

## 創新傳佈理論之創新認知屬性研究-以台灣運動彩券為例

張庭瑄 / 臺北市立體育學院

鄭俊傑 / 真理大學

陳伯儀 / 臺北市立體育學院

### 摘要

本研究主要目的在探討運動彩券在台灣為一個新事物，藉由創新傳佈理論的創新認知屬性之五項特質探討運動彩券其相容程度。採用的研究方法是文獻分析與內容分析法。研究結果顯示，台灣運動彩券由於為政府授權於民間經營發行的運動彩券，消費者投注時更是不必去擔心其是否符合合法性，也因為其不單單擁有眾多的實體銷售據點並且也可以利用虛擬投注，使消費者更能夠便利的進行投注，其最大的相對優勢為具有合法性以及銷售便利性極高的優勢；然而又因為台灣運動彩券乃是根據公益彩券發行條例及其所屬公益彩券管理辦法發行之，所以消費者可不必再花費大量的時間重頭去適應其內部的法令規章，只需了解其遊戲玩法，就可輕鬆開始進行投注，其相容性亦是極高；而運動彩券具有相當複雜的玩法，較不容易使人們了解，其玩法複雜性極高；而台灣運動彩券是可以經過消費者進行試驗的，其是經由政府單位審核通過後，唯一核准設立的合法運動彩券經銷商，所以有著法令規範可以保障投注者的權益；而台灣運動彩券也是具備可觀察性的，其廣告、推廣及公關活動可讓人們觀察到，並且可以明確的去了解其內容所述。

**關鍵詞：**運動彩券、創新傳佈理論、創新認知屬性

### 壹、緒論

#### 一、研究背景

在這一個人娛樂事業發展盛行的社會下，從事博弈投注的人們不曾消失過。從台灣最早的大家樂，還是近幾年發行的樂透彩來說，皆可以看出博弈投注在人們的日常生活娛樂之中佔著不可或缺的角色，然而，近年來台灣發行了運動彩券，更增加了人們對於從事博弈投注的選擇性。

綜觀全球運動產業現況，目前在全球已有八十個以上國家，包括義大利、法國、德國、日本、中國大陸、韓國等發行二十種以上的運動彩券，每年發行總額在兩仟億美元以上，以作為維持體育事業的經費之來源(周錫祥，2006)。

我國行政院體育委員會(2007)亦表示，政府體育經費不足是長期以來存在的問題，連帶影響體育運動事務之發展。鑑於近年來政府財源愈趨拮据，企業贊助怯步，為了可以使我國在國際體育競賽之表現能得到實質鼓舞作用，便計畫仿效先進國家已發行運動彩券等集體育資源，成功地推展體育運動，進一步活絡體育運動相關產業，以創造優質運動環境，且認為此計畫是唯一可行之策略。

行政院體育委員會於96年04月26日正式向財政部提出發行運動彩券之申請，並研



提「徵求運動特種公益彩券發行機構公告事項」(草案)送請財政部依法公告甄選發行機構(行政院體育委員會, 2007)。

而運動彩券對於台灣社會來說是一個較陌生的東西,這是一個剛發行的事物,所以我們以創新認知屬性—相對優勢、相容性、複雜性、可試驗性和可觀察性等其五大特性來分析探討台灣運動彩券。

## 二、研究目的

針對上述的研究背景,旨在研究以創新認知屬性分析探討台灣運動彩券。其具體目的如下:運動彩券在台灣為一個新事物,藉由創新傳佈理論的創新認知屬性之五項特質檢測運動彩券其相容程度。

## 三、研究問題

針對上述的研究背景與研究目的,本研究在探討台灣運動彩券與創新認知屬性相容程度為何?

# 貳、文獻探討

## 一、運動彩券

運動彩券亦是體育產業的一部分。張發強(1997)表示,體育產業是為了滿足人們日益增長的體育需求,而使體育產品進入生產、消費和服務的產業。其核心是把體育事業看成是一個生產體育產品和提供體育服務的產業和行業,運動彩券亦是如此,藉由彩券與體育運動項目或是賽會舉辦相結合,提供一種分配中獎機會,讓民眾在參與體育運動之餘,亦可以享受到另類的感受。金兒妍(2003)指出運動彩券包含了廣義的運動彩券以及狹義的運動彩券:

- (一) 廣義的運動彩券:所謂廣義的運動彩券,係指玩法或發行之目的與運動相關的各類彩券,例如中國大陸現在發行的「體育彩券」和韓國發行的「體育福券」、「世界盃福券」...等。
- (二) 狹義的運動彩券:所謂狹義的運動彩券,係指以運動比賽為主而發行的彩券,這種運動彩券的中獎不僅需要靠運氣,也需要消費者對比賽隊伍的各種資訊做進一步的分析,例如中國的「足球體育彩券」和日本以及韓國發行的「國民體育振興投票券」...等。

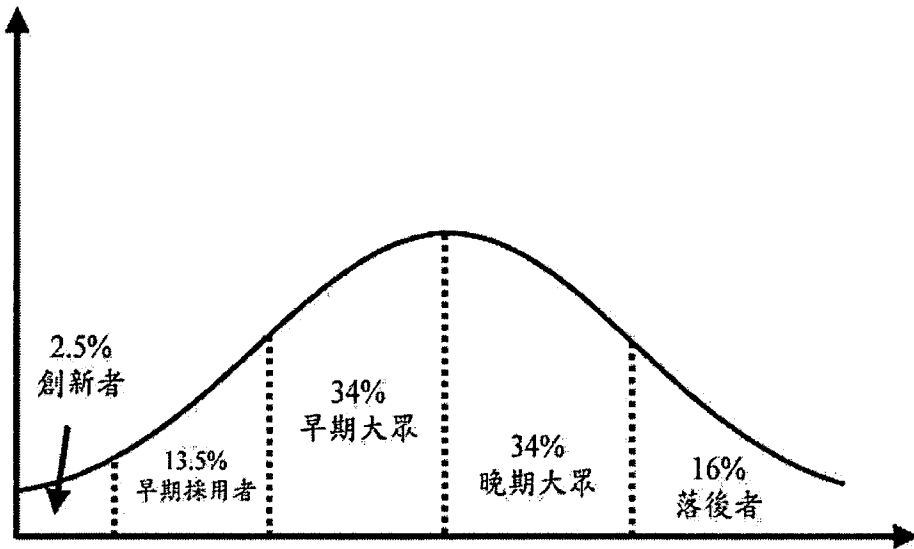
## 二、創新傳佈理論

Rogers 表示創新的事件要順利的傳佈,包括了四個主要的要件:新事物(The Innovation)、傳播管道(Communication Channel)、時間(Time)以及社會體系(Social System)。此外,Rogers 原本是將「採納者(Adopter)」這項因素放在「時間」當中,但由於「採納者」是傳播的主要個體,因此有些學者把「採納者」的因素獨立出來,列為創新傳佈的第五個要素。



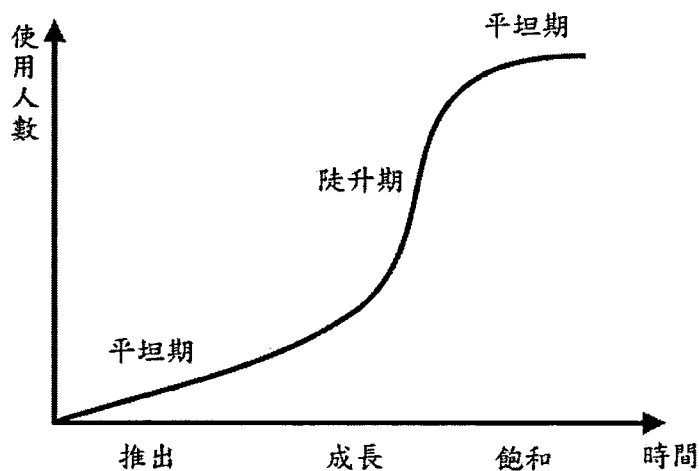
- (一) 創新 (The Innovation) : Rogers 認為所謂的新事物, 可以包括新發明或新知識、新觀念。一般人在決定是否採用某個新事物時, 新事物的關鍵因素包含相對優勢、相容性、複雜性、可試驗性及可觀察性五大特性 (Rogers, 1995; 翁秀琪, 1996)。
- (二) 傳播管道 (Communication Channel) : 傳播管道的作用在於將新事物傳佈到社會成員, 新事物在市場擴散的快慢, 和產品訊息在何種傳播管道散布有關。Rogers 指出傳播管道可分為大眾媒介和人際管道, 大眾傳播主要在提供新事物的資訊 (如廣告), 對改變潛在使用者的認知比較有力; 人際傳播則再勸服人們採用新事物上較有效 (如意見領袖), 較能改變態度與行為。新事物的傳播者與接受者如果同質性越高, 則彼此之歸屬感和移情能力越強, 新事物的傳播越容易成功; 但若傳播參與者同質性越高, 則會比較封閉而不容易接受新事物, 所以最好是同中求異。此外即使社經地位、教育程度或其他人口變相接近, 但對新事物的認知則有高下之分, 所以從高認知者傳播給低認知者較有效 (Rogers, 1995)。
- (三) 時間 (Time) : 新事物的時間因素, Rogers 就個人經歷方面, 提出了五個階段 (Rogers, 1995; 翁秀琪, 1996) :
1. 知曉階段 (knowledge) : 指個人接觸、瞭解新事物訊息而暴露於新事物傳佈中。
  2. 說服階段 (persuasion) : 指個人對於新事物態度的形成期。
  3. 決定階段 (decision) : 指個人進行觀察、請教專家, 選擇採納新事物與否。
  4. 施行階段 (implementation) : 指個人開始試用新事物或嘗試新觀念。
  5. 確定階段 (confirmation) : 指個人在試用一段時間之後, 決定繼續採用或取消使用新事物的決定。
- (四) 社會體系 (Social System) : 社會體系是一群有關聯的單位, 這些單位為了解決問題, 達成共同目標而結合, 單位可以是個人、團體、組織或者是社會次系統, 而社會體系即是新事物發生的所在以及擴散的環境。社會體系中, 不同的組織結構 (如不同的文化) 和社會規範 (如政府的法規政策) 會影響新事物的傳佈。社會體系中的意見領袖 (有重要人際影響力者), 通常具有較高的社經地位、高教育程度、較具創新性而優先使用新事物, 他們對新事物的看法會影響其週遭的人對新事物的態度, 因此是傳佈過程中非常重要的人物 (Mayko & Perlmutter, 1998)。
- (五) 採納者 (Adopter) 根據個人在社會系統中採用新事物的速率, Rogers 將人的創新程度分為五類 (圖一) :
1. 創新者 (innovators) : 較有冒險精神, 勇於嘗試新事物。
  2. 早期採用者 (early adopters) : 社會地位較高, 能在意見上領導別人。
  3. 早期大眾 (early majority) : 行事謹慎, 深思熟慮。
  4. 晚期大眾 (late majority) : 疑神疑鬼, 一般皆因經濟必要或團體壓力才接納新事物。
  5. 落後者 (laggards) : 守舊孤立、見識不廣。
- 研究發現, 這五類採用者, 其在人口背景、個人特質及其他新事物之使用習慣上皆有很大的差異。(Rogers, 1995; 楊淑貞, 2002; 鐘瑞芳, 2004)





圖一 創新採用者之類別

一般而言，在創新傳佈的過程當中，採用者的數目會隨時間演進成鐘形「常態分配」；採用者數目經累積計算後，則為一個S型累積曲線（圖二）。這表示新事物推出時採用者不多，隨時間過去採用人數才逐漸增多，等到社會體系大部分成員接受新事物之後，速度逐漸趨緩（黃美珍，1994）。不同新事物的S型累積曲線坡度不同，較陡的表示新事物被採用的速度較快；而較緩的表示新事物被採用的速度較慢。一般來說，當採用者佔全體人口比例為10%至25%的時候，S型曲線開始快速上揚，這10%到25%之間的人口被稱為「關鍵多數（critical mass）」（Rogers, 1995）。



圖二 創新採用者S型累計曲線圖



國內外創新傳佈理論主要用在評估農業發展、家庭計畫或是公共衛生等方面，後來逐漸將範圍延伸至宣導預防愛滋病、癌症以及戒菸等健康議題。但隨著科技迅速的發展，創新傳佈理論也開始觸及科技產品方面，而應用在運動方面的研究國內為數不多，但國外已有許多學者針對使用在運動等議題上(蔡建宏，2005)。

運動彩券現在處於剛推出並朝成長期階段前進，對台灣而言運動彩券是一項新事物，所以我們將用創新傳佈中的創新認知屬性檢測運動彩券的發行是否有應用到創新的五大特質。

### 三、創新認知屬性

創新本身的特性與接受者的個人特質及社經地位密切相關，因此深入了解創新與接受者特質，將是成功擴散的第一步，並藉由其內的相對優勢、相容性、複雜性、可試驗性和可觀察性等五大特性來檢測(Rogers，1995)。

- (一) 相對優勢：相對優勢是指創新比被其取代的現有觀念或技術優越多少的程度。相對優勢通常是以經濟利益、社會聲望或其他方式來衡量。
- (二) 相容性：相容性是指創新被認為和目前的價值系統、過去的經驗以及和潛在接受者的需求相一致的程度。相容性越高，對潛在接受者來說其不確定性越低，同時也更切和他目前的情況。相容性也有助於個人解讀創新的意義，使他更具親和力。創新的相容性要看他是否和以下幾種因素相容：1.社會價值系統和信仰系統；2.過去曾被推廣且被接受的思想；3.客戶對創新的需求。
- (三) 複雜性：複雜性是指理解和使用創新的難易程度。每一個創新都可以按難易程度來歸類。有些創新本身的意義很容易為前在接受者了解，但有些卻不然。
- (四) 可試驗性：可試驗性是指創新可以在有線基礎上被試驗程度。通常那些可以做階段性試驗的創新，較那些不能進行試驗的創新，會更被人們接受。有些創新是很難分段做階段性試驗的，但有的卻相當可行。個人試用是以個人方式來詮釋創新。
- (五) 可觀察性：可觀察性是指創新後果可被他人觀察的程度。有些新觀念很容易被人觀察到，同時也容易讓他人了解；有些創新則不易觀察，也不容易向別人轉述。

而使用此研究方法的只有少數的學者，賴英豪(2005)利用創新特質、使用動機與滿足程度探討網路電話使用行為，想探究網路電話使用者有哪些使用動機，使用後獲得的滿足程度，動機與滿足之間的相關性以及影響獲得滿足的面相有哪些；最後配合創新傳佈理論的「創新特質」部分，了解網路電話使用者對網路電話的觀感為何，有甚麼因素會影響他們採用網路電話，並驗證「創新特質」能否有效預測網路電話今後的發展。研究結果，當個人創新性程度越高，對網路電話媒介創新特質有越正面的感知，那麼使用網路電話動機越強。

過去使用創新認知屬性做為研究方法的只有科技產品，較少使用在運動性產品、運動管理、運動組織上，所以我們將用此研究方法研究運動彩券這項新事物，是否符合創新的五大特質。



### 參、研究方法

本研究採用的研究方法為文獻分析法，進行質化研究的內容分析。研究內容為探討創新傳佈理論其創新認知屬性與運動彩券之影響，因此將研究內容以及相關文獻統整為兩大部分：

- 一、為運動彩券相關文獻與相關研究，並將創新認知屬性其五大特性來檢測運動彩券。
- 二、為利用各個學者對於創新的定義來驗證台灣運動彩券符合創新的定義，期望從中歸納出可能的影響及建議。

### 肆、研究結果

#### 一、相對優勢

經由本研究可以得知台灣運動彩券相較於地下賭盤以及公益彩券，其更具有高的合法性以及較高的投注便利性，如表一：

表一 運動彩券、地下賭盤及公益彩券之相對優勢分析比較

	運動彩券		地下賭盤	公益彩券
	合法性	是	否	是
相對優勢	總銷售獎金分配比	百分之七十五	百分之九十五	百分之七十五
	投注便利	1、實體銷售 2、網路投注 3、電話投注	需熱門熟路經 由特殊管道	實體銷售

#### 二、相容性

經由本研究可以得知台灣運動彩券與公益彩券期都是經由公益彩券發行條例所發性及其都有著將其營業盈餘做為公益回饋之用，其相容性亦是極高，如表二：

表二 運動彩券、地下賭盤及公益彩券之相容性分析比較

相容性	運動彩券		地下賭盤	公益彩券
	法令	運動特種公益彩券管理辦法	無	公益彩券發行條例
	公益回饋	是	否	是

#### 三、複雜性

經由本研究可以得知台灣運動彩券相較於地下賭盤以及公益彩券，其玩法複雜性是較高的，由此可得知其複雜性是較高的，如表三



表三 運動彩券、地下賭盤及公益彩券之複雜性分析比較

	運動彩券	地下賭盤	公益彩券
複雜性	玩法複雜 是	否	是

#### 四、可試驗性

經由本研究可以得知台灣運動彩券及公益彩券期都是可以利用較低的金額進行單助投注來試驗，其可試驗性亦是高的，如表四：

表四 運動彩券、地下賭盤及公益彩券之可試驗性分析比較

	運動彩券	地下賭盤	公益彩券
可試驗性	單助投注金額 是	否	是

#### 五、可觀察性

經由本研究可以得知台灣運動彩券其可以利用廣告、推廣以及公關活動來供消費者進行觀察，如表五：

表五 運動彩券、地下賭盤及公益彩券之可觀察性分析比較

	運動彩券	地下賭盤	公益彩券
可觀察性	廣告、推廣、 公關活動 是	否	是

### 伍、結論及建議

主要係針對本研究做整體的概述，並根據研究結果提出結論與建議，以作為未來台灣運動彩券發行以及未來發展之參考與後續研究之參酌依據。

本研究旨在運用創新傳佈理論之創新認知五大特性來檢測台灣運動彩券，經過蒐集相關研究論述、各類文獻資料與台灣運動彩券之相關資料，以文獻分析加以歸納統整，所得結果經討論後獲得以下結論，並提出建議，茲分別陳述之。

#### 一、結論

本研究結果得知，台灣運動彩券由於為政府授權於民間經營發行的運動彩券，消費者投注時更是不必去擔心其是否符合合法性，也因為其不單單擁有眾多的實體銷售據點並且也可以利用虛擬投注，使消費者更能夠便利的進行投注，其最大的相對優勢為具有



合法性以及銷售便利性極高的優勢；然而又因為台灣運動彩券乃是根據公益彩券發行條例及其所屬公益彩券管理辦法發行之，所以消費者可不必再花取大量的時間重頭的去適應其內的法令規章，只需了解其遊戲玩法，就可輕鬆的開始進行投注，其相容性亦是極高；而運動彩券具有相當複雜的玩法，其複雜性極高是未來可以加以改進的地方；而台灣運動彩券可以經過消費者進行試驗，其是經由政府單位審核通過後，唯一核准設立的合法運動彩券經銷商，所以有法令規範可以保障投注者的權益；而台灣運動彩券也具備可觀察性，其廣告、推廣及公關活動可讓人們觀察到，並且可以明確的去了解其內容所述。

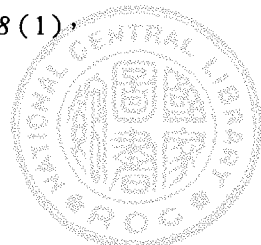
## 二、建議

依據本研究之發現，研究者提出以下幾項建議，作為以作為未來台灣運動彩券發行以及未來發展之參考與後續研究之參酌依據。

根據 Rogers (1995) 的創新認知屬性，被認定為具有較高的相對優勢、相容性、可試驗性、可觀察性和較低複雜的創新新事物，會較其他創新更快被接受。然而，近年來國內地下賭盤太過猖獗，估計有 1500 億投注市場(張芬芬, 2009)，最近又爆發職棒簽賭打假球的案件，由此可見，雖然台灣運動彩券的發行符合創新認知屬性五大特性，其創新被大眾接受率應為快速的，但地下賭盤仍然擁有極大的市場以及影響力，台灣運動彩券以及地下賭盤兩者的優劣勢，是未來台灣運動彩券研究可以去分析探討的。

## 參考文獻

- 尤欽弘 (2008)。大學生參與運動彩券投注行為意圖之研究。未出版之碩士論文，輔仁大學體育學系碩士班，台北縣。
- 李宗哲 (2001)。運動彩券制度規劃之研究：臺北：行政院體育委員會。
- 宋叡德(2006)。專業知識、網路使用與新能源科技創新者之創新採納：以聯合國工業發展組織氫能源科技國際中心網頁使用者為例。未出版之碩士論文，世新大學廣播電視電影研究所，台北市。
- 吳奇峰(2008)。台北地區樂透彩券與運動彩券購買動機與行為之研究。未出版之碩士論文，華梵大學工業工程與經營資訊學系碩士班，台北縣。
- 周錫洋(2006)。運動彩券之行銷策略研究。未出版之碩士論文，國立台北大學企業管理學系，台北縣。
- 金兌妍 (2003)。亞洲運動彩券發行之分析—以中國、日本、韓國為例。未出版之碩士論文，國立臺灣師範大學體育學系碩士班，台北市。
- 施婉婷、侯昌連(2009)。運動彩券消費者對虛擬與實體通路之服務重視傾向探討。國民體運季刊, 38 (1), 157。
- 陳建龍(2000)。網路學習之預測與評估。未出版之碩士論文，國立台北科技大學技職教育研究所。台北市。
- 陳金盈、葉丁鵬(2009)。運動彩券盈餘應用於體育發展之探討。國民體運季刊, 38 (1), 157。



- 陳伯儀(2009)。台灣運動彩券發行對運動產業發展之效益評估。《國民體運季刊》，38(1)，157。
- 陳雨鑫(2009)。台灣運動彩券的回顧與展望。《國民體運季刊》，38(1)，157。
- 陳麒文、陳鴻雁(2009)。台灣運動彩券發行後之課題與因應策略。《國民體運季刊》，38(1)，157。
- 唐錦超譯，Everett M. Rogers 著(2006)。《創新的擴散》。台北市：遠流。
- 康韶芸(2008)。國人對運動彩券的認知與購買意願之研究。未出版之碩士論文，輔仁大學體育學系碩士班，台北縣。
- 張發強(1997)。對我國體育產業化的戰略思考。《體育文史》，2，10-14。
- 張芬芬(2009)。運動彩券發行條例」的政策構想與具體實現-立法經過與重點說明。《國民體運季刊》，38(1)，157。
- 楊智慧(2005)。無線通訊手機天線進入市場競爭策略之研究。未出版之碩士論文，國立中央大學企業管理學系，桃園縣。
- 曾賢亮、王同茂、詹德基、陳美莉、劉碧華、蔡秀芳(1999)。我國體育組織制度的現況及發展策略。臺北：行政院體育委員會。
- 鄧宗榮、陳麒文(2006)。運動彩券發行之初探。《大專體育》，82，116-122。
- 蔡仲宜(2000)。彈性擴散模型之模型配適度研究。未出版之碩士論文，國立中正大學企業管理研究所，嘉義縣。
- 蔡佩芳(2009)。立委促提高運彩獎金支出率。《聯合晚報》，A10版。
- 劉燕惠(2001)。台中縣市民眾對發行運動彩券態度之研究。未出版之碩士論文，台灣體育學院體育研究所。
- 賴英豪(2005)。網路電話使用行為初探-創新特質、使用動機與滿足程度之研究。國立交通大學傳播研究，新竹市。
- 蘇登呼(2001)。政府官僚組織內部創新傳佈之研究-以北高戶政事務與高雄市衛生局為例。未出版之碩士論文，中山大學企業管理學系，高雄市。
- 李義、簡光義(2007)。地下賠率高組頭毫不擔心，中時電子報。<http://money.chinatimes.com/96rp/09lottery/hot/96090401.htm>。
- 陳雨鑫(2009)。運動彩券盈餘專款專用，自由電子報。<http://www.libertytimes.com.tw/2009/new/jun/15/today-o6.htm>
- 許明禮、鄭琪芳(2008)。運彩今起開放網路、電話下注，自由時報電子報。<http://www.libertytimes.com.tw/2008/new/nov/11/today-sp13.htm>
- 葉基(2008)。台式運彩先天競爭力不足，中時電子報。<http://money.chinatimes.com/96rp/09lottery/hot/97050502.htm>
- Poter, M.E., *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York, 1990
- Brown, W. B. & Karagozolu, N., "A Systems Model of Technological Innovation," *IEEE Transaction on Engineering Management*, 36(1), pp.5-16, 1989



## A Study of Cognition Attributes of Innovation in Diffusion of Innovation – A Case Study of Taiwan Sports Lottery

Ting-Hsuan Chang / Taipei Physical Education College

Chun-Chieh Cheng / Aletheia University

Po-I Chen / Taipei Physical Education College

### Abstract

The main purpose of this study was to explore the sports lottery in Taiwan, as a new thing, by the theory of Cognition Attributes of Innovation in Diffusion of Innovation of the five characteristics of testing the compatibility level of sports lottery. Approach to the study is to document analysis, to conduct qualitative research content analysis. The results show that Taiwan sports lottery authorized by the government due to release in the privately-run sports lottery tickets, betting consumers do not have to worry about when it is the legitimacy of their betting, it not only have a large number of entities sales operations, but also can use the virtual betting that consumers are more able to facilitate the conduct of betting , its greatest comparative advantage, and marketing facilities as having the legitimacy of the advantages of extremely high; but also because the Taiwan Sports Lottery Naishi issued regulations under the national lottery management practices and their issued, so the consumers no longer have to spend a lot of time taken to re-adapt to its head within the laws and regulations, as long as the understanding of their gameplay, you can easily start to bet, their compatibility is very high ;while Sports lottery has a very complicated legal regulations, not just by the movement of special public welfare lottery management practices regulated by the provisions of the issuer Taipei Fubon Commercial Bank Co., Ltd. is also specifically in order to be set at the Taiwan Sports Lottery special lottery sports betting methods, thus which indicates the high degree of complexity of the Act; and Taiwan Sports Lottery is through consumer testing, and it is the adoption by the government units audited, the only approved the establishment of a legitimate sports lottery distributors, it has a statutory requirement to protect the punters rights; also have the sports lottery in Taiwan can be observed in nature, its advertising, promotion and public relations activities can allow people to observe, and can be clearly described to understand its contents.

**Keywords:** Sports lottery, Diffusion of innovation, Cognition attributes of innovation

