

臺北市國小高年級學童運動型網站瀏覽動機與再瀏覽意願之研究

林獻原^{*}、韓大衛^{**}

摘 要

本研究目的在探討台北市國小高年級學童運動型網站瀏覽動機與再瀏覽意願的現況及差異情形。本研究採用網路問卷調查法，以台北市 12 個行政區，採用分層叢集抽樣的方式，每區選取 2 所學校，每所學校 5、6 年級各取 1 班共計 48 班 1356 人。結果顯示 (1) 目前臺北市高年級學童曾經瀏覽過運動型網站的比例約為四成，其中男生多於女生、曾經參加過運動性社團或校隊者多於不曾參加者與每週有規律運動者多於無規律運動者；(2) 台北市國小高年級學童瀏覽運動網站的動機最高的是「資訊需求」，「社交需求」次之，「消磨時間」為最低；(3) 男生在「消磨時間」上的瀏覽動機高於女生；曾經參加過運動性社團或校隊與每週有規律運動者在「資訊需求」與「社交需求」的瀏覽動機、「再瀏覽意願」高於不曾參加者與無規律運動者；(4) 「資訊需求」與「社交需求」的瀏覽動機對再瀏覽意願有正向的預測力。

關鍵詞：運動型網站、瀏覽動機、再瀏覽意願

* 本文第一作者為臺北市立教育大學體育系研究生

** 本文第二作者為臺北市立教育大學體育系副教授

臺北市國小高年級學童運動型網站瀏覽動機與再瀏覽意願之研究

林獻原、韓大衛

壹、緒論

一、研究背景與動機

近年來隨著「Internet」與「WWW」等技術的發展演進與網際網路連線的普及化，使得資訊傳播的途徑發生轉變，由傳統的報章雜誌到電子視聽傳播，目前這種運用資訊科技所發展出來的網際網路傳播方式，正是人類傳播史上的第四次革命(董潔如，2002)。網路媒體具有「多對多的行銷溝通模式」與「溝通的內容來自於企業及顧客」兩種特質(Hoffman & Novak, 1996)，其開放性與互動性的特質優於傳統平面媒體的一對多的溝通模式與單向溝通的方式，使得距離與時間不再是傳播的障礙，也讓許多傳播行為漸漸多元且個人化。

台灣網路資訊中心 2007 年 1 月份「台灣寬頻網路使用調查」報告指出，台灣地區上網人口約 1,523 萬人，佔整體人口(0-100 歲)66.91%(台灣網路資訊中心，2007)，顯示多數人曾使用過網路媒體；而根據 Forrester 在 2007 年 2 月觀察消費者網路使用行為結果發現，年輕族群每週花在電腦、上網的時間已經高出看電視 5 小時左右；此現象顯示，年輕族群之消費媒介已逐漸從電視、收音機等傳統媒體移轉至網際網路。

運動產業也沒錯過這波網際網路這一新興傳播媒體的潮流。根據 MMXI Europe(2000)的調查結果發現，運動網站成長迅速，上網的成長率已從 2000 年 2 月的 1.6% 提升至 6 月的 9.9%，2000 年 6 月有超過 100 萬的網友到過運動網站參觀，其人氣指數甚至超過以往的拍賣網站、求職網站等。網際網路將運動內容使用者的經驗帶到另一層次，網路不僅止於提供

報導和數據，還有討論區讓球迷有討論空間，甚至球迷也能和球迷或網站互動，(Bruckman,1996，引自 McDaniel & Sullivan,1998)，這些都是傳統大眾媒介無法提供的；運動網站提供運動組織和球迷直接接觸的機會；網路即時的特性，讓運動迷可以從網路隨時得到任何比賽的消息和報導，這都是運動網站利基之所在。

瀏覽(Browsing)一詞源自早期的法文或德文，指的是「動物將頭探入樹叢間挑揀嫩葉」的覓食動作，後來逐漸轉變為今天指稱「自環境中篩選資訊」的一種行為(林奇秀，1995)。Cambridge Dictionaries Online (1999)以「電腦」的觀點定義，瀏覽乃指觀看網際網路(全球資訊網)上的資訊。由此可知瀏覽行為即是指使用者在網際網路中挑選想要觀看的資訊；由Deci & Ryan(1980)所提出的認知評價理論中，認為行為可以透過內在動機或是外在動機所引發，可以用來解釋影響瀏覽行為的動機因素。根據蕭銘鈞(1998)、黃妙如(2002)與董潔如(2002)等之研究在網路媒介瀏覽動機上有資訊需求、社交需求與消磨時間等等。而在網路忠誠度的研究中，網站的資訊內容將影響使用者的再瀏覽意願(吳肇銘，2006)。

我國教育部於2001年2月開始推動「中小學資訊教育總藍圖」，希望學生能瞭解資訊科技的特色，並能創造新資訊，有效傳遞資訊(教育部電算中心，2001)；而九年一貫「健康與體育」的課程目標中包括「培養運用健康與體育的資訊、產品和服務的能力。」，此目標之內容涵蓋運動型網站之建構原則。因此，若能將網際網路之運動型網站結合「健康與體育」之教學，相信會有事半功倍的效果。

欲瞭解運動型網站結合「健康與體育」教學之可行性，必先探討國小學童在運動型網站之瀏覽行為因素。到底有哪些動機促使國小學童瀏覽運動型網站？這些因素中又有哪些促使國小學童再次瀏覽運動型網站？這些都是瞭解國小學童運動型網站瀏覽行為因素的重要課題。

基於國小學童使用電腦能力與成熟度以及研究者教學地區兩方面的考量，研究者選定臺北市國小高年級學童為本研究之對象；因此本研究希望探討臺北市國小高年級學童瀏覽運動型網站的現況，以及臺北市國小高年級學童在運動型網站的瀏覽行為因素中，是否會因人口變項而影響其瀏覽動機，是否會因為其瀏覽動機因素而影響其再瀏覽意願，並藉由研究結果

提供學校資訊教師、體育教師的教學引導與運動網站經營者對網站內容的提升及掌握未來發展趨勢。

二、研究目的

根據上述研究動機，本研究目的如下：

- (一)瞭解臺北市國小高年級學童瀏覽運動型網站現況。
- (二)瞭解臺北市國小高年級學童運動型網站之瀏覽動機各因素間之差異情況。
- (三)比較不同人口變項之臺北市國小高年級學童在「瀏覽動機」與「再瀏覽意願」之差異情況。
- (四)透過「瀏覽動機」內涵來預測「再瀏覽意願」。

三、名詞解釋

- (一)臺北市國小高年級學童：指九十五學年度就讀臺北市國小五、六年級普通班之學童。
- (二)運動型網站：指網站首頁的內容包含運動知識、運動明星、運動新聞、體育賽事、運動商品等等的相關資訊。
- (三)規律運動：指平均每週至少運動三次，每次運動時間三十分鐘以上，在運動中或結束時有感覺呼吸會喘與身體流汗的狀況。
- (四)瀏覽動機：「動機」是指引起個體活動，或維持已引起的活動，並促使該活動朝向某一目標的內在歷程(張春興，1991)。「瀏覽動機」則是指使用網路以滿足其需求之內在歷程。本研究是指在「瀏覽動機量表」中得分情況，當得分越高表示受試者動機越強烈。
- (五)再瀏覽意願：根據 Sirgy and Samli(1985)的研究即「使用者重覆瀏覽某特定網站的傾向」，本研究是指在「再瀏覽意願量表」中得分情況，分數愈高表示再瀏覽意願愈強。

貳、研究方法

一、研究架構圖

本研究架構以臺北市國小高年級不同人口變項之學童為自變項，以運動型網站瀏覽動機三個因素與再瀏覽意願為依變項。來探討人口變項現況、瀏覽動機各因素間之差異情況、比較不同人口變項在瀏覽動機與再瀏覽意願之差異情況與是否能透過瀏覽動機內涵來預測再瀏覽意願。本研究之研究架構圖如圖 2-1 所示。

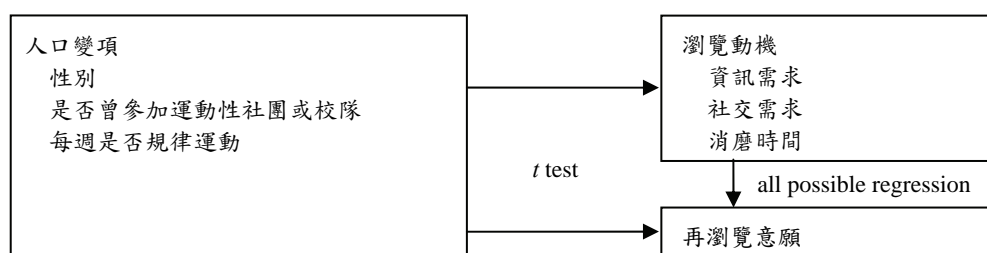


圖 2-1 研究架構圖

二、研究對象與抽樣實施

(一)研究對象

本研究的對象是指九十五學年度就讀臺北市國小五、六年級普通班之學童。

(二)抽樣實施

臺北市國民小學共計 153 所，由於學校與班級數量眾多，本研究依據民國 79 年所畫分之 12 個行政區，採用分層叢集抽樣的方式，每區選取 2 所學校，每所學校 5、6 年級各取 1 班共計 48 班；本研究於 96 年 3 月 5 日至 3 月 9 日進行預試，採用方式為自行設計之網路問卷填答，施測期間共回收 512 份問卷，剔除無流覽者與每題皆答一樣答案的廢卷等，共計回收有效問卷 200 份，回收率為 39.06%。

三、研究工具

(一)研究工具編製

本研究採自編之「臺北市國小高年級學童運動型網站瀏覽行為之研究問卷」作為研究工具，本問卷共分為「瀏覽動機量表」與「再瀏覽意願量表」等二個分量表。

1. 瀏覽動機量表

本量表參考黃妙如(2002)與董潔如(2002)之研究問卷，並調查高年級學童運動型網站使用情況加以編製而成，將瀏覽動機分類為「資訊需求」、「社交需求」與「消磨時間」等三個因素構面。

2. 再瀏覽意願量表

本量表參考吳肇銘(2006)、劉靜宜(2000)及 Sirgy and Samli(1985)等之研究問卷，加以修改編製而成。

問卷於初稿完後，先將問卷與相關專家和擔任國小電腦課程教師討論修改後，再送請國民小學高年級學童與資深高年級導師就內容與文句進行審視，以確保問卷具有良好的表面效度與內容效度。

(二)計分方式

本研究各量表採用 Likert 四點量尺予以評分，由受試者依感受強弱程度分為「非常不同意(符合)」、「不同意(符合)」、「同意(符合)」、「非常同意(符合)」，分別給予 1、2、3、4 的分數，得分愈高者，表示對該量表內涵認同愈高；得分愈低者，表示對該量表內涵認同愈低。

(三)項目分析

本研究採用相關分析法(correlation analysis)與內部一致性效標法(criterion of internal consistency)進行各量表之項目分析。本問卷各題得分與總分的相關已達顯著差異水準，且透過內部一致性效標法求出各題的決斷值(Critical Ratio，簡稱CR)，若CR值已達顯著差異水準($P < .05$)則該題保留，反之未達顯著差異水準則該題刪除。

由項目分析得知「瀏覽動機量表」與「再瀏覽意願量表」整體 α 係數值分別為.91與.89，表示量表具有相當不錯的信度；各題目 α 值均在.70以上，顯示量表具有良好的信度。

(四)信度與效度分析

根據 Hair、Anderson、Tatham、及 Black(1998)的研究指出，在自然科學的研究中，決定保留的因素所能解釋的變異量以能達到 95% 為宜，至於社會科學則以達到 60% 為宜；本研究屬於社會科學研究領域，各量表總累積解釋變異量達到 60% 以上即具有良好的建構效度。

進行因素分析時，採用主成分分析法(Principle component analysis)抽取共同因素，並保留特徵值大於 1 的共同因素，再以最大變異法(Varimax)進行正交旋轉(吳明隆，2003)，以探索各題目與共同因素間之關係。

1. 瀏覽動機量表

由表 2-1 得知經因素分析共取得三個因素，根據題意與涂志豪(1997)、郭珍利(1998)以及楊忠川(2000)等有關瀏覽網路動機之研究，經由因素分析後，1-7 題為「資訊需求」、12-16 題為「社交需求」以及 8-11 題為「消磨時間」。

三個因素分量表之特徵值分別為 4.52、3.71 以及 2.87，分別可以解釋總量表全部變異量的 28.24%、23.17% 以及 17.92%，合計解釋變異量為 69.32%。因此從解釋變異量來看，顯示本量表具有良好的建構效度。

三個因素分量表之 Cronbach α 值分別為 .91、.90 以及 .85，並且整體 Cronbach α 值為 .91，因此從 Cronbach α 值來看，顯示本量表具有良好的信度。

表 2-1 瀏覽動機量表之因素分析結果

因素名稱	題目	因素一	因素二	因素三	特徵值	解釋變異量	Cronbach α
資訊需求	5 可以讓我發現許多新的運動技巧而得到樂趣。	.80			4.52	28.24%	.91
	2 可以讓我瞭解我喜歡的運動而感到愉快。	.80					
	6 我可以獲得較多的體育訊息而感到愉快。	.76					
	1 是因為網站所呈現的內容是有趣的。	.75					
	3 是因為可以讓我感受到選手比賽時刺激的感覺。	.74					
	7 我可以了解如何促進健康的訊息而感到滿足。	.71					
	4 可以讓我瞭解即時體育活動的訊息而感到滿足。	.71					

社交需求	14 是我與人相互討論運動的方法。	.82	3.71	23.17%	.90
	15 是我與人相互分享運動資訊的方法。	.79			
	13 是我結交運動同好的方法。	.78			
	16 我可以從網友的協助，解決我運動相關的問題。	.77			
	12 是想要表達個人對運動的看法的一種方式。	.73			
消磨時間	9 我不清楚自己為什麼在瀏覽運動型網站。	.87	2.87	17.92%	.85
	8 瀏覽運動型網站時我經常漫無目的。	.85			
	10 我不認為瀏覽運動型網站可以對我有幫助。	.82			
	11 是因為我想暫時忘記正在進行的工作或課業。	.71			
總累計解釋變異量=69.32%			整體 Cronbach α =.91		

2.再瀏覽意願量表

由表 2-2 得知經因素分析只取得一個因素，根據吳肇銘(2006)有關網路忠誠度之研究並參考題目意涵將此因素命名為「再瀏覽意願」。此因素分量表之特徵值為 2.49，可以解釋的變異量為 83.03%。因此從解釋變異量來看，顯示本量表具有良好的建構效度。並且整體 Cronbach α 值為.89 來看，顯示本量表具有良好的信度。

表 2-2 再瀏覽意願量表之因素分析結果

因素名稱	題目	因素一	特徵值	解釋變異量	Cronbach α
再 瀏 覽 意 願	2 我會向他人推薦相關的運動型網站。	.93	2.49	83.03%	.89
	1 我願意再瀏覽相關的運動型網站。	.93			
	3 我會將相關的運動型網站加入「我的最愛」中。	.89			
總累計解釋變異量=83.03%			整體 Cronbach α =.89		

四、正式施測：

本研究問卷經預試完成後，即於 96 年 3 月 19 日至 3 月 30 日正式施測。

以臺北市 12 個行政區，採用分層叢集抽樣的方式，每區選取 2 所學校，每所學校 5、6 年級各取 2 班共計 96 班，期間共回收 1356 份問卷，剔除無瀏覽者與每題皆答一樣答案的廢卷等，計回收有效問卷 545 份，回收率為 40.19 %。

五、資料處理與分析

本研究採網路問卷調查法，問卷於施測回收後，刪除無效問卷，以 SPSS12.0 for Windows 套裝軟體進行統計分析，主要統計方法如下：

(一)描述性統計：

運用次數分配、百分比、平均數及標準差，來描述臺北市高年級學童人口特性（性別、是否曾參加過運動性社團或校隊、每週是否有規律運動）的分配情形。

(二)獨立樣本 *t* 檢定：

以人口變項（性別、是否曾參加過運動性社團或校隊、每週是否有規律運動）比較臺北市國小高年級學童在瀏覽動機與再瀏覽意願的有無差異情形。

(三)相依樣本單因子變異數分析：

用相依樣本單因子變異數分析來探討臺北市高年級學童運動型網站「瀏覽動機」構面中「資訊需求」、「社交需求」與「消磨時間」三因素的差異情形；並以 *LSD* 法進行事後比較。

(四)迴歸分析：

透過迴歸分析來分析臺北市高年級學童運動型網站在瀏覽動機與再瀏覽意願構面之因素間的關係。

(五)本研究統計分析採 $\alpha=.05$ 為顯著水準。

參、結果與討論

一、臺北市國小高年級學童瀏覽運動型網站之現況

臺北市國小高年級學童有瀏覽過運動型網站有 545 人，所佔比例為 40.19%；無瀏覽過的有 811 人，所佔比例為 59.81%。

由表 3-1 可知有瀏覽運動型網站的臺北市國小高年級學童共計 545 人，其人口變項特性如下所述：

- (一)性別方面：男生 332 人，所佔比例為 60.92%；女生 213 人，所佔比例為 39.08%。本研究性別比例與周業峰(2001)、董潔如(2002)及蘇麗英(2006)等之研究結果相同。
- (二)是否曾參加運動性社團方面：曾參加的有 298 人，所佔比例為 54.68%；不曾參加的有 247 人，所佔比例為 45.32%。
- (三)每週是否規律運動方面：具有規律運動者有 437 人，所佔比例為 80.18%；無規律運動者有 108 人，所佔比例為 19.82%。此結果之規律運動人口比例高於教育部(2006)之調查結果 65.90%，探究其原因為喜歡瀏覽運動型網站的學生對運動原本就有偏好。

表 3-1 有瀏覽運動型網站個人基本資料分析表(N=545)

人口變項	類別	人數	百分比
性別	男	332	60.92%
	女	213	39.08%
是否參加過運動性社團或校隊	曾參加	298	54.68%
	不曾參加	247	45.32%
每週平均運動天數	有規律運動	437	80.18%
	無規律運動	108	19.82%

二、臺北市國小高年級學童瀏覽運動型網站之瀏覽動機變項各因素間之差異分析

由表 3-2 可知臺北市國小高年級學童瀏覽運動型網站之「瀏覽動機」構面中「資訊需求」、「社交需求」與「消磨時間」三因素已達顯著差異 ($F=337.54^*$, $p=.00$)，必須進一步進行事後比較。

由表 3-3 可知透過 *LSD* 法事後比較發現，臺北市國小高年級學童瀏覽運動型網站之瀏覽動機各因素中，「資訊需求」與其他兩因素有顯著差異且平均數最高得分為 3.27，為第一等級；「社交需求」與「消磨時間」有顯著差異且平均數次之得分為 3.08，為第二等級；而「消磨時間」平均數得分為 2.38 最低，為第三等級。

根據余瑞好(2001)大學生使用電視台網站的動機與行為中發現，動機因素的「資訊需求」最強，與本研究相同，探究其原因應是運動型網站與電視台網站均屬特定性質網站，使用者瀏覽的原因大多是為尋求相關資訊而來。

在「消磨時間」因素上為最低等級與周業峰(2001)運動網站使用者之研究一致，認為運動網站的瀏覽者不是因打發時間而來，而是為了特定目的。

表 3-2 臺北市高年級學童瀏覽動機之變異數分析摘要表

變異來源	SS	df	MS	F	p
受試者 SSs	677.20	544	1.25		
自變項 SSa	241.91	2	120.96	337.54*	.00
誤差項 SSsa	389.87	1088	.36		

* $p<.05$

表 3-3 臺北市高年級學童瀏覽動機之事後比較摘要表

瀏覽動機內涵	M	資訊需求	社交需求	消磨時間
資訊需求	3.27	-	*	*
社交需求	3.08		-	*
消磨時間	2.38			-

* $p<.05$

三、不同人口變項之臺北市國小高年級學童在瀏覽動機與再瀏覽意願之差異分析

(一) 瀏覽動機方面

1. 性別

由表 3-4 可知臺北市國小高年級學童在瀏覽動機的各因素上，不同性別學生在「消磨時間」因素上已達顯著差異，且男生的得分 2.44 高於女生的得分 2.27，顯示男生比女生較常漫無目的的在運動網站上瀏覽。

表 3-4 不同性別之學生對於瀏覽動機之差異表

因素別	男生(N=332)		女生(N=213)		t	p
	M	SD	M	SD		
資訊需求	3.31	.76	3.21	.60	1.66	.10
社交需求	3.11	.84	3.02	.71	1.43	.15
消磨時間	2.44	.99	2.27	.76	2.20*	.03

* $p < .05$

2. 是否曾參加運動性社團或校隊

由表 3-5 可知臺北市國小高年級學童在瀏覽動機的各因素上，是否曾參加運動性社團之學生在「資訊需求」與「社交需求」因素上已達顯著差異。在「資訊需求」與「社交需求」曾經參加者得分分別為 3.34 與 3.15 均高於不曾參加者得分 3.18 與 2.99，探究其原因應為曾參加過運動性社團或校隊者，原本對於運動就有所偏好在體育流行的話題或相互討論運動的技巧上均較不曾參加運動性社團或校隊者有較強的動力。

表 3-5 是否曾參加運動性社團或校隊者對於瀏覽動機之差異表

因素別	曾經參加(N=298)		不曾參加(N=247)		t	p
	M	SD	M	SD		
資訊需求	3.34	.70	3.18	.70	2.64*	.01
社交需求	3.15	.80	2.99	.78	2.29*	.02
消磨時間	2.36	.96	2.40	.86	-.57	.57

* $p < .05$

3.每週是否規律運動

由表 3-6 可知臺北市國小高年級學童在瀏覽動機的各因素上，每週是否規律運動者在「資訊需求」與「社交需求」因素上已達顯著差異。在「資訊需求」與「社交需求」上每週有規律運動者得分分別為 3.31 與 3.11 均高於無規律運動者得分 3.10 與 2.92，探究其原因應為每週有規律運動者，在健康身心的要求較高，所以對於健康資訊的瞭解與分享運動的方法上均較無規律運動者有較高的意願。

表 3-6 每週是否規律運動者對於瀏覽動機之差異表

因素別	每週有規律運動(N=437)		每週無規律運動(N=108)		t	p
	M	SD	M	SD		
資訊需求	3.31	.71	3.10	.68	2.83*	.01
社交需求	3.11	.80	2.92	.76	2.29*	.02
消磨時間	2.36	.94	2.45	.78	-1.01	.31

* $p < .05$

(二)再瀏覽意願方面

1.性別

由表 3-7 可知臺北市國小高年級學童在再瀏覽意願的因素上，不同性別學生並無顯著差異。

表 3-7 不同性別之學生對於再瀏覽意願之差異表

因素別	男生(N=332)		女生(N=213)		t	p
	M	SD	M	SD		
再瀏覽意願	3.20	.90	3.06	.82	1.81	.07

* $p < .05$

2.是否曾參加運動性社團或校隊

由表 3-8 可知臺北市國小高年級學童在再瀏覽意願的因素上，是否曾參加運動性社團或校隊者在再瀏覽意願的因素上已達顯著差異。且曾參加者得分 3.26 高於不曾參加者得分 3.01，探究其原因應是曾參加者為持續關

心體育流行話題或與同類型運動網友互動，對於相關的網站加入「我的最愛中」或將運動型網站推薦給他人較不曾參加者意願高。

表 3-8 是否曾參加運動性社團或校隊者對於再瀏覽意願之差異表

因素別	曾經參加(N=298)		不曾參加(N=247)		t	p
	M	SD	M	SD		
再瀏覽意願	3.26	.84	3.01	.89	3.24*	.00

* $p < .05$

3. 每週是否規律運動

由表 3-9 可知臺北市國小高年級學童在再瀏覽意願的因素上，是否規律運動者具有顯著差異。每週有規律運動者得分 3.21 高於無規律運動者得分 2.88，探究其原因應是每週有規律運動者為持續瞭解有關健康的資訊，對於在「我的最愛中」加入相關的網站較無規律運動者意願高。

表 3-9 每週是否規律運動者對於再瀏覽意願之差異表

因素別	每週有規律運動(N=437)		每週無規律運動(N=108)		t	p
	M	SD	M	SD		
再瀏覽意願	3.21	.86	2.88	.90	3.53*	.00

* $p < .05$

四、瀏覽動機內涵來預測再瀏覽意願分析

由表 3-10 再瀏覽意願與瀏覽動機構面各內涵之相關矩陣可知，再瀏覽意願與瀏覽動機構面中三個因素皆有顯著相關。其中相關的強弱，以「資訊需求」係數.65 最高、「社交需求」係數.54 次之，二變項間相關係數介於.5~.7 之間，為中強相關，而以「消磨時間」係數.17 最低；此三個配對之相關係數值均呈現正相關，因此具有高度的瀏覽動機的學生，也有高度的再瀏覽意願。

表 3-10 再瀏覽意願與瀏覽動機構面各內涵之相關矩陣(N=545)

	再瀏覽意願	資訊需求	社交需求	消磨時間
再瀏覽意願	1			
資訊需求	.65*	1		
社交需求	.54*	.72*	1	
消磨時間	.17*	.31*	.39*	1

* $p < .05$

透過適當性檢定統計量可以找到最適當的回歸模式，其中指標判斷的標準分別為：估計標準誤(MSE)、Akaike 的訊息效標(AIC)、Amemiya 的預測效標(PC)、Schwarz 的貝氏效標(SBC)等值愈小與校正後的決定係數(Adj R^2)愈大，則該模式愈會是一個適當模式(王保進，2006)，得表 3-12。

由表 3-11 可知不論使用哪一項適當性檢定統計量檢驗，最適當迴歸模式均是投入「資訊需求」與「社交需求」的迴歸模式。

表 3-11 最適當模式的各項適當性檢定統計量摘要表

回歸模式	MSE	AIC	PC	SBC	Adj R^2
「資訊需求」、「社交需求」	.66	-451.83	.57	-438.93	.43

由表 3-12 可知，臺北市國小高年級學童的瀏覽動機對再瀏覽意願的標準化係數為.66，已達顯著差異水準。決定係數(R^2)是.43，可知瀏覽動機預測再瀏覽意願的可解釋變異量為 43%。其間的關係可以下式表示：

再瀏覽意願 = 資訊需求 × .68 + 社交需求 × .16。

依據因果關係式可知瀏覽動機的資訊需求(知識、技巧、體育活動訊息與健康資訊)較高者，與社交需求(結交運動同好、相互討論與分享運動的方法)較高者會有較強的再瀏覽意願。

表3-12 瀏覽動機與再瀏覽意願的迴歸分析摘要表

投入變項	β	標準誤	標準化係數	t值	p
常數	.44	.14		3.24*	.00
資訊需求	.68	.06	.55*	11.67*	.00
社交需求	.16	.05	.15*	3.10*	.00
$F=208.19^*$ ($df=544$)		$R=.66$	$R^2=.43$		

* $p < .05$

肆、結論與建議

一、結論

根據本研究的目的，經由上述的結果與討論後，可具體提出下列的結論。

(一)在臺北市國小高年級學童瀏覽運動型網站的現況方面，目前臺北市高年級學童曾經瀏覽過運動型網站的比例約為四成，而在有瀏覽過運動型網站的人口變項方面：男生高於女生、曾經參加過運動性社團或校隊者高於不曾參加者與規律運動者高於無規律運動者。

(二)在臺北市國小高年級學童瀏覽運動型網站之瀏覽動機各因素間差異方面，結果顯示瀏覽動機最高者為「資訊需求」，其次為「社交需求」，而「消磨時間」為最低。

(三)在比較不同人口變項之臺北市國小高年級學童在瀏覽動機與再瀏覽意願之差異的部分：

1.在瀏覽動機方面：在「消磨時間」的因素上男生高於女生；在「資訊需求」與「社交需求」兩個因素上曾經參加過運動性社團或校隊者高於不曾參加者、每週有規律運動者高於無規律運動者。

2.在「再瀏覽意願」方面：曾經參加過運動性社團或校隊者高於不曾參加者、每週有規律運動者高於每週無規律運動者。

(四)瀏覽動機內涵來預測再瀏覽意願分析情況

透過迴歸分析發現投入「資訊需求」與「社交需求」是最適當模式，其間的關係式為：

$$\text{再瀏覽意願} = \text{資訊需求} \times .68 + \text{社交需求} \times .16$$

二、建議

(一)研究結果顯示，參加過運動性社團或校隊及每週有規律運動的學生對於瀏覽運動型網站之動機與再瀏覽意願皆較強，故若要推廣體育教學結合運動型網站，應鼓勵學生培養規律運動及多參加運動性社團或校隊。

(二)根據研究結果，在瀏覽動機中以運動的知識、技巧、體育活動與健康資訊等等的資訊需求最為重要，在網站中結交運動同好並相互討論與分享運動的方法跟資訊等等的社交活動次之；在回歸分析後的關係式：

$$\text{再瀏覽意願} = \text{資訊需求} \times .68 + \text{社交需求} \times .16$$

更加可以說明網站經營者須加強資訊的多樣化，並提供使用者互動的環境，才能吸引更多的使用者並提高再瀏覽的意願。

(三)對未來研究之建議

本研究僅對運動網站使用者的人口變項現況、瀏覽動機與再瀏覽意願做討論，在顏永森(2001)的研究中認為網站中資訊可靠性、專業性與娛樂性等服務品質會影響使用者網站的態度與再瀏覽意願，若進一步從運動型網站服務品質層面考量，則對臺北市國小高年級學童瀏覽運動型網站有較深又廣的瞭解，將更能促進資訊與體育課程的結合。

參考文獻

- 王保進(2006)。中文視窗版 SPSS 與行為科學研究。臺北市：心理出版社。
- 田文良(2000)。使用者涉入對網際網路服務品質的影響。國立臺灣大學資訊管理研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 余瑞好(2001)。大學生使用電視台網站的動機與行為—以中國文化大學學生為例。中國文化大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 李金泉(1992)。SAS/PC 應用手冊-多變量應用統計與研究分析實務。臺北市：松崗。
- 吳肇銘(2006)。影響消費者網路忠誠度之因素研究-以購物型網站為例。資

- 訊管理展望，8(1)，45-68。
- 吳明隆(2003)。SPSS統計應用學習實務。臺北市：知域數位科技。
- 周業峰(2001)。運動網站使用者之研究。國立體育學院體育研究所碩士論文，未出版，台北縣。
- 林奇秀(1995)。圖書館的瀏覽行為。美國資訊科學學會台北學生分會會訊，8，39。
- 張春興(1999)。心理學概要。臺北市：東華書局。
- 國際電子商務快訊(2000)。網路研究顯示：掌握客戶，勝利在握。取自 <http://www.nii.org.tw/CNT/ECNews/ecright.asp?NewsDate=2000/4/19>
- 黃妙如(2002)。網路使用者之媒體使用習慣與網路使用動機對網路廣告效果之影響研究。國立交通大學管理科學系碩士班碩士論文，未出版，新竹市。
- 葉亭佳(2007)。我國網際網路用戶數調查。取自 <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=165>
- 董潔如(2002)。高中學生網路使用動機、使用行為、個人特性與網路沉迷現象之初探。國立中山大學傳播管理研究所碩士班碩士論文，未出版，高雄市。
- 蘇麗英(2006)。線上讀者使用動機與滿意之研究-以國立自然科學博物館網路簡訊月刊為例。南華大學出版事業管理研究所碩士論文，未出版，嘉義縣。
- 蕭銘鈞(1998)。台灣大學生網路使用行為、使用動機、滿足程度與網路成癮現象之初探。交通大學傳播研究所碩士論文，未出版，新竹市。
- 顏永森(2001)。網路商店服務品質對消費者網站態度影響之實證研究。2001年科技與管理學術研討會論文集，238-250。
- Sirgy, M. J. and Samli, A. C. (1985). A Path Analytic Model of Store Loyalty Involving Self-Concept, Store Image, Geographic Loyalty, and Socioeconomic Status. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 13, 265-291.
- Wortzel, R. (1979). New Life Style Determinants of Woman's Food Shopping Behavior. *Journal of Marketing*, 43, 28-29.

The Factors Affecting the Motivation to Browse and the Willingness to Rebrowse Sports Oriented Websites: A Study on the 5th and 6th Graders in Taipei City

Hsien-Yuan Lin ^{*}, Ta-Wei Han ^{**}

Abstract

The objective of this study is to research the status-quo and the variance of the motives to browse and re-browse the sports oriented websites. The data were collected through the responses based on the on-line questionnaires. The subjects were sampled from 48 classes according to the strata cluster sampling method. 1356 students from 48 classes, 2 classes from the 5th and 6th grades of each selected schools, and 2 schools from each district were selected in a sequence. It was observed in the result as following. (1) About 40% of the 5th and 6th graders in Taipei city had browsed the sports oriented websites, and the male students prevailed. The students who had joined the sports clubs or school teams browsed more than those who didn't. The students who exercised regularly browsed more than those who didn't. (2) The motives of the subjects

* Postgraduate, Institute of Physical, Taipei Municipal University of Education

** Associate professor, Institute of Physical, Taipei Municipal University of Education

to browsed the sports oriented websites were out of “ the need for information”, “the social need”, and ”the need to kill time” in order. (3) The motives regarding “to kill time” were stronger for the male students than the female students. The subjects who had been members of the sports clubs or school teams as well as those who exercised regularly each week had stronger motives regarding browsing for “information need’ and “social need” as well as re-browsing. (4) The motives to browse for “information need” and “social need” were positively correlated to the motives to re-browse.

Keywords: sports oriented websites, the motives to browse, the motives to re-browse