較

高。此外，受訪者每月從事重型機車活動的次數與參與動機之社交性與勝任-熟練性構面未達統計顯著差異($p>.05$)，意即，受訪者每月從事重型機車參與次數的不同與大型重型機車參與動機之社交性與勝任-熟練性構面無差異。

表 4-11

不同每月從事重型機車參與次數的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	一次	4.17	0.54	4.914*	1>2,3
	二次	3.97	0.47		
	三次(含)以上	3.98	0.65		
社交性	一次	3.97	0.53	1.294	N/A
	二次	3.93	0.60		
	三次(含)以上	3.86	0.67		
勝任- 熟練性	一次	4.12	0.50	1.434	N/A
	二次	4.09	0.59		
	三次(含)以上	4.01	0.56		
刺激- 逃避性	一次	4.11	0.60	3.229*	1>3
	二次	4.05	0.58		
	三次(含)以上	3.93	0.61		

註：1=一次；2=二次；3=三次(含)以上；N/A=無顯著

二、不同從事重型機車參與天數的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同從事重型機車參與天數進行比較，將從事重型機車參

與天數調查資料分為：一日遊、二日遊、三日（含）以上共三個類別。以下依照不同從事重型機車參與天數的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行從事重型機車參與天數別的單因子變異數分析，並使用Scheffe法事後比較（顯著水準為.05），以了解不同從事重型機車參與天數之差異，結果如表4-12所示。

研究可以發現，不同從事重型機車參與天數的受訪者在大型重型機車參與動機各構面上，皆達統計顯著差異($p < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，受訪者從事重型機車參與天數為一日遊者對於大型重型機車參與動機之智力性、社交性與刺激-逃避性同意程度較低。此外，經雪費法事後比較結果得知，在勝任-熟練性構面上，從事重型機車參與天數各組兩兩間無差異。

表 4-12

不同從事重型機車參與天數的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	一日遊	3.97	0.61	5.082*	3>1
	二日遊	4.07	0.53		
	三日（含）以上之 旅遊活動	4.24	0.45		
社交性	一日遊	3.83	0.61	5.346*	2>1
	二日遊	4.05	0.60		
	三日（含）以上之 旅遊活動	4.00	0.57		

（續下頁）

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
勝任 - 熟練性	一日遊	4.01	0.56	3.432*	N.S
	二日遊	4.16	0.54		
	三日(含)以上之 旅遊活動	4.15	0.51		
刺激 - 逃避性	一日遊	3.94	0.61	4.836*	2>1
	二日遊	4.14	0.53		
	三日(含)以上之 旅遊活動	4.11	0.67		

註：1=一日遊；2=二日遊；3=三日(含)以上之旅遊活動；
N.S=組間無差異

三、不同個人喜歡的騎乘路線的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同個人喜歡的騎乘路線進行比較，將個人喜歡的騎乘路線調查資料分為：山路、省道、濱海公路、快速道路、其他共5個類別。以下依照不同個人喜歡的騎乘路線的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行個人喜歡的騎乘路線別的單因子變異數分析，並使用 Scheffe 法事後比較（顯著水準為 .05），以了解不同個人喜歡的騎乘路線之差異，結果如表 4-13 所示。

研究可以發現，不同個人喜歡的騎乘路線的受訪者在大型重型機車參與動機之社交性構面上，達統計顯著差異 ($p < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在社交性構面上，個人喜歡的騎乘路線各組兩兩間無差異。此外，受訪者個人喜歡

的騎乘路線與參與動機之智力性、勝任-熟練性與刺激-逃避性構面未達統計顯著差異 ($p>.05$)，意即，受訪者個人喜歡的騎乘路線的不同與大型重型機車參與動機之智力性、勝任-熟練性與刺激-逃避性構面無差異。

表 4-13

不同個人喜歡的騎乘路線的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	山路	4.05	0.61	2.195	N/A
	省道	3.93	0.56		
	濱海公路	4.03	0.52		
	快速道路	4.13	0.59		
	其他	4.60	0.46		
社交性	山路	3.86	0.68	3.864*	N.S
	省道	3.87	0.59		
	濱海公路	3.88	0.53		
	快速道路	4.09	0.49		
	其他	4.80	0.23		
勝任 - 熟練性	山路	4.01	0.65	1.674	N/A
	省道	4.02	0.46		
	濱海公路	4.13	0.46		
	快速道路	4.17	0.51		
	其他	4.36	0.58		
刺激 - 逃避性	山路	4.03	0.63	2.213	N/A
	省道	4.03	0.55		
	濱海公路	4.00	0.65		

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
	快速道路	4.08	0.52		
	其他	3.17	0.19		

註：N.S=組間無差異；N/A=無顯著

四、不同騎乘重型機車經驗的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同騎乘重型機車經驗進行比較，將騎乘重型機車經驗調查資料分為：1年以下、1-2年、3-4年、5-6年、6年以上共5個類別。以下依照不同騎乘重型機車經驗的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行騎乘重型機車經驗別的單因子變異數分析，並使用 Scheffe 法事後比較（顯著水準為 .05），以了解不同騎乘重型機車經驗之差異，結果如表 4-14 所示。研究可以發現，不同騎乘重型機車經驗的受訪者在大型重型機車參與動機之勝任-熟練性構面上，達統計顯著差異 ($p < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在勝任-熟練性構面上，騎乘重型機車經驗為 1 年以下者較 5-6 年者對於大型重型機車參與動機之勝任-熟練性同意程度較高。此外，受訪者騎乘重型機車經驗與參與動機之智力性、社交性與刺激-逃避性構面未達統計顯著差異 ($p > .05$)，意即受訪者騎乘重型機車經驗的不同與大型重型機車參與動機之智力性、社交性與刺激-逃避性構面無差異。

表 4-14

不同騎乘重型機車經驗的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	1 年以下	4.07	0.47	1.318	N/A
	1-2 年	4.07	0.50		
	3-4 年	4.03	0.62		
	5-6 年	3.86	0.78		
	6 年以上	4.07	0.54		
社交性	1 年以下	4.01	0.50	2.251	N/A
	1-2 年	3.99	0.57		
	3-4 年	3.86	0.57		
	5-6 年	3.74	0.71		
	6 年以上	3.84	0.72		
勝任 - 熟練性	1 年以下	4.21	0.46	3.997*	1>4
	1-2 年	4.11	0.50		
	3-4 年	4.06	0.45		
	5-6 年	3.82	0.67		
	6 年以上	4.03	0.69		
刺激 - 逃避性	1 年以下	4.17	0.57	1.892	N/A
	1-2 年	4.02	0.58		
	3-4 年	3.99	0.56		
	5-6 年	3.88	0.63		
	6 年以上	3.98	0.70		

註：1=1 年以下；2=1-2 年；3=3-4 年；4=5-6 年；5=6 年以上；
N/A=無顯著

五、不同騎乘重型機車廠牌的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同騎乘重型機車廠牌進行比較，將騎乘重型機車廠牌調查資料分為：BMW、Ducati、HONDA、Kawasaki、Suzuki、Triumph、YAMAHA、SYM、宏佳騰共9個類別。以下依照不同騎乘重型機車廠牌的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行騎乘重型機車廠牌別的單因子變異數分析，並使用Scheffe法事後比較（顯著水準為.05），以了解不同騎乘重型機車廠牌之差異，結果如表4-15所示。

研究可以發現，不同騎乘重型機車廠牌的受訪者在大型重型機車參與動機各面上，皆達統計顯著差異($p<.05$)。經雪費法事後比較結果得知，在智力性構面上，騎乘重型機車廠牌為BMW者較Triumph者對於大型重型機車參與動機之智力性同意程度較高。經雪費法事後比較結果得知，在社交性、勝任-熟練性、刺激-逃避性構面上，騎乘重型機車廠牌各組兩兩間無差異。

表 4-15

不同騎乘重型機車廠牌的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	BMW	4.19	0.50	4.027*	1>6
	Ducati	3.89	0.63		
	HONDA	3.97	0.51		
	Kawasaki	3.96	0.67		
	Suzuki	4.15	0.51		
	Triumph	2.60	0.00		
	YAMAHA	4.16	0.53		

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
社交性	SYM	4.40	0.47	3.257*	N.S
	宏佳騰	4.00	0.64		
	BMW	4.11	0.56		
	Ducati	3.68	0.73		
	HONDA	3.97	0.61		
	Kawasaki	3.82	0.58		
	Suzuki	3.87	0.39		
	Triumph	3.20	0.00		
	YAMAHA	4.02	0.56		
	SYM	4.07	0.81		
勝任 - 熟練性	宏佳騰	4.40	0.64	2.196*	N.S
	BMW	4.19	0.58		
	Ducati	3.89	0.73		
	HONDA	4.15	0.39		
	Kawasaki	4.03	0.62		
	Suzuki	4.10	0.32		
	Triumph	3.43	0.00		
	YAMAHA	4.14	0.51		
	SYM	4.10	0.27		
	宏佳騰	4.38	0.45		
刺激 - 逃避性	BMW	4.26	0.46	3.423*	N.S
	Ducati	4.06	0.65		
	HONDA	4.15	0.47		
	Kawasaki	3.84	0.63		

(續 下 頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
	Suzuki	3.93	0.38		
	Triumph	3.00	0.00		
	YAMAHA	4.06	0.65		
	SYM	3.81	0.75		
	宏佳騰	4.07	0.58		

註：1= BMW；2= Ducati；3= HONDA；4= Kawasaki；5= Suzuki；6= Triumph；7= YAMAHA；8= SYM；9=宏佳騰；N.S=組間無差異

六、不同目前所騎乘重機之氣缸排氣量的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同目前所騎乘重機之氣缸排氣量進行比較，將目前所騎乘重機之氣缸排氣量調查資料分為：500c.c以下、501c.c-750c.c、751c.c-1000c.c、1001c.c以上共4個類別。以下依照不同目前所騎乘重機之氣缸排氣量的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行目前所騎乘重機之氣缸排氣量別的單因子變異數分析，並使用Scheffe法事後比較（顯著水準為.05），以了解不同目前所騎乘重機之氣缸排氣量之差異，結果如表4-16所示。

研究可以發現，不同目前所騎乘重機之氣缸排氣量的受訪者在大型重型機車參與動機之勝任-熟練性與刺激-逃避性構面上，達統計顯著差異($p < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在刺激-逃避性構面上，目前所騎乘重機之氣缸排氣量為750c.c以下者較751c.c-1000c.c者對於大型重型機車參與動機

之刺激-逃避性同意程度較高。經雪費法事後比較結果得知，在勝任-熟練性構面上，目前所騎乘重機之氣缸排氣量各組兩兩間無差異。此外，受訪者目前所騎乘重機之氣缸排氣量與參與動機之智力性、社交性未達統計顯著差異($p>.05$)，意即受訪者目前所騎乘重機之氣缸排氣量的不同與大型重型機車參與動機之智力性、社交性無差異。

表 4-16

不同目前所騎乘重機之氣缸排氣量的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	500c.c 以下	4.11	0.66	0.214	N/A
	501c.c-750c.c	4.04	0.54		
	751c.c-1000c.c	4.04	0.61		
	1001c.c 以上	4.07	0.52		
社交性	500c.c 以下	3.91	0.73	1.838	N/A
	501c.c-750c.c	3.98	0.61		
	751c.c-1000c.c	3.84	0.59		
	1001c.c 以上	4.03	0.54		
勝任 - 熟練性	500c.c 以下	4.15	0.46	3.069*	N.S
	501c.c-750c.c	4.18	0.44		
	751c.c-1000c.c	3.99	0.63		
	1001c.c 以上	4.15	0.48		
刺激 - 逃避性	500c.c 以下	4.19	0.54	4.817*	(1,2)>3
	501c.c-750c.c	4.16	0.52		
	751c.c-1000c.c	3.91	0.62		

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
	1001c.c 以上	4.10	0.54		

註：1=500c.c以下；2=501c.c-750c.c；3=751c.c-1000c.c；
4=1001c.c以上；N/A=無顯著；N.S=組間無差異

七、不同騎乘之重機來源種類的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同騎乘之重機來源種類進行比較，將騎乘之重機來源種類調查資料分為：自有、向親友借來、租用車共三個類別。以下依照不同騎乘之重機來源種類的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行騎乘之重機來源種類別的單因子變異數分析，並使用 Scheffe 法事後比較（顯著水準為 .05），以了解不同騎乘之重機來源種類之差異，結果如表 4-17 所示。

研究可以發現，不同騎乘之重機來源種類的受訪者在大型重型機車參與動機各構面上皆未達統計顯著差異 ($p > .05$)，意即，受訪者騎乘之重機來源種類的不同與大型重型機車參與動機之各構面無差異。

表 4-17

不同騎乘之重機來源種類的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	自有	4.05	0.60	0.988	N/A
	向親友借來	3.98	0.49		
	租用車	3.87	0.41		

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
社交性	自有	3.91	0.63	1.239	N/A
	向親友借來	3.92	0.52		
	租用車	3.63	0.46		
勝任 - 熟練性	自有	4.08	0.56	0.915	N/A
	向親友借來	4.04	0.54		
	租用車	3.88	0.33		
刺激 - 逃避性	自有	4.03	0.60	0.284	N/A
	向親友借來	3.99	0.67		
	租用車	3.93	0.42		

註：N/A=無顯著

八、不同重型機車之購入價格的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同重型機車之購入價格進行比較，將重型機車之購入價格調查資料分為：30萬以下、30萬～39.9萬、40萬～49.9萬、50萬～59.9萬、60萬～69.9萬、70萬～79.9萬、80萬以上共7個類別。以下依照不同重型機車之購入價格的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行重型機車之購入價格別的單因子變異數分析，並使用Scheffe法事後比較（顯著水準為.05），以了解不同重型機車之購入價格之差異，結果如表4-18所示。

研究可以發現，不同重型機車之購入價格的受訪者在大型重型機車參與動機之勝任-熟練性構面上，達統計顯著差異（ $p < .05$ ）。經雪費法事後比較結果得知，重型機車之購入價格

各組兩兩間無差異；此外，不同重型機車之購入價格之受訪者與智力性、社交性、刺激-逃避性構面間未達統計顯著差異 ($p>.05$)，意即不同重型機車之購入價格之受訪者不會影響大型重型機車參與動機之智力性、社交性、刺激-逃避性。

表 4-18

不同重型機車之購入價格的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	30 萬以下	4.04	0.60	0.306	N/A
	30 萬 ~ 39.9 萬	4.06	0.67		
	40 萬 ~ 49.9 萬	4.00	0.40		
	50 萬 ~ 59.9 萬	4.02	0.69		
	60 萬 ~ 69.9 萬	4.04	0.55		
	70 萬 ~ 79.9 萬	4.12	0.66		
	80 萬以上	3.98	0.47		
社交性	30 萬以下	3.96	0.59	1.471	N/A
	30 萬 ~ 39.9 萬	3.77	0.72		
	40 萬 ~ 49.9 萬	3.90	0.47		
	50 萬 ~ 59.9 萬	3.83	0.61		
	60 萬 ~ 69.9 萬	4.01	0.56		
	70 萬 ~ 79.9 萬	4.05	0.67		
勝任 - 熟練性	80 萬以上	3.85	0.66	2.208*	N.S
	30 萬以下	3.97	0.50		
	30 萬 ~ 39.9 萬	4.05	0.50		
	40 萬 ~ 49.9 萬	4.03	0.48		

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
刺激 - 逃避性	50 萬 ~ 59.9 萬	4.16	0.61	0.914	N/A
	60 萬 ~ 69.9 萬	4.10	0.51		
	70 萬 ~ 79.9 萬	4.27	0.58		
	80 萬 以上	3.94	0.68		
	30 萬 以下	4.00	0.57		
	30 萬 ~ 39.9 萬	3.98	0.59		
	40 萬 ~ 49.9 萬	3.95	0.55		
	50 萬 ~ 59.9 萬	4.10	0.61		
	60 萬 ~ 69.9 萬	4.11	0.54		
	70 萬 ~ 79.9 萬	4.10	0.77		
	80 萬 以上	3.92	0.63		

註：N/A=無顯著；N.S=組間無差異

九、不同購車後，是否加裝其他裝備的受訪者在參與動機的差異性分析

本研究藉由不同購車後，是否加裝其他裝備的受訪者在大型重型機車參與動機的獨立樣本 *t* 考驗分析，可以發現不同購車後，是否加裝其他裝備的受訪者與大型重型機車參與動機之社交性、勝任-熟練性與刺激-逃避性等構面間皆達統計顯著差異 ($p < .05$)。顯示不同購車後，是否加裝其他裝備的受訪者在社交性、勝任-熟練性與刺激-逃避性等構面有顯著差異存在。意即，受訪者購車後，是否加裝其他裝備的不同，會影響大型重型機車參與動機之社交性、勝任-熟練性與刺激

-逃避性的重視；因此，不會加裝其他裝備的受訪者對於此些構面比較重視。然而不同購車後，是否加裝其他裝備之受訪者與智力性構面間未達統計顯著差異($p>.05$)，意即不同購車後，是否加裝其他裝備之受訪者不會影響大型重型機車參與動機之智力性。不同購車後，是否加裝其他裝備受訪者在參與動機各構面之差異分析如表 4-19 所示。

表 4-19

不同購車後，是否加裝其他裝備的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	t 值	p 值
智力性	否	4.07	0.55	1.274	.203
	是	3.99	0.60		
社交性	否	3.96	0.60	1.972*	.049
	是	3.84	0.61		
勝任- 熟練性	否	4.15	0.48	3.308*	.001
	是	3.97	0.60		
刺激- 逃避性	否	4.12	0.57	3.615*	.000
	是	3.90	0.62		

十、不同購置配件費用總計的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同購置配件費用總計進行比較，將購置配件費用總計調查資料分為：30,000 元以下、30,001 元～40,000 元、40,001 元～50,000 元、50,001 元～60,000 元、60,001 元～70,000 元、70,001 元～80,000 元、80,001 元～100,000 元、

100,001 元以上共 8 個類別。以下依照不同購置配件費用總計的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行購置配件費用總計別的單因子變異數分析，並使用 Scheffe 法事後比較（顯著水準為 .05），以了解不同購置配件費用總計之差異，結果如表 4-20 所示。

研究可以發現，不同購置配件費用總計的受訪者在大型重型機車參與動機之智力性、刺激-逃避性構面上，達統計顯著差異 ($p < .05$)。經雪費法事後比較結果得知，在刺激-逃避性構面上，購置配件費用總計各組兩兩間無差異；在智力性構面上，購置配件費用為 40,001 元～50,000 元者較 30,001 元～40,000 元者在大型重型機車參與動機之智力性同意度較高。此外，不同購置配件費用總計之受訪者與社交性與勝任-熟練性構面間未達統計顯著差異 ($p > .05$)，意即不同購置配件費用總計之受訪者不會影響大型重型機車參與動機之社交性與勝任-熟練性。

表 4-20

不同購置配件費用總計的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	30,000 元以下	4.10	0.60	4.848*	3>2
	30,001 元～40,000 元	3.83	0.58		
	40,001 元～50,000 元	4.26	0.50		
	50,001 元～60,000 元	3.98	0.65		
	60,001 元～70,000 元	4.04	0.53		
	70,001 元～80,000 元	4.29	0.45		

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
社 交 性	80,001 元 ~ 100,000 元	3.93	0.66	1.145	N/A
	100,001 元以上	4.18	0.32		
	30,000 元以下	3.83	0.68		
	30,001 元 ~ 40,000 元	3.84	0.67		
	40,001 元 ~ 50,000 元	3.90	0.63		
	50,001 元 ~ 60,000 元	4.02	0.56		
	60,001 元 ~ 70,000 元	4.04	0.45		
	70,001 元 ~ 80,000 元	4.02	0.57		
	80,001 元 ~ 100,000 元	3.85	0.49		
	100,001 元以上	4.05	0.49		
勝 任 - 熟 練 性	30,000 元以下	4.11	0.47	1.900	N/A
	30,001 元 ~ 40,000 元	4.04	0.59		
	40,001 元 ~ 50,000 元	4.06	0.61		
	50,001 元 ~ 60,000 元	4.15	0.57		
	60,001 元 ~ 70,000 元	4.02	0.46		
	70,001 元 ~ 80,000 元	4.27	0.56		
	80,001 元 ~ 100,000 元	3.77	0.56		
刺 激 - 逃 避 性	100,001 元以上	4.24	0.38	2.709*	N.S
	30,000 元以下	4.18	0.53		
	30,001 元 ~ 40,000 元	3.93	0.62		
	40,001 元 ~ 50,000 元	4.02	0.60		
	50,001 元 ~ 60,000 元	4.20	0.57		
	60,001 元 ~ 70,000 元	3.90	0.66		

(續 下 頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
	70,001 元 ~ 80,000 元	4.11	0.62		
	80,001 元 ~ 100,000 元	3.77	0.59		
	100,001 元以上	4.20	0.46		

註：1=30,000元以下；2=30,001元~40,000元；3=40,001元~50,000元；4=50,001元~60,000元；5=60,001元~70,000元；6=70,001元~80,000元；7=80,001元~100,000；8=100,001元以上；N/A=無顯著；N.S=組間無差異

十一、不同參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額進行比較，將參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額調查資料分為：1,500元以下、1,500元~1,999元、2,000元~2,499元、2,500元~2,999元、3,000元以上共5個類別。以下依照不同參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額別的單因子變異數分析，並使用 Scheffe 法事後比較（顯著水準為.05），以了解不同參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額之差異，結果如表 4-21 所示。

研究可以發現，不同參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額的受訪者在大型重型機車參與動機之智力性、刺激-逃避性構面上，達統計顯著差異($p<.05$)。經雪費法事後

比較結果得知，在刺激-逃避性構面上，參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額各組兩兩間無差異；在智力性構面上，參與重型機車一日遊，每次最多願意花費為 1,500 元以下者較 1,500 元~1,999 元者在大型重型機車參與動機之智力性同意度較高。此外，不同參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額之受訪者與社交性與勝任-熟練性構面間未達統計顯著差異 ($p>.05$)，意即不同參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額之受訪者不會影響大型重型機車參與動機之社交性與勝任-熟練性。

表 4-21

不同參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	1,500 元以下	4.19	0.48	4.946*	1>2
	1,500 元~1,999 元	3.90	0.57		
	2,000 元~2,499 元	4.09	0.67		
	2,500 元~2,999 元	3.87	0.63		
	3,000 元以上	4.13	0.47		
社交性	1,500 元以下	3.93	0.61	2.198	N/A
	1,500 元~1,999 元	3.90	0.64		
	2,000 元~2,499 元	3.89	0.55		
	2,500 元~2,999 元	3.69	0.56		
	3,000 元以上	4.04	0.62		
勝任-熟練	1,500 元以下	4.08	0.47	0.914	N/A
	1,500 元~1,999 元	4.09	0.59		
	2,000 元~2,499 元	4.12	0.50		

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
練 性	2,500 元~2,999 元	3.93	0.60	2.514*	N.S
	3,000 元以上	4.05	0.60		
刺 激 -	1,500 元以下	4.12	0.58		
	1,500 元~1,999 元	4.03	0.61		
逃 避	2,000 元~2,499 元	4.10	0.54		
	2,500 元~2,999 元	3.79	0.66		
性	3,000 元以上	3.95	0.62		

註：1=1,500 元以下；2=1,500 元~1,999 元；3=2,000 元~2,499 元；4=2,500 元~2,999 元；5=3,000 元以上；N/A=無顯著；N.S=組間無差異

十二、不同參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額的受訪者在參與動機的差異性分析

按照不同參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額進行比較，將參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額調查資料分為：3,000 元以下、3,000 元~3,999 元、4,000 元~4,999 元、5,000 元~5,999 元、6,000 元~6,999 元、7,000 元~7,999 元、8,000 元以上共 7 個類別。以下依照不同參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額的受訪者對於大型重型機車參與動機等結果進行參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額別的單因子變異數分析，並使用 Scheffe 法事後比較（顯著水準為 .05），以了解不同參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額之差異，結果如表 4-22 所示。

研究可以發現，不同參與重型機車二日以上，每次最多

願意花費之金額的受訪者在大型重型機車參與動機各構面上，皆達統計顯著差異($p<.05$)。經雪費法事後比較結果得知，受訪者參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額為 3,000 元以下與 3,000 元~3,999 元對於大型重型機車參與動機較高。

表 4-22

不同參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額的受訪者在參與動機各構面之差異分析摘要表

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
智力性	3,000 元以下	4.21	0.53	3.870*	(1,5)>3
	3,000 元~3,999 元	4.05	0.53		
	4,000 元~4,999 元	3.74	0.62		
	5,000 元~5,999 元	4.03	0.64		
	6,000 元~6,999 元	4.13	0.56		
	7,000 元~7,999 元	3.90	0.76		
社交性	8,000 元以上	4.08	0.36	5.888*	(1,2)> (3,4)
	3,000 元以下	4.05	0.67		
	3,000 元~3,999 元	4.05	0.46		
	4,000 元~4,999 元	3.71	0.49		
	5,000 元~5,999 元	3.61	0.80		
	6,000 元~6,999 元	3.81	0.63		
勝任-熟	7,000 元~7,999 元	4.08	0.49	4.938*	(1,2)>3
	8,000 元以上	4.05	0.62		
	3,000 元以下	4.18	0.56		
	3,000 元~3,999 元	4.21	0.42		
	4,000 元~4,999 元	3.82	0.36		

(續下頁)

層面	類別	平均數	標準差	F 值	事後比較
練 性	5,000 元~5,999 元	3.94	0.74		
	6,000 元~6,999 元	3.98	0.61		
	7,000 元~7,999 元	4.18	0.63		
	8,000 元以上	4.01	0.58		
	3,000 元以下	4.20	0.58		
刺 激 - 逃 避 性	3,000 元~3,999 元	4.24	0.50		
	4,000 元~4,999 元	3.80	0.44		(1,2)>3
	5,000 元~5,999 元	3.68	0.55	9.686*	(1,2)>4
	6,000 元~6,999 元	3.85	0.75		2>5
	7,000 元~7,999 元	3.96	0.75		
	8,000 元以上	4.07	0.59		

註：1=3,000 元以下；2=3,000 元~3,999 元；3=4,000 元~4,999 元；4=5,000 元~5,999 元；5=6,000 元~6,999 元；6=7,000 元~7,999 元；7=8,000 元以上

第六節 綜合討論

經由統計分析驗證不同參與者背景資料、參與動機、參與行為間關係，其假說驗證結果彙整如表 4-23 所示。

表 4-23

研究假說結果彙整表

研究假說	實證 結果
H1：不同的參與者背景變項在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分 成立
H1-1：不同性別在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分 成立
H1-2：不同年齡在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分 成立
H1-3：不同受訪者每月收入在參與動機變項上沒有顯著差異。	成立
H1-4：不同家庭每月收入在參與動機變項上沒有顯著差異。	不成立
H1-5：不同教育程度在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分 成立
H1-6：不同職業類別在參與動機變項上沒有顯著差異。	不成立
H2：不同的參與行為變項在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分 成立
H2-1：不同每月騎乘次數在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分 成立
H2-2：不同受訪騎乘天數在參與動機變項上沒有顯著差異。	不成立

(續下頁)

H2-3：不同喜歡騎乘路線在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分成立
H2-4：不同騎乘多久經驗在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分成立
H2-5：不同騎乘的廠牌在參與動機變項上沒有顯著差異。	不成立
H2-6：不同騎乘之氣缸排氣量在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分成立
H2-7：不同重機來源在參與動機變項上沒有顯著差異。	成立
H2-8：不同重機購入價格在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分成立
H2-9：不同購車後，是否加裝備在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分成立
H2-10：不同購製配件費用在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分成立
H2-11：不同參與一日旅遊花費在參與動機變項上沒有顯著差異。	部分成立
H2-12：不同參與二日旅遊花費在參與動機變項上沒有顯著差異。	不成立

一、大型重型機車參與者人口統計變項現況分析

在大型重型機車參與者的人口統計變項之現況上，本研究發現大型重型機車以男性參與者多於女性參與者，此結果與林仲暉（2009）針對大型重型機車活動參與研究及李宗霖

(2011) 對於大型重型機車消費者購買行為研究之研究結果一致；女性參與大型重型機車參與活動的人數較少的原因，可能受到女性仍有些保守、不敢嘗試的觀念與風俗民情有關，會認為重型機車主要都以男性為主，因而產生男性多於女性的現象。年齡以 31-40 歲參與者最多，其次為 21-30 歲參與者，此結果與李富祥 (2007)、林仲曄 (2009) 的研究結果一致；每月收入以 20,001 元~30,000 元者最多，其次為 30,001 元~40,000 元者；家庭每月收入以 30,001 元~40,000 元者最多，此結果與李宗霖 (2011) 之研究結果相近；教育程度以大學(技術學院)畢業者最多，此結果與林仲曄 (2009) 與李宗霖 (2011) 之研究結果一致；職業以服務業者最多，其次為商業與工業參與者，此結果與林仲曄 (2009)、李宗霖 (2011) 之研究結果一致。

二、大型重型機車參與行為現況分析

在大型重型機車參與行為現況上，平均每月從事大型重型機車參與的次數以三次(含)以上者居多；此結果與李富祥(2007)的研究結果顯示從事二天以下旅遊、林仲曄(2009)研究結論之一的騎士多為一周騎乘一次大型重型機車；針對最常從事的大型重型機車參與天數以一日遊者居多的研究結果一致；在個人喜歡的騎乘路線上，以騎乘山路者最多；此一研究成果與林育潤(2009)之研究所發現騎乘大型重型機車遊憩動機選擇遊憩偏好則以「喜歡往山區行駛」及「喜歡往國家公園行駛」意願較高的研究成果一致。針對騎乘大型重型機車的經驗上，以 1-2 年者最多；而目前所騎乘之重機之廠牌，以 HONDA 者居多；此研究結果與林仲曄 (2009)、

梁上棟（2009）對於騎乘品牌之研究的結論以日系品牌居多之研究發現一致。而對於所騎乘重機排氣量與自有、租賃或借用之相關研究分析則未得見，故本文此項研究成果提供如下之參考。目前所騎乘之重機氣缸排氣量，以 751c.c-1000c.c 者居多；目前所騎乘之重機為自有者居多，其次為向親友借來者與租用車者，其中租用車之租金平均為 52,750 元，標準差 50,626.79 元。

在大型重型機車參與者參與消費現況上，在重型機車購入價格以 40 萬~49.9 萬者最多，且在購車後受訪者不會加裝其他裝備。此結果與梁上棟（2009）探討大型重型機車騎士認真休閒與流暢體驗之關係所發現車種以「Honda」、「街車」最多及李宗霖（2011）對於大型重型機車消費者購買行為研究之研究結果係以日系品牌為主、價格為三十萬以下與功能為街車類為主之結果有所不同。王凱立（2010）的研究也發現產品與價格構面並不會因為參與類型而有顯著差異。此應與通膨、新車種開發費用較高、問卷調查族群與區域不同等因素有所關聯，可做為後續有興趣研究者再行深入探究；在購置重型機車後，最主要以購買安全帽為主，除國家法律規定騎乘機車須配戴安全帽外，安全帽是保護騎乘者安全最重要的工具；其次為購買皮製手套，主要避免在騎乘機車時，手部受到傷害。一般受訪者願意花費購買配件的費用在 30,001 元~40,000 元。此研究項目與結果在過往對於大型重機的相關研究中未曾有見，本研究此一研究結果可為後續有興趣研究者參考。在參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額約 1,500 元~1,999 元之間佔比例最高。在參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額約 3,000 元~3,999

元之間佔比例最高。此結果與詹博閔（2007）對大型重機參與者在認真性休閒特質與休閒動機、休閒阻礙關係之研究每月用於重型機車之花費為 5,000 元以下的研究結果有所不同，其願意多消費金額之差異應與最新時期之物價較高的關聯性，後續有興趣研究者可再深入實證探究之。

三、大型重型機車參與動機現況分析

大型重型機車參與者整體參與動機介於「同意」與「非常同意」之間的水準，顯示出大型重型機車參與者在參與動機之認知普遍上是趨向同意的。在參與動機四個組成構面中，平均數皆位於「普通」到「同意」之間，各構面得分高低依序為：「勝任-熟練性」、「智力性」、「刺激-逃避性」與「社交性」，此一結果顯示大型重型機車參與者對於「勝任-熟練性」的參與動機行為較為強烈，平均分數接近 4 分達「同意」程度。受訪者對於參與大型重型機車之動機主要來自於「勝任-熟練性」；反之，受訪者對參與動機之「社交性」構面參與動機程度較低。此結果與許建民（2011）發現參與者其所重視的動機因素呈現出分類為積極遊憩者、健康紓壓者和漫無目的者 3 個族群的研究成果有所不同，大型重機參與者投入動機並未有消極型的漫無目的投入之狀況。詹博閔（2007）對大型重機參與者在認真性休閒特質與休閒動機、休閒阻礙關係之研究發現「智力性」為大型重型機車參與者受訪者感受度較高之動機，此與本研究結果不一樣。

四、人口統計變項在大型重型機車參與動機上之差異分析

大型重型機車參與者人口統計變項之性別、年齡、家庭

每月收入、教育程度與職業在大型重型機車參與動機間有顯著差異存在，此結果與李富祥（2007）、謝政毓（2008）及林子揚（2009）的研究結果具一致性。其中在性別層面上，男性參與者在「智力性」、「社交性」與「刺激-逃避性」三構面之參與動機比女性參與者強烈；在年齡層面上，年齡為21歲~60歲者較61歲~70歲者對於參與動機之勝任-熟練性的同意度較高；在家庭每月收入層面上，在勝任-熟練性上，家庭每月收入為30,001元~70,000元者較80,001元以上者對於勝任-熟練性的同意度較高；在刺激-逃避性構面上，每月收入為40,001元~50,000元、100,001元以上者較80,001元~100,000元者對於逃避-刺激性的同意度較高；在職業層面上，在社交性與勝任-熟練性上，職業為家管者較其他職業之受訪者對於參與動機之社交性與勝任-熟練性同意程度低。此結果與 Bread and Ragheb（1983）研究結果在參與動機方面，「智力性」為大型重型機車參與者受訪者感受度較高之動機不同，應該與兩文的研究年代相距甚遠有關連，顯示出現代人進行休閒活動時追求的效益或投入動機的多元性。

五、大型重型機車參與行為在參與動機上差異分析

大型重型機車參與參與行為（每月從事重型機車參與的次數、從事重型機車參與天數、個人喜歡的騎乘路線、騎乘重型機車之經驗、目前騎乘之廠牌、目前所騎乘重機之氣缸排氣量等項目）與參與動機間有顯著差異存在。在每月從事重型機車參與的次數層面上，受訪者每月從事重型機車參與的次數為一次者較三次（含）以上者對於大型重型機車參與動機之智力性與刺激-逃避性同意程度較高；在從事重型機車

參與天數層面上，受訪者從事重型機車參與天數為一日遊者對於大型重型機車參與動機之智力性、社交性與刺激-逃避性同意程度較低；在騎乘重型機車經驗上，在勝任-熟練性構面上，騎乘重型機車經驗為1年以下者較5-6年者對於大型重型機車參與動機之勝任-熟練性同意程度較高；在騎乘重型機車廠牌上，在智力性構面上，騎乘重型機車廠牌為BMW者較Triumph者對於大型重型機車參與動機之智力性同意程度較高；在目前所騎乘重機之氣缸排氣量，在刺激-逃避性構面上，目前所騎乘重機之氣缸排氣量為750c.c以下者較751c.c-1000c.c者對於大型重型機車參與動機之刺激-逃避性同意程度較高。就大型重機參與者動機而言，本文上述所及之研究成果與詹博閔（2007）對於其研究結果在參與動機方面，「智力性」為大型重型機車參與者受訪者感受度較高之動機的結論一致。

在重型機車之購入價格層面上，與動機之勝任-熟練性構面具有差異；在購置配件費用總計層面上，在刺激-逃避性構面上，購置配件費用總計各組兩兩間無差異；在智力性構面上，購置配件費用為40,001元~50,000元者較30,001元~40,000元者在大型重型機車參與動機之智力性同意度較高；在參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額層面上，在智力性構面上，參與重型機車一日遊，每次最多願意花費為1,500元以下者較1,500元~1,999元元者在大型重型機車參與動機之智力性同意度較高；在參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額層面上，每次最多願意花費之金額為3,000元以下與3,000元~3,999元對於大型重型機車參與動機較高。上述各項研究成果與詹博閔（2007）平均每月花

費則以 5,000 元佔 49.87%的比例最高，主要活動類型以例假日型態之 58.17%居首位，且月收入越高之大型重機參與者所擁有的大型重機車輛數量越多的研究成果一致性較高。

第五章 結論與建議

本研究以中部地區騎乘大型重型機車及參與大型重型機車旅遊活動之車友為研究對象進行問卷調查；問卷施測針對中部地區：臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市之大型重型機車車友進行調查，研究目的旨在探討台灣地區從事大型重機休閒運動的參與者人口統計變項、參與行為與參與動機之現況；探討不同人口統計變項在大型重型機車參與動機上差異情形；探討不同大型重型機車參與行為在參與動機上差異情形。本章已具研究目的所擬定之研究工具，提出以下結果與建議。

第一節 結論

一、大型重型機車參與者人口統計變項現況分析

在大型重型機車參與者的人口統計變項之現況上，本研究發現大型重型機車以男性參與者多於女性參與者；年齡以31-40歲參與者最多，其次為21-30歲參與者；教育程度以大學（技術學院）畢業者最多；職業以服務業者最多，其次為商業與工業參與者。

二、大型重型機車參與行為現況分析

在大型重型機車參與行為現況上，平均每月從事大型重型機車參與的次數以三次（含）以上者居多；在參與天數以一日遊者居多；針對騎乘大型重型機車的經驗上，以1-2年者最多；而目前所騎乘之重機之廠牌，以HONDA者居多；目前所騎乘

之重機氣缸排氣量，以751c.c-1000c.c者居多。在大型重型機車參與者參與消費現況上，在重型機車購入價格以40萬~49.9萬者最多，且在購車後受訪者不會加裝其他裝備。再購置重型機車後，最主要以購買安全帽為主，除國家法律規定騎乘機車須配戴安全帽外，安全帽是保護騎乘者安全最重要的工具；其次為購買皮製手套，主要避免在騎乘機車時，手部受到傷害。一般受訪者願意花費購買配件的費用在30,001元~40,000元。在參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額約1,500元~1,999元之間佔比例最高。在參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額約3,000元~3,999元之間佔比例最高。

三、人口統計變項在大型重型機車參與動機上之差異分析

大型重型機車參與者人口統計變項之性別、年齡、家庭每月收入、教育程度與職業在大型重型機車參與動機間有顯著差異存在。

四、大型重型機車參與行為在參與動機上差異分析

大型重型機車參與行為（每月從事重型機車參與的次數、從事重型機車參與天數、個人喜歡的騎乘路線、騎乘重型機車之經驗、目前騎乘之廠牌、目前所騎乘重機之氣缸排氣量等項目、願意花費在大型重型機車的購入價格、花費在購置上述配件的費用、參與大型重型機車一日遊的活動時，包含油、餐費用每次最多願意花費、參與大型重型機車二日以上的旅遊活動時，包含油、餐、住宿及娛樂費用每次最多願意花費等項目）與參與動機間有顯著差異存在，其中在重型機車之購入價格層面上，與動機之勝任-熟練性構面具有差異。

第二節 建議

根據本研究知結果，研究者提出下列一般性及後續研究之建議，以作為業界及後續研究之參考。

一、一般性建議

- (一) 根據人口統計變項分析結果發現，大型重型機車參與參與者主要以男性居多，且在年齡層分佈上多集中在21~50歲之間，而51歲以上之大型重型機車參與參與者人數的比例較少，且在21~50歲此一族群為主要勞動力人口，其有穩定工作與固定收入，加上近年來休閒活動的盛行，及網路家族（網路社群）聚會的風氣逐漸上升，當會遇到假日時皆會一同從事戶外旅遊或休閒活動；因此，建議旅宿業、休閒服務業者可針對此一族群，設計套裝旅遊行程或舉辦相關團體活動以吸增進其休閒參與意願。此外，經分析結果也發現，女性參與大型重型機車參與活動的人數較少，因而建議旅宿業、休閒服務業者可搭配男女雙方互動的節目或活動，以提昇女性參與大型重型機車參與活動的動機與意願；此外，也可建議後續研究者利用質性研究之訪談，深入瞭解女性對於大型重型機車參與活動的動機與意願。
- (二) 針對大型重型機車參與行為之分析結果發現，大部分參與者每月從事重型機車參與的次數為三次（含）以上，但在從事重型機車參與天數上卻以一日遊居多，顯示出大部分參與者參與的地點主要以一日往返為主，建議旅宿業、休閒服務業者可搭配參與參與可抵住宿或享有折扣的優惠，以吸引大型重型機車參與參與者願意從事二

日遊或以上的意願。此外，大部分參與者購置重型機車後，還會購買配件以安全帽、防摔衣與皮製手套為主，而此也顯示出參與者對騎乘機車的安全性相當重視。然而在參與重型機車一日遊，每次最多願意花費之金額主要以1,500元~1,999元居多，而參與重型機車二日以上，每次最多願意花費之金額則以3,000元~3,999元居多，顯示大部分參與者在參與參與活動之費用使用上仍相當保守，因而建議相關業者，可搭配優惠折扣的方式，提升大型重型機車參與活動消費意願。

二、後續研究建議

- (一) 本研究主要以量化研究為主，並採用問卷調查方式收集研究所需之資料，經由資料蒐集所分析之結果，針對所收集資料進行推論，然而資料會受到填答者的認知觀點與填答意願的影響，導致填答上產生了誤差，而此為量化研究所無法抗拒之因素；因此建議後續研究者，在研究方法上除量化研計外，可搭配質性研究進行，或再用質性研究進行研究問題之探討，以使研究所得結果更趨周延。
- (二) 由於本研究僅針對中部地區進行探討，故因地緣關係所產生的差異性，然而針對研究結果之推論其他地區時，將受到限制；因此，建議後續研究者可針對不同地區之大型重型機車參與參與者進行探討，以提昇研究之外推性。
- (三) 本研究主要探討大型重型機車騎士參與動機與行為，而在研究變項採用上，除參與動機外，包含：參與消費行

為與參與行為；近年來，人們對參與的品質日趨重視，且對於未曾去過的地方較為偏愛，因此，建議後續研究者可延伸至服務品質、休閒體驗等變項進行探討，作為大型重型機車參與活動持續發展的動力。

參考文獻

一、中文部分

王凱立（2010）。自行車活動參與者之消費行為與行銷策略初尋自行車御宅族為目的。國立體育大學運動休閒產業研究休閒研究，1（3），48-67。

中華民國交通部（2011）。中華民國交通部台灣地區機器腳踏車登記數表。取自：

<http://www.motc.gov.tw/ch/home.jsp?id=63&parentpath=0,6&mcustomize=statistics104.jsp>

中華民國內政部（2011）。中華民國內政部台灣地區土地面積、戶數、人口統計表。取自：

<http://sowf.moi.gov.tw/stat/month/list.htm>

台崎重車（2012）。2012第二季新車最新售價表。取自：

<http://www.tw-kawasaki.com/kawasaki/2009-products/2012-PRICE.html>

李銘輝（1991）。遊憩需求與遊客特性之探討。戶外遊憩研究，4，17-33。

李富祥（2007）。大型重型機車騎士旅遊行為之研究（未出版之碩士論文）。私立中國文化大學，臺北市。

李柏宏（2008）。大型重型機車遊憩活動參與者知覺風險與知覺勝任關係之研究（未出版之碩士論文）。私立靜宜大學，臺中市。

李宗霖（2011）。品牌形象、產品屬性與生活型態對消費者購買行為之影響－以大型重型機車為例（未出版之碩士論文）。私立大葉大學，彰化縣。

中央社（2011）。大型重機事故普通重機3倍多報導。取自：

<http://tw.news.yahoo.com/%E5%A4%A7%E5%9E%8B%E9%87%8D%E6%A9%9F%E4%BA%8B%E6%95%85-%E6%99%AE%E9%80%9A%E9%87%8D%E6%A9%9F3%E5%80%8D%E5%A4%9A-013706040.html>

- 吳家瑞（2008）。國內大型重型機車參與者生活型態、休閒涉入、知覺風險、休閒效益之研究—線性結構方程模式之驗證（未出版之碩士論文）。臺北市立教育大學，臺北市。
- 吳明隆、涂金堂（2007）。SPSS與統計應用分析。臺北：五南出版社。
- 吳坤瑤（2009）。跆拳道館消費者行為之研究—以南投縣跆拳道館為例（未出版之碩士論文）。國立台灣體育大學，臺中市。
- 林淑真（1998）。台灣機車史。台北：中華民國機車研究發展安全促進協會。
- 林喻東、劉癸君（2002）。阿里山森林遊樂區櫻花季之效益評估—以旅遊成本法為例。林業研究季刊，24(3)，19~28。
- 林仲擘（2009）。以持續涉入及幸福感探討大型重型機車使用行為之研究—以新竹縣及苗栗縣台三線為例（未出版之碩士論文）。私立中華大學，新竹市。
- 林育潤（2009）。大型重型機車騎乘者遊憩動機與遊憩偏好之研究-以中部中驥聯合重型機車商行為例（未出版之碩士論文）。私立朝陽科技大學，臺中市。
- 林子楊（2009）。台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（未出版之碩士論文）。國立台灣師範大學，臺北市。
- 高希均、林祖嘉、李誠、周行一（2002）。經濟學的新世界。

- 臺北市：天下文化。
- 許章騰（2006）。台北縣市醫學美容消費行為研究及市場區隔-以生活型態變數進行市場區隔（未出版之碩士論文）。私立銘傳大學，臺北市。
- 許宇中（2009）。基隆河沿岸自行車道騎乘者參與動機、車道設施滿意度、遊憩體驗及休閒效益關係之研究（未出版之碩士論文）。國立台灣體育運動大學，臺中市。
- 許建民（2011）。自行車道遊客遊憩動機對環境屬性重視與表現程度之研究-以新竹市17公里海岸線自行車道為例。臺灣體育運動管理學報，1（2），109-138。
- 梁上棟（2009）。探討大型重型機車騎士認真休閒與流暢體驗之關係（未出版之碩士論文）。臺北市立體育學院，臺北市。
- 張春興、楊國樞（1983）。心理學。台北：三民書局。
- 張春興（1989）。張氏心理學辭典。臺北：東華書局。
- 黃世賢（1998）。國家公園遊憩經濟效益值之估計-以陽明山國家公園為例（未出版之碩士論文）。國立中興大學，臺中市。
- 黃俊英（2000）。多變量分析第七版。中國經濟企業研究所，臺北市。
- 黃燕忠（2008）。問卷調查法之信度分析與效度分析。電子商務與社群經營研究室，藍色部落網路發表文章。
- 黃郁雅（2008）。運動賽會參與者參與行為、態度與經濟效益評估—以2007年全國運動會為例（未出版之碩士論文）。國立台灣體育大學，臺中市。
- 張逸民（譯）（1999）。行銷學（原作者：Koter, P., & Armstrong,

- G.)。臺北市：華泰。
- 詹博閔(2007)。大型重型機車參與者認真性休閒特質與休閒動機、休閒阻礙關係之研究(未出版之碩士論文)。私立朝陽科技大學，臺中市。
- 楊麗靜(2007)。東石漁人碼頭遊憩行為與遊憩經濟效益之研究(未出版之碩士論文)。國立臺灣海洋大學，基隆市。
- 趙麗雲(2005)。人口老化危機中，台灣的休閒運動發展。財團法人國家政策研究基金會國政研究報告，教文(研)094-008號。
- 陳希立(1980)。太陽能系統設計與經濟效益分析(未出版之碩士論文)。國立台灣大學，臺北市。
- 陳昭明(1981)。台灣森林遊樂需求、資源、經營之調查與分析(未出版之碩士論文)。國立台灣大學，臺北市。
- 陳英任(2004)。台東池上地區生態旅遊規劃及其經濟效益探討(未出版之碩士論文)。國立台北護理學院，臺北市。
- 智庫百科(2012)。社會階層。取自：
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E9%98%B6%E5%B1%82>
- 維基百科(2008)。經濟效益。取自：
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E7%B6%93%E6%BF%9F%E6%95%88%E7%9B%8A>
- 謝政毓(2008)。大型重型機車休閒活動愛好者流暢體驗與休閒效益之研究(未出版之碩士論文)。台灣體育運動大學，臺中市。

二、英文部分

- Bread, J. G., & Ragheb, M.G. (1983) Measureing leisure motivation. *Journal of leisure Research*, 15(3), 219-228.
- Deci. E. L. & Ryan. R. M. (1991) A motivational approach to self: *Integration in personality*, 237-288.
- Engel, Kollat & Blackwell. (1993), *CONSUMER BEHAVIOR*, 1993.
- Fishbein & Ajzen (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley.
- Hair, F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). New York: MacMillan.
- Slama, M. E., & Tashchian, A. (1985). Select socioeconomic and demographic characteristics associated with purchasing involvement. *Journal of marketing*, 49(1), 72-82.
- Schiffman, L.G., & Kanuk. L. L. (1991). *Consumer Behavior* (2nd ed.). New Jersey; Prentice-Hall.
- Woods, W. A. (1981). "*Consumer Behavior*" Elsevier, North Holland, New York, NY, pp.293-4.
- Whitehead, J. T., & Corbin, C. B. (1991). *Motivation in education: Theory, research, and application*. Eaglewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

附錄一

母體數固定之樣本數

N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	100000	384

附錄二

大型重型機車騎士參與動機與行為問卷

敬愛的重型機車運動愛好者，您好！

這是一份有關大型重型機車騎士參與動機與行為之研究的問卷，本問卷純屬學術性的研究，不另作他用，資料並不對外公開，敬請安心填寫。您所填選的答案並無對錯之分，請依照您的觀點，選出最符合您情況的答案即可。由於所發出的問卷不多，每一份問卷對本研究極具關鍵性。因此，懇請您的支持，完整作答。在此，獻上最高的謝意，並祝您心想事成，身體健康。

國立臺灣體育運動大學運動管理研究所

研究生曾俊榮敬啟

指導教授黃彥翔博士

第一部份：大型重型機車參與活動消費行為：

此一部份係為了解您投入大型重型機車各項休閒活動時所願意支付的各項費用，屬於您個人意願性的表達，請您選擇適當內容打「✓」。

1.請問您願意花費在大型重型機車的購入價格約為？

- (1) 30 萬以下 (2) 30 萬~39.9 萬 (3) 40 萬~49.9 萬 (4) 50 萬~59.9 萬 (5) 60 萬~69.9 萬 (6) 70 萬~79.9 萬 (7) 80 萬以上

2.請問您在購入新車後，是否加裝其他裝備， 否 是；若是的話，加裝（含改裝）費用約多少元

3.請問您購置大型重型機車後，還購買下列那幾種配件（可複選）？

- (1) 安全帽 (2) 賽車皮衣 (3) 防摔衣 (4) 皮製手套 (5) 騎士專用車靴 (6) 防風眼鏡 (7) 其他 (8) 無

4.承上題（第3題），請問您花費在購置上述配件的費用總計約為？

- (1) 30,000 元以下 (2) 30,001 元~40,000 元 (3) 40,001 元~50,000 元 (4) 50,001 元~60,000 元 (5) 60,001 元~70,000 元 (6) 70,001 元~80,000 元 (7) 80,001 元~100,000 元 (8) 100,001 元以上

5.請問您平均每月從事大型重型機車參與的次數為？

- (1) 一次 (2) 二次 (3) 三次(含)以上

6.請問您最常從事的大型重型機車參與天數為？

- (1) 一日遊 (2) 二日遊 (3) 三日(含)以上之旅遊活動

7.請問當您參與大型重型機車一日遊的活動時，包含油、餐費用每次最多願意花費多少金額？

- (1) 1,500 元以下 (2) 1,500 元~1,999 元 (3) 2,000 元~2,499 元
(4) 2,500 元~2,999 元 (5) 3,000 元以上

8.請問當您參與大型重型機車二日以上的旅遊活動時，包含油、餐、住宿及娛樂費用每次最多願意花費多少金額？

- (1) 3,000 元以下 (2) 3,000 元~3,999 元 (3) 4,000 元~4,999 元
(4) 5,000 元~5,999 元 (5) 6,000 元~6,999 元 (6) 7,000 元~7,999 元
(7) 8,000 元以上

9.請問您個人喜歡的騎乘路線為？

- (1) 山路 (2) 省道 (3) 濱海公路 (4) 快速道路 (5) 其他

10.請問您騎乘大型重型機車有多久的經驗了？

- (1) 1 年以下 (2) 1-2 年 (3) 3-4 年 (4) 5-6 年 (5) 6 年以上

11.請問您目前所騎乘之重機為何種廠牌：；氣缸排氣量為：

12.請問您目前所騎乘之重機為：(1) 自有 (2) 向親友借來 (3) 租用車，
其租金為：

第二部份：有關您參加大型重型機車參與活動的動機是因為：

您為何會投入大型重型機車的參與活動？下列的可能原因中，請依照您同意的程度，選擇右欄適當的一格打「✓」。

	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
1. 參與大型重機參與活動是為了培養及發揮自己的運動能力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 參與大型重機參與活動是為了發揮自己的運動能力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 參與大型重機參與活動可以超越自我或挑戰的樂趣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 參與大型重機參與活動可以享受挑戰的樂趣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 參與大型重機參與活動是為了學習更好的騎乘技巧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 參與大型重機參與活動為了融入更多的重機專業知識	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 參與大型重機參與活動是為了可以親近大自然的美景	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 參與大型重機參與活動是為了培養規律的休閒活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 參與大型重機參與活動是為了建立正確守法的騎乘觀念	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 參與大型重機騎乘參與活動因為可以得到別人認同及讚揚	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 參與大型重機騎乘參與活動是因為可以得到別人的讚揚	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 參與大型重型機車參與活動可以結交更多的新朋友	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 參與大型重型機車參與活動可以拓展個人的視野	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 參與大型重型機車參與活動對個人的事業發展具正面效果	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 參與大型重型機車參與活動可以培養良好社交互動關係	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 參與大型重型機車參與活動可以建立社會人際關係	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- | | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 17. 參與大型重型機車參與活動使我有歸屬某一團體的感覺 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. 參與大型重型機車參與活動可以挑戰身心的極限 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19. 參與大型重型機車參與活動提高了我個人的自信心 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. 參與大型重型機車參與活動能獲得身體與心寧的舒適、輕鬆 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21. 參與大型重型機車參與活動可以建立愉快的心情 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 22. 參與大型重型機車參與活動可獲得能力範圍內的成就感 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 23. 參與大型重型機車參與活動能獲得心理的滿足感 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 24. 參與大型重型機車參與活動是為了充分運用我的休閒時間 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 25. 參與大型重機參與活動是為了追求與眾不同 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 26. 參與大型重機參與活動是為了改善工作上的壓力 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 27. 參與大型重機參與活動是為了解除緊張的生活壓力 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 28. 參與大型重機參與活動可以讓我暫時忘記不愉快的事 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 29. 參與大型重機參與活動是因為新鮮、刺激、好奇 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 30. 參與大型重機參與活動是為了追求速度感 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第三部份：個人資料

1. 請問您的性別？

- (1) 男性 (2) 女

2. 請問您目前的年齡？

- (1) 20 歲以下 (2) 21 歲～30 歲 (3) 31 歲～40 歲 (4) 41 歲～50 歲 (5) 51 歲～60 歲 (6) 61 歲～70 歲 (7) 71 歲以上

3. 請問您個人每月收入金額約為？

- (1) 20,000 元以下 (2) 20,001 元～30,000 元 (3) 30,001 元～

40,000 元 (4) 40,001 元 ~ 50,000 元 (5) 50,001 元 ~ 60,000 元 (6)
 60,001 元 ~ 70,000 元 (7) 70,001 元 ~ 80,000 元 (8) 80,001 元以
上

4. 請問您家庭每月收入金額約為？

(1) 30,000 元以下 (2) 30,001 元 ~ 40,000 元 (3) 40,001 元 ~
50,000 元 (4) 50,001 元 ~ 60,000 元 (5) 60,001 元 ~ 70,000 元 (6)
 70,001 元 ~ 80,000 元 (7) 80,001 元 ~ 100,000 元 (8) 100,001 元
以上

5. 請問您的教育程度？

(1) 研究所以上 (2) 研究所畢業 (3) 大學 (技術學院) 畢業 (4)
 專科畢業 (5) 高中畢業 (6) 高職畢業 (7) 國中畢業 (8) 國
小畢業 (9) 其他

6. 請問您目前的職業？

(1) 學生 (2) 軍警人員 (3) 公務人員 (4) 教師 (5) 律師 (6)
 醫師 (7) 護理人員 (8) 自由業 (9) 服務業 (10) 商業 (11)
工業 (12) 農、林、漁、牧業 (13) 退休人員 (14) 家管 (15)
其他

《問卷到此全部結束，請您再回顧檢視一遍，

非常謝謝您的幫忙》

