

生活型態對運動休閒服飾需求與購買行為差異性研究—以大台北地區民眾為例

何依倫, 李堯賢, 朱宗緯, 廖國鋒

財務管理學系

管理學院

hsien@chu.edu.tw

摘要

本研究運用問卷調查法透過生活型態，人口統計變數，運動休閒服飾之功能與購買行為四個變數，對象乃對大台北地區的民眾採簡易隨機取樣方式施放問卷，有效問卷176份，以敘述性統計分析，集群分析，多變量變異數分析，單因子變異數分析以及無母數等分析方法，詮釋變數間的差異與關聯性。研究結果顯示：1. 不同之生活型態群之間，其運動休閒服之功能需求有顯著差異。2. 不同之生活型態群之間，其運動休閒服之身分表徵需求有顯著差異。3. 不同之生活型態群之間，其運動休閒服之時尚與流行需求有顯著差異。4. 不同性別群之間，其運動休閒服之身分表徵需求有顯著差異。5. 不同年齡群之間，其運動休閒服之身分表徵需求有顯著差異。6. 不同職業群之間，其運動休閒服之身分表徵需求有顯著差異。7. 不同年齡群之間，其運動休閒服之時尚與流行需求有顯著差異。8. 不同之生活型態群之間，其運動休閒服購買地點之交通便利性需求有顯著差異。9. 不同之生活型態群之間，其運動休閒服購買頻率有顯著差異。10. 不同性別群之間，其對運動休閒服購買地點之交通便性需求有顯著差異。11. 不同性別群之間，其運動休閒服購買頻率有顯著差異。12. 不同職業群之間，其運動休閒服購買頻率有顯著差異。

關鍵字：生活型態、購買行為。