

國立臺灣體育運動大學休閒運動管理研究所
碩士學位論文

大專學生運動參與行為與滿意度之研究
—以中華大學運動休閒中心為例

THE STUDY OF COLLEGE STUDENT'S SPORT PARTICIPATION
BEHAVIOR AND SATISFACTION: A CASE STUDY OF THE SPORT
RECREATION CENTER AT CHUNG-HUA UNIVERSITY



研究生：鍾福啟 撰
指導教授：沈易利 教授

中華民國一百零二年六月

謝誌

時間從來就是不等人的，兩年研究所的上課時光，交織著歡笑和淚水，咻一下就過了，讓重新拾起課本的我此刻回想起來，仍是意猶未盡。很高興有機會寫這篇謝誌，代表我將進入人生的另一個境界，當初的起心動念要完成年輕時的夢想：碩士學位，而今終於可以達成理想；就如同運動場上的運動競賽一樣，只要比賽還沒結束決不輕言放棄，更不可以半途而廢，這才是運動家的精神，也是我們的駱駝精神！

學業完成的路程中很艱辛且多采多姿，首先，要感謝的是從體專時代就教過我的陳定雄教授，在我即將進入知天命之年，與老師懇談中他說：「學而無涯，應該要完成心中的夢想…」，這句話鼓勵我也鞭策我，讓我有勇氣報考研究所。再者，要感謝我的指導教授易利老師，在課業上不辭不休的耐心指導！而論文的完成要感謝很多人的指導及協助：口試委員金盈教授和光熙教授；感謝我的美女導師陳渝苓老師，在課業壓力煩躁之時給予開導，系所的心佳助教不厭其煩的文書協助，以及陪我度過學生生涯的碩班同學們，因為有緣我們相聚一起，這份情誼深記我心！

最後，感謝我的家人，即使前方吃緊，家人是最佳的後援部隊，讓我無後顧之憂全力衝刺！而學習的這條路要感謝許多幫助我的師長、同學和朋友，正如陳之藩的名言：「無論是什麼事，得之於人者太多，出之於己者太少。因為需要感謝的人多了，就感謝天吧。」

鍾福啟謹致於
國立臺灣體育運動大學休閒運動管理研究所
中華民國一百零二年六月

論文名稱：學生運動參與行為與滿意度之研究—以中華大學運動休閒中心為例

總頁數：90

院校所組別：國立臺灣體育運動大學休閒運動管理研究所

畢業時間及提要別：一〇一學年度第二學期碩士學位論文提要

研究生：鍾福啟

指導教授：沈易利

摘要

本研究之主要目的，在於針對中華大學運動休閒中心學生進行運動參與行為與滿意度之調查，主要內容包含受訪者對於運動參與行為與運動滿意度，並參考學者所編製而成之「學生運動參與行為與滿意度研究之調查問卷」為工具，進行資料之收集，共發出 300 份問卷，刪除無效問卷後，共計 293 份有效問卷。資料處理工具為 SPSS for Windows 17.0 版統計軟體，並以平均數、標準差、百分比、獨立樣本 T 檢定 (T-test) 及單因子變異數分析 (One-way ANOVA) 等統計方法處理、分析，結果發現：

- 一、運動休閒中心學生普遍以每週參與運動「1、2 次」者最多，佔 43.69%，其次為「經常運動（每週 3、4 次）」，佔 32.76%。
- 二、運動休閒中心學生每次從事運動以持續「1 小時~2 小時」的比例最高，佔 42.32%；「1 小時~2 小時（含）」的比例次之，佔 55.49%。
- 三、運動休閒中心學生於「下午」從事運動的比例最高（61.77%）。
- 四、運動休閒中心學生從事運動時，以「同學或朋友」為同伴者最多（75.09%）。
- 五、不同性別、院別、年級、會員別及家庭收入之運動休閒中心學生在運動參與行為上皆有顯著差異。
- 六、不同性別、院別、年級、會員別及家庭收入之運動休閒中心學生在運動滿意度上皆有顯著差異。

關鍵詞：運動參與行為、滿意度、運動休閒中心

The Study of College Student's Sport Participation Behavior and Satisfaction: A Case Study of the Sport Recreation Center at Chung-Hua University.

Unpublished Master Thesis, National Taiwan University of Physical Education and Sport, Taichung.

Abstract

The purpose of the study was to investigate college student's sport participation behavior and satisfaction with the sport recreation center at Chung-Hua University. The instrument was the "Students' Sport Participation Behavior and Satisfaction Questionnaire" developed by the researcher and a total of 300 questionnaires were distributed and the valid questionnaires were 293. The statistical techniques included descriptive statistics (i.e., mean, standard deviation, and percentage), independent *t* test, and one-way Analysis of Variance (ANOVA) and the analyses were performed using SPSS for Windows 17.0. The results revealed the following:

- (1) The majority of the students (43.69%) participated in sports between 1 and 2 times per week and 32.76% were between 3 and 4 times.
- (2) The majority of the student (42.32%) participated in sports between 1 and 2 times each time and 55.49% were between 1 and 2 hours.
- (3) The majority of the student (61.77%) participated in sports in the afternoon.
- (4) The majority of the student (75.09%) participated in sports with classmates or friends.
- (5) Students with different gender, college, school year, membership status, and household income differed on sport participation behavior.
- (6) Students with different gender, college, school year, membership status, and household income differed on satisfaction with the sports involved.

Keywords: *sport participation behavior, satisfaction, sport recreation center*

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目 錄	v
表 目 錄	iv
圖 目 錄	vii
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究問題	4
第四節 研究範圍與限制	4
第五節 名詞操作性定義	5
第貳章 文獻探討	8
第一節 運動休閒中心之定義與分類	8
第二節 運動參與行為	11
第三節 滿意度之相關研究	15
第參章 研究方法	31
第一節 研究架構與流程	31
第二節 研究對象	33
第三節 研究工具	34
第四節 研究過程與資料處理	41
第肆章 結果與討論	43
第一節 樣本描述分析	43
第二節 不同人口統計變項的學生對運動參與行為之差異情形	50
第三節 不同人口統計變項的學生對運動滿意度之差異情形	57

第五章 結論與建議	70
第一節 結論	70
第二節 建議	71
引用文獻	72
附錄一 「學生運動參與行為與滿意度之研究」之調查（預試）	86
附錄二 「學生運動參與行為與滿意度之研究」之調查	89

表 目 錄

表2-3-1	各學者對滿意度的定義	16
表2-3-2	滿意度重要性的彙整表	21
表2-3-3	國內運動休閒場館顧客滿意度衡量構面彙整表	25
表3-3-1	項目分析	36
表3-3-2	「滿意度」量表之因素負荷量行列表	38
表3-3-3	「滿意度」量表斜交轉軸因素分析之統計量	40
表3-3-4	各因素題號與題數	41
表4-1-1	性別分佈人數及百分比統計一覽表	43
表4-1-2	科系別分佈人數及百分比統計一覽表	44
表4-1-3	年級別分佈人數及百分比統計一覽表	44
表4-1-4	會員別分佈人數及百分比統計一覽表	45
表4-1-5	家庭收入分佈人數及百分比統計一覽表	45
表4-1-6	每週運動的次數分佈人數及百分比統計一覽表	46
表4-1-7	每次運動的持續時間分佈人數及百分比統計一覽表	46
表4-1-8	學生通常從事運動的時段分佈人數及百分比統計一覽表	47
表4-1-9	學生通常與誰一起從事運動分佈人數及百分比統計一覽表	47
表4-2-1	不同性別的學生其運動參與行為差異分析	51
表4-2-2	不同院別的學生其運動參與行為差異分析	52
表4-2-3	不同年級的學生其運動參與行為分析	53
表4-2-4	不同會員別的學生其運動參與行為差異分析	54
表4-2-5	不同家庭收入的學生其生活型態差異分析	55
表4-3-1	不同性別的學生其運動滿意度差異分析	58
表4-3-2	不同院別的學生其運動參與行為滿意度差異分析	58
表4-3-3	不同年級的學生其運動滿意度分析	60

表4-3-4	不同會員別的學生其運動滿意度差異分析	61
表4-3-5	不同家庭收入的學生其運動滿意度差異分析	62

圖 目 錄

表3-1-1 研究架構	32
表3-1-2 研究流程	33

第壹章 緒論

第一節 研究背景

規律的運動不僅可以促進健康、防止身體老化，亦可提昇生活的品質，減少文明病所帶來的危害，由此可見其對現代人的重要性。而身處於都市叢林中的現代人，以往所面臨的問題便是缺乏適當的運動場所及時間，運動健身休閒俱樂部產業的發展，正可滿足現代人的需求，提供一個舒適及安全的運動空間（蔡士傑，2004）。鄭百評（2004）指出，近年來台灣經濟發達，國人生活水準相繼提昇，觀念的視轉變加上週休二日的生活型態，帶動運動風氣的興盛，在地狹人稠的都市裡，健身房是有限選擇中的較佳去所，愈來愈多人把健身房當成都會生活的一種流行、一種品味、一種生活態度，也因此，過去幾年就算景氣再低迷，健身產業的發展卻絲毫不受影響。根據江盈如（1998）；姜慧嵐（2000）；洪聖惠（2001）的研究指出，國人在面對休閒場所不足的情況下，會轉而選擇營利性的健身俱樂部，而根據2000年中華民國有氧體能運動協會統計結果，全國共有129處對外營運之健康體適能俱樂部（姜慧嵐，2000）。由此可見，國人對於休閒運動的需求日益提高，運動健身休閒俱樂部產業持續發展，成為現代人運動休閒的適當場所。城市休閒運動的運動空間逐漸縮小、運動趨於多樣化、小群體化與付費觀念深化，而鄉村休閒運動的運動空間較大、變化較少、大群體的運動、無運動付費觀念；進而產生休閒運動觀念差異，以運動強化身體組織為共同功能，但舒解心靈效果卻不盡相同，同時，學校設置休

閒運動中心的觀念也孕育而生，引此，學校及社區的運動健康休閒中心將成為未來休閒活動發展主流。

運動參與對人類生理、心理及社會性的助益，一直以來都是給予肯定的。因此，將運動納入日常生活中必要的行程，改善運動參與的持續性，進而將運動成為生活型態重要的一部分，養成規律運動的行為已成為現今最熱門的話題。研究指出，國人休閒素養普遍低落，因為不重視所以不去瞭解休閒的意義及重要性；又因缺乏休閒經驗，使休閒選擇受到了限制（余嬪，2000）。而在運動參與的相關研究中，劉衡江、王金成（1999）則認為不同居住區域、性別、年齡層等參與意願較高之體育運動項目、時間與場地...等均有不同；國民參與各種體育運動項目意願較高之體育運動項目為羽球、桌球、保齡球、慢跑、自由車；國民經常參與之體育運動項目為羽球、游泳、慢跑、籃球、登山、桌球、撞球、保齡球、快走、土風舞；國民意願較高之參與活動「時間」為 8:00 以前、18:00 以後；國民意願較高之參與體育運動「場地」為社區公園、河濱公園、學校運動場（館）、家中場地。類似的調查結果果真反應出參與者從事運動休閒的行為、慾求、意識，抑或乃受限於現有場地設施特性所致，更是體育主管機關所應深入了解的課題。過去研究亦曾提出多項提供學生需要的運動休閒應有之考量，例如性別、年齡、每月零用錢...等，這些因素於探究學生之運動參與時有何重要性？相信無論在學術性的探究上，或未來學校制訂有關體育運動的政策上，都有其重要性。

身體活動不足或缺乏規律運動習慣，已是全球人類身體健康的重要問題之一，我國在學學生也是年級越大，缺乏規

律運動習慣的情形就越嚴重(黃森芳、張哲千, 2008)。根據我國教育部資料顯示在學學生有從事規律運動分別是:國小學生 52.9%、國中學生 37.5%、高中學生 25.4%、大學學生則只有 20.9%(教育部, 2007)。由此可見,我國各級學校學生在學期間內,年級越高,年齡越大,而運動的人口數越少,情況也越嚴重。以我國教育部資料顯示在學學生有從事規律運動分別是在 94 學年度全國小學生 183 萬人、國中生 95 萬人、高中職學生 75 萬人、大專生 130 萬人推算,全國各級學校學生,沒有規律運動的人數超過 300 萬人(教育部, 2007)。這些學生在學校畢業後,規律運動的習慣比率就更低了,依據我國行政院體育委員會的資料顯示,國人規律運動比例,從 2010 年的 26.1%,2011 年則成長至 27.8%。(行政院體育委員會, 2012)。

而目前運動休閒的相關研究大多數以教師、運動選手為受訪者,研究結果也顯示參與者可獲得休閒效益(廖紫婷, 2009),而大學生是培養社會菁英的搖籃,亦是社會創新的主要場所,更是研究發展的根源地(陳麗玉、王宗進, 2004)。而研究者從事運動器材與相關設備之經營已多年,且於十多年前協助中華大學運動休閒中心之規劃與建置,從小坪數至現在的規模,故選擇中華大學運動休閒中心為對象,有鑑於此,大學生現階段運動參與行為與滿意度,有深入探討之必要。

第二節 研究目的

本研究主要目的在探討運動休閒中心學生運動參與行為

與滿意度之情形，本研究目的分述如下：

- (一) 瞭解學生運動休閒中心之活動概況。
- (二) 探討運動休閒中心參與學生其運動參與友伴情形。
- (三) 分析不同人口變項參與運動中心活動之參與行為之差異情形。

第三節 研究問題

依本研究目的之敘述，本研究問題如下列：

- (一) 運動休閒中心學生的樣本特性為何？
- (二) 不同性別的學生其運動參與行為與滿意度之情形為何？
- (三) 不同院別的學生其運動參與行為與滿意度之情形為何？
- (四) 不同年級的學生其運動參與行為與滿意度之情形為何？
- (五) 不同會員別的學生其運動參與行為與滿意度之情形為何？
- (六) 不同家庭月收入的學生其運動參與行為與滿意度之情形為何？

第四節 研究範圍與限制

一、研究範圍

- (一) 本研究係以 101 學年度中華大學運動休閒中心學生為研究對象。

- (二) 本研究乃參考學者所編製而成之「運動休閒中心學生運動參與行為與滿意度之調查問卷」為研究工具。
- (三) 本研究測驗資料收集的時自 2013 年 5 月 10 日至 5 月 20 日。

二、研究限制

在探討以上問題時，本研究分別在變項的選擇、資料調查上受到一些限制，茲說明如下：

- (一) 研究變項方面：影響學生的運動參與行為及滿意度之相關層面相當廣泛，因素很多，本研究僅就學生個人背景變項的性別、院別、年級、會員別及家庭收入作為分析。
- (二) 研究方法方面：以問卷調查蒐集資料，為一種自陳 (Self-Report) 的方式，可能會因受試者時間上限制，而無法認真作答或其他外在因素等，造成填答問卷有所偏差，屬於問卷調查法之限制亦為本研究之限制所在。

第五節 名詞操作性定義

一、運動休閒中心

本研究乃指中華大學運動休閒中心，一間綜合各種軟硬體設施，並講求與健康休閒結合，往多元發展的運動休閒中心。其硬體設施包含：有氧教室、各種健身器材等設施。在軟體設施為：個人體能指導課程諮詢、各種有氧課程、相關人員（服務人員及健身教練）。

二、運動參與行為

本研究中的運動參與行為是指在課餘閒暇的時間從事身體活動，其功能性利益為促進或維持體適能，進而提升身心健康，強調累積運動行為的效益，以動態的生活方式，更進一步期望大學生達到運動參與行為中規律運動之習慣，建立良好的生活品質。其構面包含：「每週運動次數」、「每次運動持續時間」、「運動時段」及「運動伙伴」等四項。

三、滿意度

本研究將滿意度定義為：顧客對所提供的產品或勞務，在預期程度上比實際程度上得到更多滿足，則顧客就感到滿意，反之則否。其構面包含：「服務態度」、「形象與氣氛」、「課程規劃與活動」及「環境設備」等四項。

四、人口統計變項

包含性別、院別、年級、會員別與家庭月收入等四項。進一步的區分情形如下：

(一) 性別：

分為「男性」與「女性」兩種級別。

(二) 院別：

以中華大學的學院區分為「工學院」、「管理學院」、「建築規劃學院」、「人文社會學院」、「資訊學院」、「觀光學院」等六個級別。

(三) 年級：

分為「一年級」、「二年級」、「三年級」、「四年級」、「延

畢生」與「碩、博士」六種級別。

(四) 會員別：

分為「半年會員」與「年會員」兩種級別。

(五) 家庭月收入：

分為「無經常性收入」、「20,000 元以下」、「20,001～30,000 元」、「30,001～40,000 元」、「40,001～50,000 元」、「50,001～60,000 元」、「60,001～70,000 元」、「70,001 元以上」與「不清楚或不瞭解」等九個級別。

第貳章 文獻探討

本章文獻探討整理成四小節，其中包括：(一) 中華大學運動休閒中心之敘述；(二) 運動參與行為；(三) 滿意度之相關研究；(四) 本章小結。

第一節 運動休閒中心之定義與分類

一、運動休閒的意義

陳定雄(1994)曾以自然人、社會人、道德人來區分休閒、休閒活動與休閒運動。認為休閒強調時間、狀態與個人，是屬於自然人的活動；休閒活動強調目的、功能與社會，屬於社會人的活動；休閒運動注重健康、快樂與道德，接近道德人的活動。沈易利(1999)將休閒運動定義為，在休閒時間內，以動態性身體活動為方式，所選擇具有健身性、遊戲性、娛樂性、消遣性、創造性、放鬆性，以達身心健康，紓解壓力為目的之運動(不包括觀賞運動比賽)。休閒運動所重視者並非在於績優選手的競技運動，而意在讓一般人無論是否受過體育訓練，都能夠愉快的從事他所感興趣的運動，藉著這些運動，他們獲得了身心的暢快與滿足(臺灣省政教育廳，1991)，至此，休閒運動所強調者不僅在於心理狀態的愉悅與快樂，同時亦顧及生理上的健康，其所追求者可謂是身心均衡發展的適能狀態。Mull, Bayless, Ross & Jamieson(1997)將運動定義為：以遊戲形式呈現的遊樂性(playing)、合作／競賽性的活動。

概而言之，就範圍而言，休閒運動(recreation sports)

的範圍小於休閒活動 (recreation) 與休閒 (leisure); 反之, 休閒的範圍大於休閒活動與休閒運動。要言之, 休閒運動係指在自由休閒時間內, 經由自由選擇參與的體能性運動或休閒娛樂性運動, 休閒運動可以使人獲得快樂、趣味與健康。

二、運動休閒中心的定義

陳金冰 (1991) 對休閒俱樂部的解釋為「集一群具有相同運動消費行為及嗜好的封閉式團體, 而該團體所從事的行為必須是具有休閒、運動與健身的功能。其參與之資格為繳交會費取得會員證並接受該團體認可為某一份子, 而該團體聚集的主要活動場所應具有休閒運動設施, 或休閒運動器材的一封閉式團體。」

陳秀華 (1992) 對健康體適能俱樂部所下之定義為「採會員制的消費方式, 除提供完整的硬體健身器材外, 另附設有氧舞蹈教室、游泳池、三溫暖、指壓按摩、餐飲服務, 並有專業性軟體經營組織與壓力管理、戒煙計畫、營養諮詢及運動處方等之設計。」

姜慧嵐 (1994) 對健康休閒中心的定義為「以營利為目的, 採會員制經營, 主要提供會員運動、健身的場所, 並設有專業指導人員教學、指導、諮詢、服務之營利事業」。

姜慧嵐 (2000) 所下之定義「為了滿足消費者改善健康體適能及社交等目的, 特定付費從事休閒健康相關活動的商業性運動服務事業體。」。

社區運動健康休閒中心是屬於運動產業的一環, 而此市場所提供的服務, 具有無形性 (Intangibility)、不可儲存性 (Perishability)、異質性 (Heterogeneity) 與同時性

(Simultaneity) (Chelladurai, 1992)。當然，有許多相關的別名也屬於此一產業，例如健康體適能俱樂部、運動健身俱樂部、體適能俱樂部、運動健身休閒俱樂部、運動休閒俱樂部、運動健康俱樂部、健康俱樂部、健身俱樂部、休閒俱樂部、健康休閒俱樂部…等等 (洪聖惠，2001)。

三、運動休閒中心的分類

彭淑美 (1993) 依健康俱樂部所在地點與服務對象的不同，區分為：1.商業走向運動俱樂部，設立在市中心或辦公大樓，針對現代忙碌的上班族提供健身場所；2.社區運動聯誼社，訴求對象以住家之退休人員、家庭主婦、學生等較為主；3.郊區休閒運動俱樂部，由於地點在郊區，面積自然寬廣其硬體設施也較多元化，可設定戶內外主副體設施，又有陽光綠野適合全家人運動場所。

江盈如 (1998) 將健康體適能俱樂部分類為：1.專業健康俱樂部；2.社區附設休閒中心；3.大飯店內附設健身俱樂部；4.商業聯誼社附設健康俱樂部；5.學校附設健身體適能中心；6.多功能休閒俱樂部；7.企業內附設健身俱樂部；8.醫院附設健身中心。

程紹同 (1999) 以大台北地區俱樂部為例，根據提供服務對象之場所地點劃分為 1.大飯店內附設俱樂部；2.企業內附設俱樂部；3.社區型休閒中心；4.學校附設健身體適能中心；5.醫院附設健身中心；6.城市型專業運動健身俱樂部；7.郊區/大型休閒俱樂部。

第二節 運動參與行為

一、運動參與行為之相關研究

運動 (exercise) 為身體活動 (physical activity) 的一種，其定義是為了改善或維持一項或多項體適能要素，所從事的一種有計畫、有組織以及反覆性的身體活動 (方進隆、李水碧 (譯)，2004)。

高俊雄 (1995) 認為運動休閒參與是人類在工作之餘，自由選擇某些活動，並且親自參與，進而從中體驗到愉悅與樂趣，更進一步得到自我的實現。運動參與對於運動行為研究是個非常重要的變項，透過它，可以更明確的瞭解是哪些因素決定了運動行為和運動經驗 (謝文真，2001)。學者陳鴻雁 (2000) 指出休閒參與為個體因興趣、健康、娛樂、服務、交際、打發時間等非因工作或其他生活需要，從事以身體動作之練習或操作為主要型態的活動。李俞麟 (2004) 認為所謂的運動參與行為，意指：個體自發性所表現出現象，且使用多餘的時間來從事健康休閒活動，並以參與頻率、使用時段與使用時間三個變項作為衡量的變項。李孟學 (2004) 認為運動參與行為是對於非競賽情境身體活動的一種參與行為，並且以增進身體中體適能任一功能為其主要或次要的目的。趙大志 (2007) 對於運動參與行為定義為：個人或一群人參與獲取及使用經濟性財貨與勞務的行為，主要目的是瞭解消費者行為之特性及動向，以作為行銷管理依據。巫賢偉 (2008) 將運動參與行為定義為：個體因興趣、健康、娛樂、服務、交際、打發時間等非因工作等其他生活需要，利用閒暇時間自發性參與活動，進而從中體驗到愉悅和滿足，增進身體適

能之相關行為。陳鴻雁與楊志顯（1999）於國民參與休閒運動現況之研究中，調查有關休閒運動的參與人口、參與休閒運動的種類、參與的規律與否、參與的時日、時段和頻數、以及參與性質、同伴對象、從事的地點、前往的方式、前往需時、所需花費和花費方式等情形。

王建峻（2003）針對臺灣北區 16 間大專院校學生進行運動意識之調查，研究有關最常從事的運動種類、沒有從事運動的原因、每週參與運動次數、每次運動持續時間、運動的激烈程度、運動的時段、從事運動伙伴、運動的地點、到達從事運動地點的時間及運動的價值觀。

Dishman（1991）曾將 56 篇影響運動參與行為的因素整理歸納成三大類：

- （一）個人因素：如人口學統計變項、身體健康狀態、過去的運動習慣或運動史、人格特質、健康知識與信念、情緒狀態、自我概念、態度、自我效能的評估及對運動結果的期待等。
- （二）環境因素：如運動設施、運動場所之便利性、是否有合適的時間、社會支持、同儕的影響、天候影響等。
- （三）運動特質：如運動種類、強度、頻率及運動後的感覺等。

另外，綜合國內研究有關運動參與行為的影響因素（吳宏蘭，1993；張彩秀，1993；劉翠薇，1994；蘇振鑫，1998），得知影響因素包括：人口學變項、身體健康狀況、健康信念、身體自我概念、運動動機、健康控制歸因、社會支持、自我效能、及運動結果期待等，從上述國內外文獻可知影響運動參與行為的相關因子甚多，因此如何提倡學生從事運動，以

建立良好的運動習慣，仍應對不同的研究對象找出預測因子，如此方能適時提出良善的對策，有利於學生運動參與行為的建立。

黃立賢（1995）依據對專科學生休閒興趣相關因素之研究結果，認為影響休閒參與的因素主要包括個人、社會及環境、機會等因素。其影響因素排列順序（一）時間限制；（二）零用錢不夠；（三）缺少同伴；（四）沒有適當場地；（五）課業太重；（六）相關知識不足；（七）缺乏資訊來源；（八）相關技巧或能力不足；（九）缺乏指導者；（十）場地不安全；（十一）交通不便；（十二）父母親不鼓勵；（十三）體力不夠；（十四）師長不鼓勵。

許義雄、陳皆榮（1993）調查青年休閒活動現況及其阻礙因素研究，發現青年參與休閒活動的前五項因素：（一）興趣；（二）時間；（三）個性；（四）同伴；（五）經費。

張少熙（1994）研究青少年自我概念與休閒活動傾向及其阻礙因素，發現青少年參加休閒活動的阻礙因素包含：

- （一）工作或課業繁重；
- （二）父母缺乏支持的態度；
- （三）時間缺乏或餘暇不一致；
- （四）缺乏充足的經費；
- （五）個人特質或個性；
- （六）缺乏足夠的休閒場地及設施；
- （七）輔導單位及指導師資的缺乏；
- （八）對休閒活動觀念了解不深。

陳麗華（1991）研究台北市大學女生休閒運動態度與參與狀況時發現其休閒活動參與阻礙因素為（一）時間；（二）

友伴；(三) 場地設備；(四) 技巧；(五) 指導人員。

李世昌(1999)指出青年從事休閒活動常存著許多限制，無法滿足他們從事各項活動的希望，其主要原因是：

- (一) 工作或課業繁重
- (二) 時間缺乏或餘暇時間不一致
- (三) 缺乏充足的經費
- (四) 缺乏足夠的休閒場地設施
- (五) 輔導、指導師資缺乏
- (六) 對休閒活動觀念了解不深

文崇一(1990)分析臺灣地區居民休閒活動時指出：教育程度的高低、年齡的大小、休閒時間的多寡，對休閒行為產生實質的影響。研究進一步顯示：臺北市民表示，時間不夠是最大的麻煩(41%)，其次才是場地不足(30%)、找不到合適的活動項目(16%)與經濟不足(6%)等。

吳嫦娥(1995)青年從事的休閒活動，常存在著許多限制，無法滿足他們從事各項活動的希望，其主要原因是：

- (一) 工作或課業繁重。
- (二) 時間缺乏或餘暇不一致。
- (三) 缺乏充足的經費。
- (四) 缺乏足夠的休閒場地設施。
- (五) 輔導、指導師資的缺乏。
- (六) 對休閒活動觀念了解不深。
- (七) 興趣與個性的差異。
- (八) 缺乏同伴。

經由上述相關文獻論述得知，運動參與行為主要是個人為健康、娛樂與休閒等目的，藉由身體活動的方式付諸實行

的作為。本研究將大學生的運動參與行為意指，在課餘閒暇的時間從事身體活動，其功能性利益為促進或維持體適能，進而提升身心健康，強調累積運動行為的效益，以動態的生活方式，更進一步期望大學生達到運動參與行為中規律運動之習慣，建立良好的生活品質。

第三節 滿意度之相關研究

一、滿意度的意義

隨著市場的激烈競爭以及消費者消費意識的提昇，「顧客滿意度」已經成為當今企業經營主要的衡量指標之一。Kotler (1991)亦認為顧客滿意會增加企業獲益率。而 Muller(1991)則認為顧客滿意有助於企業競爭優勢，並提出消費者滿意將成為未來企業成功的關鍵因素之論點。

「滿意度」是各研究者用來測量人們對產品、工作、生活品質或各項服務品質等方面之看法的工具，是一項相當有用的衡量行為指標。所以這種消費的經驗也就是顧客在使用產品或服務後所產生的評價反應，而這種感覺並非單獨一項因素或特質所能決定，而是整體性、全面性的。

Engel, Blackwell 與 Miniard (1993) 認為滿意度是消費者使用產品之後，評估產品績效與購買前信念之間的一致性，若一致性相當時消費者將獲得滿意，否則會產生不滿意的感覺。Kotler (1998) 認為滿意度是一個人所感覺的愉悅程度高低，係源自其對產品知覺績效和個人對產品期望，兩相比較後所形成。薛富隆 (2002) 針對服務品質與滿意度的研究中，指出當顧客與服務提供者互動時，在「服務接觸」或「關鍵

時刻」(moment of truth)上之主觀感受，期待大於實際感受，表示不滿意；期待等於實際感受，表示適可；期待小於實際感受，表示滿意。因此綜觀各學者所言，顧客滿意度均是指消費者事前的投入與事後的獲得的一種比較行為。針對各學者對顧客滿意度之定義整理如表 2-3-1 所示。

表 2-3-1 各學者對滿意度的定義

學者	年代	定義
Peter & Olson	1990	顧客滿意度是顧客購買前的預期被實現或超過的程度。
Solomon	1991	滿意度可說是個人對所購買產品／服務的整體態度。
Fornell	1992	認為滿意度是一種以經驗為基礎的整體性態度。
Mano & Oliver	1993	認為顧客滿意度是一種情感性的反應過程。
Oliver	1993	認為評量顧客滿意度的構面，除了認知之外還涉及情感因素。因此，滿意度是認知與情感因素的綜合評量。
Spreng & Richard	1993	「消費者滿意」是指消費者經過購買後，評估購買過程，所產生的感性及理性知覺狀態。
Anderson, Fornell & Lehman	1994	從特定交易觀點指出滿意度是消費者對某一特定購買場合或購後時點的購後評估，可提供對特定商品或服務之績效診斷資訊。
鄭森生	1994	滿意度是消費者在購買後，對產品表現的好壞與其原先的期望，所做的綜合性判斷。
林財丁	1995	「顧客的滿足程度」乃是對產品的期望 (Expected Performance) 與產品的實效 (Actual Performance) 二者之間的差異。

(續下頁)

侯錦雄、 姚靜婉	1995	滿意度為使用者期望和實際體認間之間的差異。
Ostrom & Iacobucci	1995	認為「滿意／不滿意」是一項相對的判斷，它同時考慮一位顧客經由購買所獲得的品質和利益，以及為達成此次購買所負擔的成本和努力。
衛南陽	1996	對「顧客滿意度」的定義為：使用最直接深入顧客內心的方法，找出顧客心理對於我們公司、商品及員工的期待，並以最直接、最符合顧客意願的作法，比競爭者早去預先滿足顧客的需求。還要透過來自顧客角度的認知評估，不斷地持續改善這個過程，以獲得顧客的信任，使他們成為終身顧客，進而達成共存共榮的目標。
王士峰、 劉明德	1997	顧客滿意度是顧客在消費了某一企業所提供的產品或勞務後，所感受出的滿意程度。
Oliver	1997	顧客滿意度可以視為令人愉悅的滿足感，也就是說消費實現了人們某些的需求、渴望與目標等等，而且這樣的滿足感是愉快的。
Kotler	1999	認為顧客滿意度是一個人所感覺的愉悅程度高低，係源自其對產品知覺績效和個人對產品的期望，兩相比較後所形成的。也就是說，顧客滿意是知覺績效和期望的函數。
蘇武龍	2000	認為滿意度係指一群具有代表性的消費者，在沒有事先約定的情況下，於某一個時間點或期間，個別性的參加某次服務傳遞過程而對於該次服務的平均滿足程度。

(續下頁)

吳幸容	2001	滿意度其實是一種對產品或服務的「事前預期 (Expectation)」與「感受到的實際表現 (Perceived Performance)」之評估與比較。當顧客購買及使用了產品或接受了服務之後，如果感受到的實際表現能夠符合或超過事前預期，則顧客會感到滿意；反之，若未能達到事前預期，則會有不滿意產生。
許政智	2001	服務前顧客對產品的期望與服務後顧客對產品的認知相比較的結果。
陳榮宗	2001	將滿意度區分為經濟滿意度與社會滿意度。經濟滿意度為「一個通路成員對於與合夥人關係的流動，在經濟的報酬上有正向的情感反應」，社會滿意度所指的是「通路成員對關係的非經濟面，在社會心理層面有一個正向的情感反應」。
鄭順聰	2001	指出消費者滿意是消費者自購買產品或接受服務的過程中，感到滿意或有物超所值的快樂感受。滿意度則為消費者在購買產品前的認知、預期，與購買後實際使用效果相對照的結果。若後者大於等於前者時，滿意度則相對較高。
王惠芬	2002	顧客滿意度乃是顧客對特定交易行為後，自我情緒性的評價，以判定產品或服務的表現，而這種情緒性的反應，將會很快轉變成顧客對產品或服務的整體態度，而顧客的這種整體態度將決定是否重複交易與顧客忠誠度。
陳智德	2002	顧客滿意度是指顧客事前的投入與事後的獲得的一種比較行為。
游宗仁	2002	滿意度的定義為消費者接受服務前的期望，與實際接受服務的過程或結果，經主觀評估後所產生正向或負向的感受。

(續下頁)

闕山晴	2002	滿意度其實是消費者購買行為的比較過程，不論投入成本與所獲利益的比較，或是購前預期與實際結果的比較，滿足購買者則獲得「顧客滿意」，反之，則不滿意。
呂芳陽	2004	如果主體（消費者或顧客）對客體（廠商）所提供的產品或勞務，在預期（事先、使用前、購買前）程度上比實際（事後、使用後、購買後）程度上得到更多滿足，則主體就感到滿意；若客體所提供的產品或營務未能合乎預期程度，則主體就會感到不滿意。
吳政謀	2004	消費者在特定的使用情形下，對產品傳達之價值，所產生的一種立即性反應。
趙大志	2007	滿意乃是一種特定交易的反應。使用滿意是在特定使用情境下，對於使用產品所獲得的價值程度，一種立即性的情緒反應。
巫賢偉	2008	消費者對某一服務的期望與服務提供者實際提出的服務成果相比較的結果，若服務成果達到超過顧客的期望時，顧客會產生滿足的感覺，此時即到顧客滿意，反之則否。
陳瑞辰	2008	滿意度歸納為「顧客對產品或服務的期望，與實際使用或經驗後之認知相互比較的一種結果；若實際結果不如預期，則顧客將會產生不滿意的感覺；若實際結果符合或超過預期，則顧客將感到滿意」。
林靜妮	2008	顧客滿意度是一種期望與實際狀況發生後的差距情形，以兩者之差距來代表滿意或不滿意。
葉錦樹	2009	顧客滿意度是種主觀的認定，來自於個人對產品或服務的期望，與體驗認知的績效相互比對的結果；兩者間的差距等同於顧客評定滿意程度的依據。
羅應嘉	2010	滿意度是一種相對指標，與自己的期待不符合時，便產生不滿的感覺；相反的與自己的期待符合時，則產生滿意的感覺。

資料來源：本研究整理

由以上國內外學者對滿意度之定義的解釋可以得知，諸多學者對滿意度的定義眾說紛云，但仔細剖析各學者的看法卻是殊途同歸，不管是從特定交易觀點、累積性觀點、認知性評價觀點、或情感性觀點。本研究將滿意度定義為顧客對所提供的產品或勞務，在預期程度上比實際程度上得到更多滿足，則顧客就感到滿意，反之則否。

同時，Onkvisit 與 Shaw (1993)也指出滿意度的觀念始於美國與日本，且受到各企業的普遍注意。在競爭日益激烈的市場中，顧客已經成為企業競相爭奪的寶貴資源。企業也由以往對營運績效及成本控制的注意，轉移到對顧客滿意度的注重。因此，顧客滿意度對企業的重要性可分述如下：

- (一) 透過對顧客滿意度的了解，企業可以進一步探究顧客對其所提供之產品或服務的感受，並藉此擬定新策略或推出新產品。
- (二) 可藉此探求失去顧客的原因，而就該缺失方面加強服務。
- (三) 顧客對產品或服務的期望，會影響到他對該項消費的滿意程度。如何透過媒體正確的傳達產品的資訊，也是企業在行銷上應注意的一點。
- (四) 與同業或本業的過去做比較，可更加了解企業在同業間的競爭是否具有優勢，或是站在顧客角度觀察該企業之評價，由此可訂定更有效的行銷策略。

二、滿意度的重要性

顧客滿意度理論透過研究有嶄新的發展，並受到企業經

營者的重視與肯定。對於企業經營者而言，透過顧客滿意度可瞭解企業所提供的商品或服務是否符合顧客需求以及程度為何，並藉以獲得市場競爭的優勢。近年來的研究結果顯示，消費者導向的企業文化是現代企業新的行銷觀念（廖俊儒，2004）。國內外學者皆針對顧客滿意度進行研究，可歸納成表 2-3-2 所示。

表 2-3-2 滿意度重要性的彙整表

研究者	年份	重要性
Kotler	1991	研究指出，企業吸引一位新顧客之成本約為保留現有顧客的五倍。
Fornell	1992	<p>自 1989 年起，以瑞典 32 種類別共 100 家企業，連續 5 年進行顧客滿意度調查，調查結果如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 重複購買行為是企業獲利的重要來源。 2. 防守策略未受重視，造成舊客戶大量流失。 3. 針對不同需求之顧客提供差異性服務，並以服務提升產品附加價值，以維護企業與顧客關係，加強顧客滿意度。 4. 顧客滿意度可為企業累積利潤。 5. 顧客滿意度可為企業建立口碑與信譽，塑造企業良好形象。 6. 顧客滿意度可降低交易成本及失敗品質成本。 7. 為有效提升市場佔有率，在開發新客戶的同時，必須針對不同需求之舊顧客提供服務，以確保顧客滿意度的持續提升。

(續下頁)

許慧娟	1994	<p>綜合顧客滿意度文獻後提出，顧客滿意度的重要性在於：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 有助於企業競爭優勢之達成。 2. 是增加企業獲利之競爭武器。 3. 是影響消費行為之要因。 4. 顧客滿意度是福利之指標。 5. 顧客滿意度乃是企業政策與競爭策略之重要情境因素。
方信淵	1998	<p>以 Fornell (1992) 研究結論為基礎，歸納顧客滿意度的重要性有：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 重購行為是企業營收的重要來源，而顧客滿意度可以提高消費者的重購行為。 2. 顧客滿意度可為企業累積利潤。 3. 顧客滿意度降低交易成本及失敗品質成本。 4. 顧客滿意度使企業建立口碑及信譽。
徐達光	2003	<p>研究指出，顧客滿意度對企業具有多方面的影響，重要性如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 有助於企業優勢的達成。 2. 有助於增進企業形象。 3. 有助於增加市場佔有率。 4. 顧客滿意度是企業政策與策略的重要情境因素。 5. 顧客滿意度可提高消費者再購率，增加品牌忠誠度。 6. 顧客滿意度可形成正向口碑，增加銷售機會。
Yang	2003	<p>以顧客滿意度最為指標，其程度的高低能夠提供組織做品質改善與決策時有所價值的貢獻。</p>
曾文俊	2005	<ol style="list-style-type: none"> 1. 對於顧客忠誠度具有正向且直接之影響。 2. 顧客滿意度與顧客行為受到顧客忠誠度的影響。

(續下頁)

裴文鼎	2007	<p>透過結構方程模式分析指出：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.顧客知覺價值是正向的影響顧客滿意度與顧客忠誠度。 2.顧客滿意度正向影響顧客忠誠度。
林靜妮	2008	<p>綜合學者對顧客滿意度之研究，認為顧客滿意度的重要性在於可以建立顧客忠誠度，忠誠的顧客會有再購行為，因此提升顧客滿意度對於企業來說相當重要。</p>
關慶豐	2009	<p>研究指出，顧客滿意度如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.顧客對建築業的滿意度對購買意願會有顯著正向影響。 2.顧客滿意度為服務品質、品牌權益對購買意願之中介變項。 3.建築業服務品質必須完全透過顧客滿意度才能影響顧客的購買意願；品牌權益除透過顧客滿意度影響顧客的購買意願外，亦會直接影響顧客的購買意願。
林品君	2011	<p>綜合學者對顧客滿意度之研究，認為顧客滿意度是企業經營者必須重視的一環節，顧客願不願意購買或付費使用商品是企業成長與競爭優勢重要關鍵，除了掌握顧客消費動向，掌握顧客重視之滿意項目及強化滿意程度，相信能為企業帶來更大利潤及永續經營。</p>

資料來源：本研究整理

綜上，Fornell (1992) 表示，針對不同需求之顧客提供差異性服務，並以服務提升產品附加價值，以維護企業與顧客關係，加強顧客滿意度。顧客滿意度可為企業建立口碑與信譽，塑造企業良好形象。許士軍指出消費者在做購買決策時，企業形象具有重大之影響力(引自林隆儀、曾席璋，2008，80)。

因此，對於中華大學運動休閒中心營運而言，如能針對

不同需求之顧客提供差異性服務，可塑造良好形象、創造更大利潤。故該中心應滿足使用者的需求，以提升顧客滿意度及組織形象，對其經營有所助益。

三、顧客滿意度的衡量構面

滿意度測量構面繁多，各專家學者的意見紛歧無一致的共識（梁雯玟，2001）。Westbrook（1980）針對零售業的研究，將顧客滿意度衡量構面分成：銷售人事、商店外觀、商品深度和選擇、提供價值、價格水準、售後服務、信用程序、作業時數、位置、顧客、促銷、廣告及產品績效等構面。Bolton與Drew（1991）認定在特定屬性水準下，顧客滿意被視為一種多重指標的隱藏性構面。Singh（1991）則提出自服務行銷、組織理論與社會心理學的角度，認為滿意具有多重構面。顧客滿意程度可以視為顧客對於先前預期與知覺績效差距的一種評估反應，顧客會同時依序地使用多重標準或多重比較程序，來做滿意的評估；巫昌陽（1992）在《臺北市YMCA游泳教室成人消費行為之研究》中，將顧客滿意度測量構面分為：（一）人員；（二）產品；（三）價格；（四）配銷通路。許慧娟（1994）針對零售業的研究，將顧客滿意度衡量構面分成：商店企業形象、產品滿意度及整體滿意度等構面；李志峰（1995）針對保齡球館的研究，將顧客滿意度衡量構面分成：價格、交通、產品設施、服務態度及促銷等構面。因此，顧客滿意是一種多重構面的概念；同時顧客滿意的衡量會因產業或研究對象不同而有所差別。

對國內運動休閒場館顧客滿意度的相關研究文獻，就其顧客滿意度構面整理，如表 2-3-3。

表 2-3-3 國內運動休閒場館顧客滿意度衡量構面彙整表

研究者	年份	研究對象	衡量構面
李志峰	1995	保齡球館	價格因素、交通因素、產品與設施因素、服務態度、促銷因素
方信淵	1998	游泳池	消費前期望、產品表現、不確定性、公平、歸因、抱怨次數、再購意願
江盈如	1998	健康體適能俱樂部	服務人員、便利性、實體設備和氣氛、制度、售後服務、企業形象
沈淑貞	1999	健康體適能俱樂部	企業形象、地點及促銷、產品滿意度
范智明	1999	健康體適能俱樂部	資訊及商品、人員及聲譽、整體影響、硬體設施、企業形象
游宗仁	2002	YMCA 運動中心	學習與互動、環境與健康、興趣與成就
戴儀臻	2002	健康體適能俱樂部	身心需求、運動設備、餐飲、健康食品、相關零售業、櫃台服務人員
洪祥洲	2003	高爾夫球場	球道保養與特性、服務品質、整體設施設備、行銷方式
黃耀鎰	2006	健康體適能俱樂部	服務態度、設備及課程、便利性、價格與促、形象和氣氛
葉美玲	2006	運動中心	服務水準、實體設施、便利性、資訊內容、專業表現
潘沛彤	2007	桌球俱樂部	俱樂部形象、專業能力、價格與促銷、環境設施、服務態度、價格與促銷
陳林鴻、張少熙、戴琇惠	2009	運動中心	課程規劃與資訊、環境設備、專業知識、服務態度、價格與促銷
羅應嘉	2010	運動中心	商品資訊、人員服務、實體感受

資料來源：本研究整理

綜觀上述研究者針對顧客滿意度之衡量構面，以「課程

規劃與資訊」、「環境設備」、「服務態度」、「專業知識」為大部分研究者認為應在顧客滿意度衡量取向的內容。而顧客滿意測量構面會因研究對象的不同而有所差異，此外所提供服務的性質之差異性更是影響測量構面的關鍵，例如：體適能俱樂部相對比較重視人員服務；而游泳池則相對比較重視場地設施。

經過參考上述滿意度的相關文獻，研究者以（一）課程規劃與資訊；（二）環境設備；（三）服務態度；（四）專業知識等共四項，做為本研究顧客滿意度的測量構面。

四、運動中心滿意度相關研究

劉田修、林秉毅、陳俊德（2007）以450位中山運動中心之消費者為主要研究對象，探討中山運動中心之顧客滿意度與忠誠度之差異性與相關。研究結果發現顧客滿意度與顧客忠誠度構面「投入性忠誠」之間相關最高。顧客忠誠度各構面與顧客滿意度進行迴歸分析發現，各因素構面均達到顯著性，亦即顧客忠誠度可預測顧客滿意度。建議透過下列的事項來提升顧客滿意度與忠誠度：（一）完整的訓練計畫與原則。（二）建立服務人員的專業性，服務態度等。（三）定期舉辦多元的活動，例如舉辦公益課程講座、定期舉辦各樓層運動競賽等。

鄭權地（2008）以中山、北投運動中心參與活動民眾為調查對象進行，經營品質、場地設備、活動時間配合與使用者對經營管理滿意度。研究發現臺北縣市市民顧客對運動中心設施與經營服務有92%表示滿意。市民運動行為與使用者對運動中心與滿意度呈現正相關 $P < .05$ ；市民到市民運動中

心參與運動表示滿意；92%自覺在體能有積極增進。顯示很認同臺北市推動市民運動設施興建與委託服務，雖有極小比率市民表示不滿意，仍應盡力達到市民顧客最大滿意。並建議提供市民運動方便措施，如使用悠遊卡、期券、基金繳費方式，採行連鎖經營拆帳管理，提供市民方便就近利用運動中心從事運動。

林鈺真（2008）針對臺北市萬華區市民運動中心之使用者進行研究，以性別、年齡、教育程度、職業類別、每月收入、未婚、居住地區以萬華區以外地區、使用頻率每週一次、每次使用時間、使用時間時段等為調查之項目。

陳林鴻、張少熙、戴琇惠（2009）以臺北市七座已營運之市民運動中心消費者為研究對象，針對臺北市市民運動中心服務品質、顧客滿意度與忠誠度關係進行研究。研究結果發現顧客滿意度在服務品質與忠誠度之間扮演一個重要的中介角色，也就是想要提升顧客的忠誠度與顧客再次購買的意願，增加顧客滿意度是一個重要的要素。並建議運動中心經營者可針對「服務與專業」、「設備安全性」、「課程與價格」等主要因素進一步加強，以提升顧客的滿意度，進而增加顧客忠誠度。

林昱君（2011）以臺北市大同運動中心使用者在服務品質、滿意度情形。研究內容：（一）性別、婚姻狀況、年齡、教育程度、月收入、使用頻率、使用時段。（二）服務品質有四個因素，由高而低依序為：「軟硬體設施」、「人員素質」、「服務專業」及「回應性」。（三）使用者滿意度有四個因素，由高而低依序為：「場地設施」、「組織形象」、「商品資訊」及「服務人員」。

洪珠媚（2011）以臺北市中正運動中心為研究對象，探討市民運動中心所提供之各項服務品質、滿意度及忠誠度之結構方程式模式（Structural Equation Modeling, SEM）因果徑路關係。以問卷調查法來收集所需資料，問卷包含：（一）服務品質量表；（二）滿意度量表；（三）忠誠度問卷。研究主要結果為：「服務品質－滿意度－忠誠度」因果徑路模式是適合的，亦即，服務品質愈高則滿意度愈高；會員滿意度愈高則忠誠度愈高；而會員服務品質愈高則忠誠也會愈高。

陳志一（2011）以臺北市市民運動中心消費者為取樣研究對象，從關係價值與關係品質之觀點探討運動場業品牌形象、消費者滿意度與忠誠度的關係。結果發現：（一）運動場業品牌形象建立對關係品質、關係價值、消費者滿意度及消費者忠誠度均具有正面的影響效果；（二）運動場業關係品質對消費者滿意度及消費者忠誠度均具有正面的影響效果；（三）運動場業關係價值對關係品質及消費者滿意度具有正面的影響效果；（四）運動場業消費者滿意度對消費者忠誠度具有正面的影響效果；（五）運動場業關係品質與關係價值對於提升消費者滿意度及消費者忠誠具有中介效果。結論：消費者滿意度及消費者忠誠度是運動場業成功的主要行銷策略，而且透過與消費者所建立關係品質與關係價值改善消費者滿意度及消費者忠誠度是最佳方式。

綜上，顧客對運動中心設施與經營服務滿意度高，建議運動中心經營者可針對「服務與專業」、「設備安全性」、「課程與價格」等主要因素進一步加強，以提升顧客的滿意度。服務品質與使用者滿意度之間有顯著正相關存在，服務品質愈高則滿意度愈高，會員滿意度愈高則忠誠度愈高。

本章小結

綜合以上所發現的結果，歸結出下列各點：

一、運動休閒中心

本研究乃指中華大學運動休閒中心，一間綜合各種軟硬體設施，並講求與健康休閒結合，往多元發展的運動休閒中心。其硬體設施包含：有氧教室、各種健身器材等設施。在軟體設施為：個人體能指導課程諮詢、各種有氧課程、相關人員（服務人員及健身教練）。

二、運動參與行為

本研究中的運動參與行為是指在課餘閒暇的時間從事身體活動，其功能性利益為促進或維持體適能，進而提升身心健康，強調累積運動行為的效益，以動態的生活方式，更進一步期望大學生達到運動參與行為中規律運動之習慣，建立良好的生活品質。

三、綜合多位學者之研究，影響運動參與行為的因素，可整理歸納成三大類：

- (一) 個人因素：如人口學統計變項、身體健康狀態、過去的運動習慣或運動史、人格特質、健康知識與信念、情緒狀態、自我概念、態度、自我效能的評估及對運動結果的期待等。
- (二) 環境因素：如運動設施、運動場所之便利性、是否有合適的時間、社會支持、同儕的影響、天候影響等。

(三) 運動特質：如運動種類、強度、頻率及運動後的感覺等。

四、本研究將滿意度定義為：顧客對所提供的產品或勞務，在預期程度上比實際程度上得到更多滿足，則顧客就感到滿意，反之則否。

第參章 研究方法

本章的主要目的在說明研究架構、研究流程、研究對象、研究工具、研究過程及資料處理的方法等。本章共分四節：第一節為研究架構與流程；第二節為研究對象；第三節為研究工具；第四節為研究過程與資料處理。

第一節 研究架構與流程

一、研究架構

本研究的主要目的，在於瞭解運動休閒中心學生之不同人口統計變項（性別、院別、年級與家庭收入）對運動參與行為與滿意度之情形。因此，本研究之研究架構概念，係以上述之人口統計變項與運動參與行為、滿意度為主，並針對人口統計變項與運動參與行為與滿意度來作敘述分析與交叉分析，同時，針對不同人口統計變項與運動參與行為與滿意度做差異性檢定。因此，研究架構如圖 3-1-1 所示：

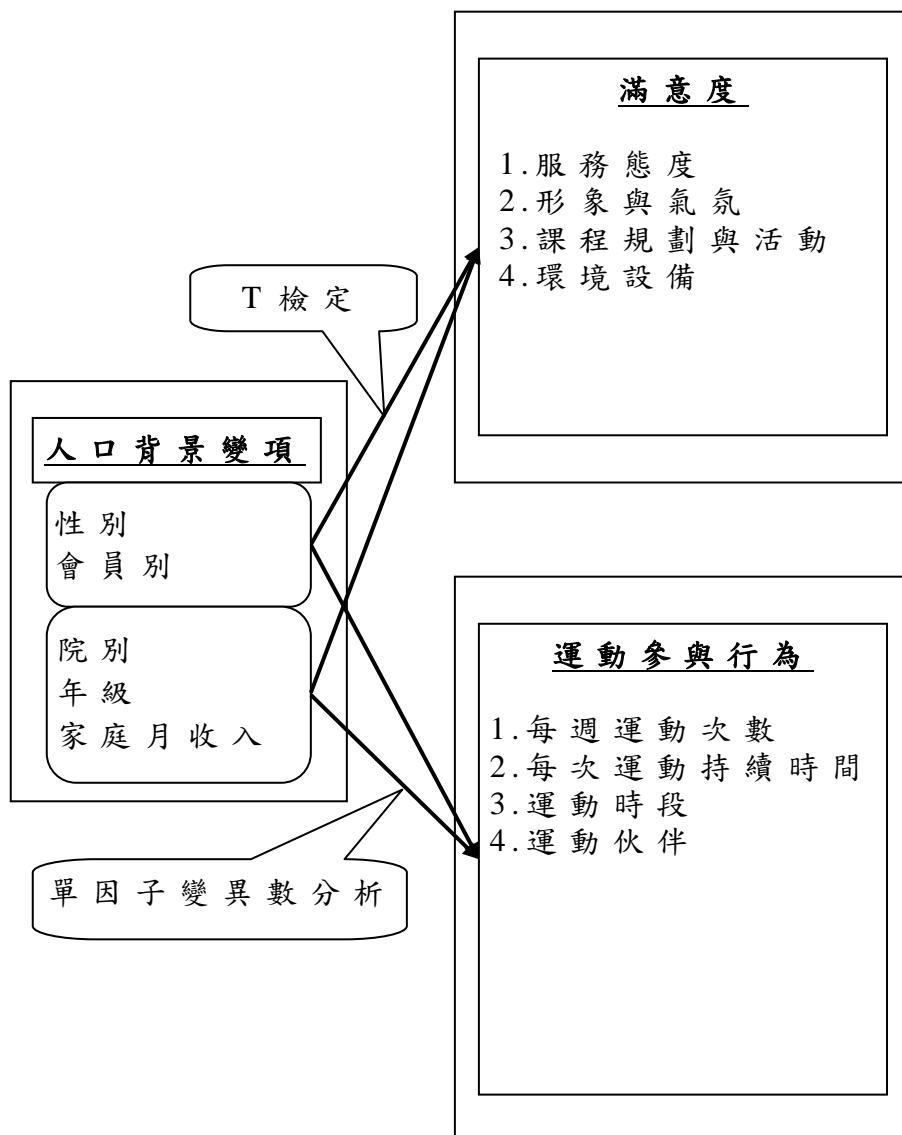


圖 3-1-1 研究架構

二、研究流程

本研究流程首先確定研究主題，然後尋找研究動機與研究對象，在確定本研究之目的與範圍後，蒐集有關運動參與行為與滿意度之相關文獻，並擬出本研究之研究方法。本研究之研究流程如圖 3-2-1 所示。

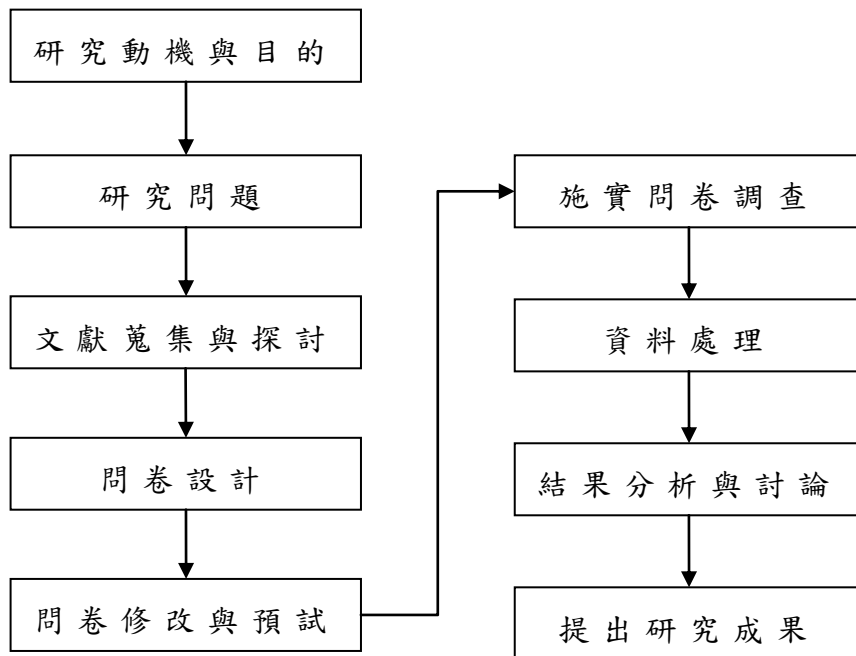


圖 3-1-2 研究流程

第二節 研究對象

本研究以 101 學年度中華大學運動休閒中心學生為調查對象，以瞭解不同人口統計變項的學生其運動參與行為與滿意度之差異情形，故採便利抽樣來進行瞭解，共發出 300 份問卷，剔除填答不全或未填答之資料後，有效問卷為 293 份，有效率為 97.66%。

第三節 研究工具

本調查乃參考學者所編製而成之「運動休閒中心學生運動參與行為與滿意度之調查研究問卷」(請見附錄一)為工具，進行資料之收集。此工具乃配合研究的目的加以設計，除受試者個人基本資料部份外，主要內容包含運動參與行為與滿意度等二部份。

問卷的編製方式如下：依據研究目的和探討範圍，初步擬訂問題後，第一部份「運動參與行為」之擬定乃參考陳鴻雁、楊志顯(1999)、陳鴻雁(2000)及陳鴻雁、謝邦昌(2003)所編製而成。經研究者依本運動休閒中心之特性予以修改，並逐題檢視語意是否清楚，而用詞遣字是否能為不同背景特性之同學所瞭解，修正後製成問卷初稿，並委請專家學者檢視之以合於研究所需。同時，本研究利用「再測信度」測量此部份問卷之信度；於2012年11月10日至11月21日以便利抽樣法自運動休閒中心抽取200名學生進行預試調查，並告知研究之目的，同時表示本次調查採用不記名的方式進行，填答者所提供的意見，僅供研究分析，絕對保密，請其放心填答。每人填答所需時間約為6分鐘，填答完畢立即收回，共計發出問卷200份，收回200份，其中有效問卷為188份，佔發出問卷之94.00%。而在實施預試之同時，也在188位預試者中徵求其中107位預試者之同意，於五日後再度填答，以確認此部份問卷之再測信度。在比較107位預試者第一次與第二次所填選之答案後，各項問句的一致比率介於82.24%（88人兩次填答相同）和100.00%（107人兩次填答相同）之間，顯示此部份問卷的信度達到接受程度。

第二部份「滿意度」之擬定乃參考蘇雲華（1996）及巫賢偉（2008）所編之問卷。經研究者逐題檢視語意是否清楚，而用詞遣字是否能為不同背景特性之同學所瞭解，修正後製成問卷初稿，並委請專家學者檢視之，就問卷內容與研究目的之符合程度進行檢查，針對問卷內容再度進行檢視並提出具體之建議與修改以合於研究所需。

第二部份之「滿意度」量表共 32 題問項，本研究將上述有效問卷共 188 份進行項目分析，本研究採取內部一致性相關係數（同質性考驗）與決斷值（Critical Ratio, CR）進行項目分析，各題目內部一致性相關係數需為 .30 以上，決斷值為 3 以上才能使用（吳明隆，2003），而王保進（2006）指出決斷值乃求高分組與低分組在題目平均數的差異顯著性，值越高代表題目的鑑別度越好，以 3.5 為基準。本研究以得分最的 27% 為高分組，得分最低的 27% 為低分組來求出決斷值。由表 3-4-1 所示各題內部一致性係數均在 .30 以上，決斷值皆大於 3.5，因此皆予以保留作為正式問卷之參考。但在各項指標標準上，第 6 題、第 7 題、第 9 題及第 14 題予以刪除（如表 3-3-1）。

表 3-3-1 項目分析

題項	極端 組比 較	題項與總分 相關		同質性檢驗			未達 標準 指數	備註
	決斷值	相關 值	校正 題項 與總 分相 關	刪除 後的 α 值	共同 性	因素 負荷 量		
1	11.02*	.78**	0.75	0.94	0.610	0.781	0	保留
2	9.18*	.70**	0.65	0.94	0.504	0.710	0	保留
3	12.03*	.80**	0.77	0.94	0.640	0.800	0	保留
4	9.43*	.79**	0.76	0.94	0.645	0.803	0	保留
5	10.63*	.80**	0.78	0.94	0.668	0.817	0	保留
6	4.74*	.20**	0.12	0.95	0.004	0.060	5	刪除
7	4.26*	.17*	0.11	0.95	0.002	0.042	5	刪除
8	9.11*	.77**	0.74	0.94	0.619	0.787	0	保留
9	4.96*	.19**	0.11	0.95	0.006	0.075	5	刪除
10	10.22*	.74**	0.70	0.94	0.547	0.740	0	保留
11	9.68*	.79**	0.76	0.94	0.666	0.816	0	保留
12	8.88*	.72**	0.68	0.94	0.559	0.748	0	保留
13	9.24*	.83**	0.80	0.93	0.736	0.858	0	保留
14	4.46*	.18**	0.10	0.95	0.007	0.070	5	刪除
15	9.41*	.71**	0.67	0.94	0.486	0.697	0	保留
16	10.86*	.83**	0.81	0.93	0.728	0.853	0	保留
17	8.19*	.61**	0.56	0.94	0.347	0.589	0	保留
18	11.21*	.81**	0.78	0.93	0.672	0.820	0	保留
19	10.68*	.84**	0.82	0.93	0.739	0.858	0	保留
20	10.76*	.86*	0.84	0.93	0.771	0.878	0	保留
21	12.22*	.79**	0.77	0.94	0.640	0.800	0	保留
22	9.43*	.79**	0.76	0.94	0.645	0.803	0	保留
23	10.63*	.80**	0.78	0.94	0.668	0.817	0	保留
24	10.20*	.70**	0.70	0.94	0.547	0.740	0	保留
25	9.68*	.79**	0.76	0.94	0.666	0.816	0	保留
26	10.26*	.80**	0.78	0.93	0.662	0.820	0	保留

(續下頁)

27	10.68*	.84**	0.82	0.93	0.729	0.862	0	保留
28	9.28*	.83**	0.80	0.93	0.736	0.858	0	保留
29	10.27*	.82**	0.81	0.93	0.724	0.851	0	保留
30	11.33*	.80**	0.78	0.93	0.672	0.821	0	保留
31	9.68*	.74**	0.82	0.93	0.749	0.860	0	保留
32	10.66*	.84*	0.84	0.93	0.771	0.876	0	保留
標準	≥ 3.5	$\geq .40$	$\geq .40$	$\leq .94$	$\geq .200$	$\geq .450$		

而在效度方面，此量表利用因素分析方法來求得「建構效度」。因素分析的目的之一是得到能幫助解釋這些相關關係的因素，所以變數之間必須有聯繫，因素分析模型才能適用。而在進行因素分析之前，必須確定資料是否適合做因素分析，採用 KMO 指數（Kaiser-Meyer-Olkin Index）來考察因素分析是否適用。在經由 SPSS 17.0 for Windows 統計軟體進行因素分析，發現 Bartlett's Test of Sphericity 之卡方檢定值為 2355.82，自由度為 190，顯著性為 0.00，表示拒絕母體中各變數為單位矩陣之虛無假設，並顯示變數之間有顯著的相關關係；同時，KMO 指數為 .65，依柯惠新、丁立宏、盧傳熙、蘇志雄、謝邦昌（2002）的說法，KMO 指數起碼要大於 .5，才能考慮接受因素分析模型，而 KMO 指數大於 .8 的模型就被認為是非常不錯的模型。所以，此量表適合做因素分析。

因此，進一步利用因素分析中的主成份分析法（Principal Component Analysis）來抽取特徵值大於 1.0 的因素，並以陡階檢驗（Scree Plot）來判定因素數目，共有四個；結果發現以抽取五個共同因素分析，採最大負荷量高於 .50，且其他因素負荷量低於 .40 為標準，刪除量表項目後，所呈現各因素的項目內容最具意義，但第五個因素包含的題項僅二題，故予以刪除（如表 3-3-2 所示），這四項因素

的解釋變異量佔總變異量的 63.18%，顯示本研究之滿意度量表具有良好的建構效度（如表 3-3-3 所示）。

表 3-3-2 「滿意度」量表之因素負荷量行列表

題項	Factor				
	1	2	3	4	5
第一因素					
24 學生遇到困難時能主動表示關心並提供協助	0.78				
25 服務人員有專業的知識來提供服務	0.72				
X 26 服務人員不會因為太忙而忽略我的要求	0.71				
28 服務人員的服裝儀容整潔端莊	0.70				
29 服務人員能夠以學生的最佳利益為優先考量	0.70				
23 運動休閒中心對學生承諾的事都能及時完成	0.67				
27 運動休閒中心服務人員值得信賴的	0.66				
第二因素					
16 運動休閒中心營造的氣氛		0.70			
18 運動休閒中心外在的形象聲譽		0.69			
17 運動休閒中心會員的素質水準		0.66			
19 運動休閒中心服務時間能符合我的需求		0.65			
4 運動休閒中心擁有現代化的運動設施、器材		0.63			
8 運動休閒中心運動設施、器材的安全性		0.61			

(續下頁)

第三因素

30 運動休閒中心的課程規劃	0.71
31 運動休閒中心的活動辦理	0.70
32 整體上您在運動休閒中心使用後令您感到	0.68
5 運動休閒中心運動設施保養與維修	0.67
X 15 運動休閒中心外觀的整體感覺	0.67
21 運動休閒中心的相關訊息獲得	0.66
<hr/>	
第四因素	
1 運動休閒中心各運動場地的空間大小	0.76
20 運動休閒中心的所在位置	0.75
3 運動休閒中心場地動線規劃	0.73
10 運動休閒中心整體環境的清潔衛生	0.64
X 2 運動休閒中心附屬設施的充足程度	0.63
13 運動休閒中心的附屬設施	0.63
<hr/>	
第五因素	
X 12 運動休閒中心收費分類標準合理性	0.68
X 22 運動休閒中心的促銷活動	0.66
X 11 販賣區的商品(如運動用品種類、價格等)	0.65

註：1.*表示該題除最高負荷量外，尚有負荷量大於 0.40 者。

2.因素未達三題以上者。

3.X 表該題有上述情形，故予刪除。

表 3-3-3 「滿意度」量表斜交轉軸因素分析之統計量

因素	特徵值	解釋變異量%	累積解釋變異量%
1	25.10	22.56	22.56
2	7.90	16.52	39.08
3	6.15	13.12	52.20
4	4.87	10.98	63.18

由各因素的內容來看，第一因素主要和服務人員有專業的知識來提供服務、服裝儀容整潔端莊、主動表示關心、值得信賴及運動休閒中心對學生的承諾等等的內容有關；因此，以「服務態度」為名。第二因素的項目主要和運動休閒中心的環境氣氛、形象、素質水準、設施及器材安全等等有關；因此，以「形象與氣氛」為名。第三因素的項目和運動休閒中心課程規劃、活動辦理、整體體驗及相關訊息的獲得等等有關；因此，以「課程規劃與活動」為名。第四因素的項目則和場地空間大小、所在位置、動線規劃與附屬設施等等有關；因此，以「環境設備」為名。

另外，在量表信度方面，研究者採用內部一致性 (Internal Consistency) 的分析法來檢定各項目所測量的特質是否具備同質性 (Devellis, 1991)。經以 Alpha (α) 係數檢定，得各分量之 α 值如下：「服務態度」 $\alpha = .90$ ，「形象與氣氛」 $\alpha = .86$ ，「課程規劃與活動」 $\alpha = .88$ ，「環境設備」 $\alpha = .87$ ，整體 $\alpha = .92$ ，四項因素及整體之 α 值，均達接受水準 (如表 3-3-4)。

表 3-3-4 各因素題號與題數

因素	因素命名	題號	題數	Cronbach α
第一因素	服務態度	23、24、25、27、28、29	6	.90
第二因素	形象與氣氛	4、8、16、17、18、19	6	.86
第三因素	課程規劃與 活動	5、21、30、31、32	5	.88
第四因素	環境設備	1、3、10、13、20	5	.87
		整體	22	.92

第四節 研究過程與資料處理

一、研究過程

本研究乃對中華大學運動休閒中心的學生，於 2012 年 11 月 1 日至 11 月 15 日期間進行預試問卷施測，研究調查採便利抽樣方式，共發出 200 份問卷，刪除填答不全及無效問卷 12 份，有效問問卷共計 188 份（94.00%），並由研究者請運動休閒中心行政人員協助進行與說明問卷填答方式，施測後並當場回收問卷。並於 2013 年 5 月 10 日至 20 日進行正式問卷施測，採便利抽樣方式，共發出 300 份問卷，刪除填答不全及無效問卷 7 份，有效問問卷共計 293 份（97.66%）。

二、資料處理

本研究問卷回收資料，擬以下列分析方法分析之：

（一）敘述統計分析：運用百分比、平均數、及標準差等方

法，描述運動休閒中心學生之人口統計變項、運動參與行為與滿意度之資料分布情形。

(二) 差異性分析：採用獨立樣本 T 檢定 (T test) 及單因子變異數分析 (One Way ANOVA) 分別檢定運動休閒中心學生之不同人口統計變項與運動參與行為及滿意度之差異情形，若比較結果達顯著水準，則採用 Scheffe 法進行事後比較。

(三) 本研究之資料處理以 $\alpha = .05$ 顯著水準進行分析。

第肆章 結果與討論

本研究結果共分為四節，第一節為「樣本描述分析」；第二節為「不同人口統計變項的學生其運動參與行為之差異情形」；第三節為「不同人口統計變項的學生其運動滿意度之差異情形」；第四節為「綜合討論」。

第一節 樣本描述分析

一、運動休閒中心學生之基本資料分析

(一) 性別

本研究之運動休閒中心的學生，其性別分佈情形中，如表 4-1-1 所示，以「男性」為最多，共有 164 人，佔全體有效樣本的 56.00%；而「女性」則有 129 人，佔全體有效樣本的 44.00%。

表 4-1-1 性別分佈人數及百分比統計一覽表

項 目	人 數	百分比 (%)
男 性	164	56.00
女 性	129	44.00
總 計	293	100.00

(二) 院別

本研究之運動休閒中心的學生，其院別分佈情形中，如表 4-1-2 所示，以「管理學院」為最多，共有 96 人，佔全體有效樣本的 32.76%；其次為「人文社會學院」則有 64 人，佔全體有效樣本的 21.84%。

表 4-1-2 科系別分佈人數及百分比統計一覽表

項 目	人 數	百分比 (%)
工學院	45	15.36
管理學院	96	32.76
建築規劃學院	48	16.38
人文社會學院	64	21.84
資訊學院	32	10.92
觀光學院	8	2.73
總計	293	100.00

(三) 年級別

本研究之運動休閒中心的學生，其年級別分佈情形中，如表 4-1-3 所示，以「一年級」為最多，共有 140 人，佔全體有效樣本的 47.78%；其次為「三年級」則有 60 人，佔全體有效樣本的 20.48%。

表 4-1-3 年級別分佈人數及百分比統計一覽表

項 目	人 數	百分比 (%)
一年級	140	47.78
二年級	40	13.65
三年級	60	20.48
四年級	41	13.99
碩、博士生	12	4.10
總計	293	100.00

(四) 會員別

本研究之運動休閒中心的學生，其會員別分佈情形中，如表 4-1-4 所示，以「半年會員」為較多，共有 148 人，佔全體有效樣本的 50.51%；其次為「年會員」則有 145 人，佔

全體有效樣本的 49.49%。

表 4-1-4 會員別分佈人數及百分比統計一覽表

項 目	人 數	百分比 (%)
半年會員	148	50.51
年會員	145	49.49
總計	293	100.00

(五) 家庭收入

本研究之運動休閒中心學生，其家庭收入分佈情形中，如表 4-1-4 所示，以「不清楚或不瞭解」為最多，共有 156 人，佔全體有效樣本的 53.24%；其次為「無經常性收入」則有 40 人，佔全體有效樣本的 13.65%。

表 4-1-5 家庭收入分佈人數及百分比統計一覽表

項 目	人 數	百分比 (%)
無經常性收入	40	13.65
20,000 元以下	37	12.63
20,001~30,000 元	8	2.73
30,001~40,000 元	8	2.73
40,001~50,000 元	12	4.10
50,001~60,000 元	8	2.73
60,001~70,000 元	4	1.37
70001 元以上	20	6.83
不清楚或不瞭解	156	53.24
總計	293	100.00

二、學生的運動參與行為之情形

(一) 學生前來本運動中心每週運動的次數依序為「有時運動(每週 1、2 次)」為最多，共 128 人，佔 43.69%；

其次為「經常運動(每週3、4次)」，共96人，佔32.76%；再其次為「幾乎天天運動(每週5次以上)」，共40人，佔13.65%(如表4-1-6所示)。

表 4-1-6 每週運動的次數分佈人數及百分比統計一覽表

項 目	人 數	百分比 (%)
無～很少運動	29	9.90
有時運動(每週1、2次)	12	43.69
經常運動(每週3、4次)	8	
幾乎天天運動(每週5次以上)	96	32.76
	40	13.65
總計	293	100.0
		0

(二) 學生前來本運動中心每次運動的持續時間依序為「1小時～2小時」為最多，共124人，佔42.32%；其次為「20分鐘以上～1小時」，共108人，佔36.86%；再其次為「2小時以上～3小時」，共32人，佔10.92%(如表4-1-7所示)。

表 4-1-7 每次運動的持續時間分佈人數及百分比統計一覽表

項 目	人 數	百分比 (%)
20分鐘以內	8	2.73
20分鐘以上～1小時	108	36.86
1小時以上～2小時	124	42.32
2小時以上～3小時	32	10.92
3小時以上	21	7.17
總計	293	100.00

(三) 學生前來本運動中心的運動時段依序為「下午」時段

為最多，共 181 人，佔 61.77%；其次為「課後」時段，共 108 人，佔 36.86%（如表 4-1-8 所示）。

表 4-1-8 學生通常從事運動的時段分佈人數及百分比統計一覽表

項 目	人 數	百分比（%）
中午(12:00-13:00)	4	1.37
下午(13:00-17:00)	181	61.77
課後(17:00-21:30)	108	36.86
總計	293	100.00

（四）最近一個月中，學生通常與誰一起從事運動依序為「同學或朋友」者為最多，共 220 人，佔 75.09%；其次為「獨自從事」，共 69 人，佔 23.55%（如表 4-1-9 所示）。

表 4-1-9 學生通常與誰一起從事運動分佈人數及百分比統計一覽表

項 目	人 數	百分比（%）
獨自從事	69	23.55
同學或朋友	220	75.09
家人	4	1.37
總計	293	100.00

三、小結

本研究所得到的結果，與過去研究（張少熙，1994；程紹同，2000；王建峻，2003；劉坤宏，2003；曾瑞怡，2005；任鳳儀，2012）之結果有諸多相同之處。研究對象中以「男性」為最多，共有 164 人（56.00%），此與教育部體育司（2010）

學生運動參與情形調查報告書指出隨著學級越高，男女生有運動習慣者的比率差異越大相同。代表男學生在參與運動較女生勇躍，與陳鴻雁、謝邦昌（2003）及陳肇芳（2007）研究指出男性從事規律休閒運動多於女性之結果相同。以「管理學院」為最多，共有 96 人（32.76%）；以「一年級」為最多，共有 140 人（47.78%）；以「半年會員」為較多，共有 148 人（50.51%）；以「不清楚或不瞭解」為最多，共有 156 人（53.24%）。

每週運動的次數以「有時運動（每週 1、2 次）」為最多，共 128 人（43.69%），此與張蕙麟（2005）及教育部體育司（2010）指出每週一天（35.7%）或兩天（26.6%）最多相同；每次運動的持續時間以「1 小時～2 小時」為最多，共 124 人（42.32%）此與程紹同（2000）及沈進成、黃鴻斌、劉文禎（2006）針對金牌健康體適能俱樂部會員調查結果相同；運動時段以「下午」時段為最多，共 181 人（61.77%），此與張蕙麟（2005）研究相同；學生通常與誰一起從事運動以「同學或朋友」者為最多，共 220 人（75.09%），此與教育部體育司（2010）學生運動參與情形調查報告書指出大專校院生最主要一起運動的對象是朋友（45.7%）及張宏亮、陳美燕、楊裕隆、王傑賢、林建勳、李俞麟（2010）之研究相同。而程紹同（2000）研究指出國中學生參與運動休閒時受同學或朋友影響最大，每次運動參與時間約 1 至 2 小時。同時認為，運動的重要性已是一般大眾普遍擁有的觀念。曾瑞怡（2005）研究臺北市高中職學生願意利用假日及非假日時間參與運動。在運動伙伴方面，由於大多學生選擇在放學後參與運動，加上學校提供運動器材、運動場地讓學生課後使

用，因此同學朋友互相邀約，就可以在學校內與同學朋友一起運動，這就是大幅提升在學校內運動參與的便利性，這也是劉坤宏（2003）針對彰化縣國中生的研究發現其運動伙伴以同學最多。

第二節 不同人口統計變項的學生對運動參與行為之差異情形

一、不同性別之運動休閒中心學生對運動參與行為的差異比較

由表 4-2-1 得知，男同學與女同學的運動參與行為在「運動次數」、「運動持續時間」及「運動時段」上達顯著性差異。

在「運動次數」、「運動持續時間」及「運動時段」上男同學得分顯著高於女同學。此與教育部體育司（2010）學生運動參與情形調查報告書指出隨著學級越高，男女生有運動習慣者的比率差異越大相同。代表男學生在參與運動較女生勇躍，與陳鴻雁、謝邦昌（2003）及陳肇芳（2007）研究指出男性從事規律休閒運動多於女性之結果相同；一般而言，男生由於體能狀況及運動技巧均較女生好，運動選擇上會傾向動態性的運動，容易達到精熟（mastery）體驗成就感，並從中得到適當的刺激獲得樂趣與肯定自我的滿足，進而強化其參與動機。在社會上普遍存在性別角色的刻板印象，女生在傳統被認為是好靜的，不被期需積極的做運動，喜好運動的女生往往被視為太過男性化，為符合社會角色的期待，女性也因而會自認為沒有能力或缺乏運動技巧做好這項行為。

表 4-2-1 不同性別的學生其運動參與行為差異分析

項目	組別	平均數	標準差	t 值	p 值
運動次數	(1)男	2.73	0.77	5.47*	.00
	(2)女	2.21	0.86		
運動持續時間	(1)男	3.00	0.80	3.55*	.00
	(2)女	2.61	1.02		
運動時段	(1)男	2.41	0.54	2.34*	.02
	(2)女	2.28	0.45		
運動伙伴	(1)男	1.76	0.48	-0.97	.33
	(2)女	1.81	0.40		

*p<0.05

二、不同院別之運動休閒中心學生對運動參與行為的差異比較

由表 4-2-2 結果得知，不同院別之運動休閒中心學生的運動參與行為在「運動次數」、「運動持續時間」、「運動時段」及「運動伙伴」上達顯著性差異，經 Scheffe 法事後比較後，在「運動時段」上無顯著性差異。

「資訊學院」在「運動次數」上的得分顯著高於「建築規劃學院」；而「資訊學院」在「運動持續時間」上的得分顯著皆高於各學院；在「運動伙伴」上「管理學院」、「建築規劃學院」及「人文社會學院」得分顯著高於「觀光學院」。由可推論，可能與課業壓力及課餘時間有關。

表 4-2-2 不同院別的學生其運動參與行為差異分析

項目	組別	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
運動次數	(1)工學院	2.51	1.01	3.08*	.01	(5)>(3)
	(2)管理學院	2.58	0.57			
	(3)建築規劃學院	2.17	0.80			
	(4)人文社會學院	2.44	1.06			
	(5)資訊學院	2.88	0.79			
	(6)觀光學院	2.50	0.54			
運動持續時間	(1)工學院	2.87	0.89	5.86*	.00	(5)>(1) ; (5)>(2) ; (5)>(3) ; (5)>(4) ; (5)>(6)。
	(2)管理學院	2.83	0.80			
	(3)建築規劃學院	2.75	0.60			
	(4)人文社會學院	2.63	1.18			
	(5)資訊學院	3.50	0.88			
	(6)觀光學院	2.00	0.00			
運動時段	(1)工學院	2.53	0.51	2.33*	.04	經 Scheffe 法事後比較後，無顯著性差異。
	(2)管理學院	2.40	0.57			
	(3)建築規劃學院	2.25	0.44			
	(4)人文社會學院	2.25	0.44			
	(5)資訊學院	2.38	0.49			
	(6)觀光學院	2.25	0.46			
運動伙伴	(1)工學院	1.71	0.46	4.64*	.00	(2)>(6) ; (3)>(6) ; (4)>(6)。
	(2)管理學院	1.85	0.46			
	(3)建築規劃學院	1.75	0.44			
	(4)人文社會學院	1.88	0.33			
	(5)資訊學院	1.63	0.49			
	(6)觀光學院	1.25	0.46			

*p<0.05

三、不同年級運動休閒中心學生對運動參與行為的差異比較

由表 4-2-3 結果得知，不同年級之運動休閒中心學生的運動參與行為在「運動次數」、「運動持續時間」、「運動時段」及「運動伙伴」上達顯著性差異，經 Scheffe 法事後比較後，在「運動次數」上無顯著性差異。

四年級在「運動持續時間」上的得分顯著高於一、二及三年級；三年級在「運動時段」上的得分顯著高於一、二及四年級；一年級及三年級在「運動伙伴」上的得分顯著高於二年級及四年級。由此可推論，四年級可能在課餘時間較多，所以運動持續時間較長。而張宏亮、陳美燕、楊裕隆、王傑賢、林建勳、李俞麟（2010）及王彩麗（2009）之研究結果相同，研究指出在運動持續時間以一年級之學生較多，亦即學生愈大運動量愈少，此與本研究相異。

表 4-2-3 不同年級的學生其運動參與行為分析

項目	組別	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
運動次數	(1)一年級	2.34	0.86	4.04*	.00	經 Scheffe 法事後比較後，無顯著性差異。
	(2)二年級	2.40	0.50			
	(3)三年級	2.67	0.80			
	(4)四年級	2.76	1.02			
	(5)碩博士生	3.00	0.85			
運動持續時間	(1)一年級	2.63	0.99	11.18*	.00	(4)>(1)； (4)>(2)； (4)>(3)。
	(2)二年級	2.70	0.65			
	(3)三年級	2.80	0.66			
	(4)四年級	3.63	0.83			
	(5)碩博士生	3.00	0.85			
運動時段	(1)一年級	2.29	0.45	6.89*	.00	(3)>(1)； (3)>(2)； (3)>(4)。
	(2)二年級	2.20	0.61			
	(3)三年級	2.60	0.49			
	(4)四年級	2.29	0.46			
	(5)碩博士生	2.67	0.49			
運動伙伴	(1)一年級	1.89	0.32	9.55*	.00	(1)>(2)； (1)>(4)； (3)>(2)； (3)>(4)。
	(2)二年級	1.50	0.51			
	(3)三年級	1.87	0.50			
	(4)四年級	1.59	0.50			
	(5)碩博士生	1.67	0.49			

*p<0.05

四、不同會員別之運動休閒中心學生對運動參與行為的差異比較

由表 4-2-4 得知，半年會員與年會員學生的運動參與行為在「運動次數」、「運動持續時間」及「運動伙伴」上達顯著性差異。

在「運動次數」、「運動持續時間」及「運動時段」上半年會員得分顯著高於年會員。由此可推論，可能是半年會員因使用期限較短，所以在使用的態度上較為積極。

表 4-2-4 不同會員別的學生其運動參與行為差異分析

項目	組別	平均數	標準差	t 值	p 值
運動次數	(1)半年會員	2.62	0.71	2.45*	.02
	(2)年會員	2.38	0.96		
運動持續時間	(1)半年會員	2.95	0.84	2.20*	.03
	(2)年會員	2.71	0.99		
運動時段	(1)半年會員	2.30	0.51	-1.98	.05
	(2)年會員	2.41	0.49		
運動伙伴	(1)半年會員	1.78	0.47	0.22*	.01
	(2)年會員	1.77	0.42		

*p<0.05

五、不同家庭收入之運動休閒中心學生對運動參與行為的差異比較

由表 4-2-5 得知，不同家庭收入之運動休閒中心學生的運動參與行為在「運動次數」、「運動持續時間」、「運動時段」及「運動伙伴」上皆達顯著性差異，經 Scheffe 法事後比較後發現，「運動次數」、「運動持續時間」及「運動伙伴」無顯著性差異。

就「運動時段」而言，家庭收入為「無經常性收入」、

「60,001~70,000元」、「70,001元以上」及「不清楚或不瞭解」者得分顯著高於「40,001~50,000元」者。

表 4-2-5 不同家庭收入的學生其生活型態差異分析

項目	組別	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
運動次數	(1) 無經常性收入	2.10	0.71	3.58*	.00	經 Scheffe 法事後比較後，無顯著性差異。
	(2) 20,000 元以下	2.30	0.97			
	(3) 20,001~30,000 元	3.00	1.07			
	(4) 30,001~40,000 元	2.00	0.00			
	(5) 40,001~50,000 元	3.00	0.85			
	(6) 50,001~60,000 元	3.00	0.00			
	(7) 60,001~70,000 元	3.00	0.00			
	(8) 70,001 元以上	2.40	1.05			
	(9) 不清楚或不瞭解	2.59	0.81			
運動持續時間	(1) 無經常性收入	2.60	0.93	2.09*	.04	經 Scheffe 法事後比較後，無顯著性差異。
	(2) 20,000 元以下	3.05	1.10			
	(3) 20,001~30,000 元	2.50	0.53			
	(4) 30,001~40,000 元	2.50	0.53			
	(5) 40,001~50,000 元	3.00	0.00			
	(6) 50,001~60,000 元	3.50	0.53			
	(7) 60,001~70,000 元	2.00	0.00			
	(8) 70,001 元以上	2.60	0.50			
	(9) 不清楚或不瞭解	2.87	0.97			

(續下頁)

運動時段	(1) 無經常性收入	2.50	0.51			
	(2) 20,000 元以下	2.22	0.42			
	(3) 20,001~ 30,000 元	2.50	0.53			
	(4) 30,001~ 40,000 元	2.00	0.00			(1) > (5) ;
	(5) 40,001~ 50,000 元	1.67	0.49	6.39*	.00	(7) > (5) ;
	(6) 50,001~ 60,000 元	2.50	0.53			(8) > (5) ;
	(7) 60,001~ 70,000 元	3.00	0.00			(9) > (5) 。
	(8) 70,001 元以上	2.60	0.50			
	(9) 不清楚或不瞭解	2.36	0.48			
運動伙伴	(1) 無經常性收入	1.90	0.30			
	(2) 20,000 元以下	1.65	0.48			
	(3) 20,001~ 30,000 元	2.00	0.00			
	(4) 30,001~ 40,000 元	2.00	0.00			
	(5) 40,001~ 50,000 元	1.33	0.49	3.30*	.00	經 Scheffe
	(6) 50,001~ 60,000 元	2.00	1.07			法事後比
	(7) 60,001~ 70,000 元	2.00	0.00			較後，無顯
	(8) 70,001 元以上	1.80	0.41			著性差異。
	(9) 不清楚或不瞭解	1.77	0.42			

*p<0.05

第三節 不同人口統計變項的學生對運動滿意度之差異情形

一、不同性別之運動休閒中心學生對運動滿意度的差異比較
由表 4-3-1 得知，男同學與女同學的運動滿意度在「服務態度」、「形象與氣氛」、「課程規劃與活動」及「環境設備」上皆達顯著性差異。

在「服務態度」、「形象與氣氛」、「課程規劃與活動」及「環境設備」上男同學得分顯著高於女同學。由此可推論，可能是男同學在使用次數及時間較多，因此，對運動休閒中心的滿意度較高於女同學。此與黃美珠、陳美燕、蔡毓書（2008）、張少熙（1994）等研究和本研究結果相似，其研究指出性別會影響其對設施滿意度，其中男性的滿意度高於女性。綜合以上研究，可以看出女性在滿意度的各構面上皆較男性使用者低，這與女性使用者在對運動設施的掌握度較男性低，較容易出現運動傷害或是對於設施之要求及對於設施之優良品質的憧憬較為男性者高，所以也比較容易出現對運動設施不滿意之情形，運動設施管理如果可多以使用者之立場作考量，讓其服務更貼近使用者需求，不僅可提升使用者的滿意度，亦可進而營造出使用便利、機能多元的優質運動設施環境。

表 4-3-1 不同性別的學生其運動滿意度差異分析

項目	組別	平均數	標準差	t 值	p 值
服務態度	(1)男	4.28	0.62	7.22*	.00
	(2)女	3.82	0.47		
形象與氣氛	(1)男	4.22	0.54	4.83*	.00
	(2)女	3.94	0.43		
課程規劃與活動	(1)男	4.18	0.62	5.75*	.00
	(2)女	3.82	0.45		
環境設備	(1)男	4.19	0.57	5.50*	.00
	(2)女	3.88	0.40		

*p<0.05

二、不同院別之運動休閒中心學生對運動滿意度的差異比較

由表 4-3-2 結果得知，不同院別之運動休閒中心學生對運動滿意度在「服務態度」、「形象與氣氛」、「課程規劃與活動」及「環境設備」上達顯著性差異。

就整體來看，「管理學院」及「資訊學院」在各構面上的得分顯著高於「人文社會學院」。

表 4-3-2 不同院別的學生其運動參與行為滿意度差異分析

項目	組別	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
服務態度	(1)工學院	4.05	0.74	9.20*	.00	(2) > (4) ; (5) > (4)。
	(2)管理學院	4.26	0.47			
	(3)建築規劃學院	4.02	0.55			
	(4)人文社會學院	3.72	0.50			
	(5)資訊學院	4.38	0.73			
	(6)觀光學院	4.08	0.30			

(續下頁)

形 象 與 氣 氛	(1)工學院	3.97	0.45	4.96*	.00	(2) > (4) ; (5) > (4)。
	(2)管理學院	4.18	0.42			
	(3)建築規劃學院	4.18	0.52			
	(4)人文社會學院	3.91	0.44			
	(5)資訊學院	4.32	0.75			
	(6)觀光學院	3.88	0.58			
課 程 規 劃 與 活 動	(1)工學院	3.99	0.72	5.56*	.00	(2) > (4) ; (5) > (4)。
	(2)管理學院	4.15	0.42			
	(3)建築規劃學院	3.99	0.55			
	(4)人文社會學院	3.76	0.50			
	(5)資訊學院	4.30	0.76			
	(6)觀光學院	3.90	0.44			
環 境 設 備	(1)工學院	4.02	0.38	7.58*	.00	(2) > (4) ; (5) > (3) ; (5) > (4)。
	(2)管理學院	4.18	0.43			
	(3)建築規劃學院	3.98	0.57			
	(4)人文社會學院	3.81	0.39			
	(5)資訊學院	4.39	0.78			
	(6)觀光學院	3.90	0.61			

*p<0.05

三、不同年級之運動休閒中心學生對運動滿意度的差異比較

由表 4-3-3 結果得知，不同年級之運動休閒中心學生的運動滿意度在「服務態度」、「形象與氣氛」、「課程規劃與活動」及「環境設備」上達顯著性差異，經 Scheffe 法事後比較後，在「環境設備」上無顯著性差異。

二年級及三年級在「服務態度」及「課程規劃與活動」上的得分顯著高於一年級；三年級及四年級在「形象與氣氛」上的得分顯著高於一年級。由此可知，可能是一年級對環境熟悉度不夠，因此，在服務管理上的滿意度較差，反觀高年級滿意度較高。

表 4-3-3 不同年級的學生其運動滿意度分析

項目	組別	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
服務態度	(1)一年級	3.92	0.59	5.56*	.00	(2) > (1); (3) > (1)。
	(2)二年級	4.27	0.58			
	(3)三年級	4.26	0.49			
	(4)四年級	4.21	0.75			
	(5)碩博士生	4.00	0.25			
形象與氣氛	(1)一年級	3.96	0.52	5.93*	.00	(3) > (1); (4) > (1)。
	(2)二年級	4.18	0.47			
	(3)三年級	4.24	0.43			
	(4)四年級	4.29	0.59			
	(5)碩博士生	4.06	0.16			
課程規劃與活動	(1)一年級	3.85	0.53	9.26*	.00	(2) > (1); (3) > (1)。
	(2)二年級	4.24	0.52			
	(3)三年級	4.28	0.44			
	(4)四年級	4.11	0.79			
	(5)碩博士生	3.80	0.17			
環境設備	(1)一年級	3.95	0.53	3.20*	.01	經 Scheffe 法事後比 較後，無 顯著性差 異。
	(2)二年級	4.24	0.43			
	(3)三年級	4.16	0.46			
	(4)四年級	4.08	0.57			
	(5)碩博士生	4.07	0.60			

*p<0.05

四、不同會員別之運動休閒中心學生對運動滿意度的差異比較

由表 4-3-4 得知，半年會員與年會員學生的運動滿意度在「服務態度」、「形象與氣氛」、「課程規劃與活動」及「環境設備」上達顯著性差異。

在「服務態度」、「形象與氣氛」、「課程規劃與活動」及「環境設備」上半年會員得分顯著高於年會員。

表 4-3-4 不同會員別的學生其運動滿意度差異分析

項目	組別	平均數	標準差	t 值	p 值
服務態度	(1)半年會員	4.20	0.58	3.65*	.00
	(2)年會員	3.95	0.60		
形象與氣氛	(1)半年會員	4.20	0.55	3.73*	.00
	(2)年會員	3.99	0.45		
課程規劃與活動	(1)半年會員	4.14	0.57	3.44*	.00
	(2)年會員	3.91	0.57		
環境設備	(1)半年會員	4.14	0.55	2.76*	.01
	(2)年會員	3.97	0.48		

*p<0.05

五、不同家庭收入之運動休閒中心學生對運動滿意度的差異比較

由表 4-3-5 得知，不同家庭收入之運動休閒中心學生的運動滿意度在「服務態度」、「形象與氣氛」、「課程規劃與活動」及「環境設備」上皆達顯著性差異，經 Scheffe 法事後比較後發現，「服務態度」及「形象與氣氛」無顯著性差異。

就「課程規劃與活動」而言，家庭收入為「20,001~30,000 元」者得分顯著高於「20,000 元以下」及「不清楚或不瞭解」者；在「環境設備」上，家庭收入為「20,001~30,000 元」、「50,001~60,000 元」及「70,001 元以上」者得分顯著高於「20,000 元以下」者。

表 4-3-5 不同家庭收入的學生其運動滿意度差異分析

項目	組別	平均數	標準差	F 值	p 值	事後比較
服務態度	(1) 無經常性收入	3.95	0.61	3.80*	0.00	經 Scheffe 法事後比較，無顯著性差異。
	(2) 20,000 元以下	3.95	0.30			
	(3) 20,001~30,000 元	4.75	0.27			
	(4) 30,001~40,000 元	4.08	0.98			
	(5) 40,001~50,000 元	4.07	0.24			
	(6) 50,001~60,000 元	4.58	0.45			
	(7) 60,001~70,000 元	5.00	0.00			
	(8) 70,001 元以上	4.08	0.53			
	(9) 不清楚或不瞭解	4.06	0.64			
形象與氣氛	(1) 無經常性收入	4.03	0.38	3.04*	0.04	經 Scheffe 法事後比較，無顯著性差異。
	(2) 20,000 元以下	3.93	0.36			
	(3) 20,001~30,000 元	4.67	0.36			
	(4) 30,001~40,000 元	4.25	0.80			
	(5) 40,001~50,000 元	4.11	0.28			
	(6) 50,001~60,000 元	4.58	0.45			
	(7) 60,001~70,000 元	4.17	0.00			
	(8) 70,001 元以上	4.17	0.51			
	(9) 不清楚或不瞭解	4.08	0.56			

(續下頁)

課程 規 劃 與 活 動	(1) 無經常性收入	3.96	0.41		
	(2) 20,000 元以下	3.88	0.32		
	(3) 20,001~ 30,000 元	4.80	0.21		
	(4) 30,001~ 40,000 元	3.90	0.75		
	(5) 40,001~ 50,000 元	4.02	0.29	4.68*	0.00 (3) > (2) ; (3) > (9)。
	(6) 50,001~ 60,000 元	4.60	0.43		
	(7) 60,001~ 70,000 元	4.80	0.00		
	(8) 70,001 元以上	4.09	0.47		
	(9) 不清楚或不瞭解	3.98	0.65		
環 境 設 備	(1) 無經常性收入	4.14	0.41		
	(2) 20,000 元以下	3.72	0.29		
	(3) 20,001~ 30,000 元	4.50	0.53		
	(4) 30,001~ 40,000 元	4.10	0.96		
	(5) 40,001~ 50,000 元	3.93	0.26	5.97*	0.00 (3) > (2) ; (6) > (2) ; (8) > (2)。
	(6) 50,001~ 60,000 元	4.70	0.32		
	(7) 60,001~ 70,000 元	4.00	0.00		
	(8) 70,001 元以上	4.36	0.49		
	(9) 不清楚或不瞭解	4.03	0.53		

* p<0.05

本章小結

一、「樣本描述分析」部份

(一) 運動休閒中心學生之基本資料分析

本研究調查中運動休閒中心學生在性別方面以「男性」居多，共 164 人（佔 56%）；與過去研究（張少熙，1994；程紹同，2000；王建峻，2003；劉坤宏，2003；曾瑞怡，2005；任鳳儀，2012）之結果有諸多相同之處。研究對象中以「男性」為最多，共有 164 人（56.00%），此與教育部體育司（2010）學生運動參與情形調查報告書指出隨著學級越高，男女生有運動習慣者的比率差異越大相同。代表男學生在參與運動較女生勇躍，與陳鴻雁、謝邦昌（2003）及陳肇芳（2007）研究指出男性從事規律休閒運動多於女性之結果相同。在院別方面，以「管理學院」最多，共 96 人（佔全體有效樣本的 32.76%）；在年級部分，則以「一年級」居多，共 140 人（佔全體有效樣本的 47.78%）；在會員別部分，則以「半年會員」與「年會員」各佔一半；而在家庭收入方面，以「不清楚或不瞭解」為最多，共 156 人（佔全體有效樣本的 53.24%）。

(二) 運動休閒中心學生的運動參與行為之情形

1. 每週運動的次數

每週運動 1、2 次的學生即佔了四成三的比例（43.69%），其次為「經常運動（每週 3、4 次）」（佔 32.76%），可見運動休閒中心大部分的學生每週運動次數之比例；此與張蕙麟（2005）、教育部體育司（2010）、陳鴻雁與楊志顯（1999）的調查結果相差不遠，其認為民眾普遍以每週參與休閒運動

「一至二次」者最多，佔 51.41%；此外，陳鴻雁與謝邦昌(2003)在調查我國國民的運動意識中也發現，我國國民平均每週運動以「1次」為最多(41.83%)，其次為「2次」(22.77%)；王建峻(2003)的研究結果指出每週運動2~3次的臺灣北區大專院校學生即佔了近六成的比例(57.28%)，亦與行政院衛生署(1996)所主張的運動效果(每週至少運動三次，每次最好20~30分鐘)頗為符合。

2. 每次從事運動的持續時間

每次的持續時間也以「1小時~2小時」為最多，接近四成二的比例(42.32%)；王建峻(2003)及程紹同(2000)的研究結果指出每次的持續時間也以「1小時~2小時(含)」為最多，接近六成的比例(55.49%)，亦與沈進成、黃鴻斌、劉文禎(2006)針對金牌健康體適能俱樂部會員調查結果相同；並與行政院衛生署(1996)所主張的運動效果(每週至少運動三次，每次最好20~30分鐘)相符合。

3. 從事運動的時段

學生運動的時間多集中在「下午」時段(佔61.77%)，頗符合學生的生活特性。張蕙麟(2005)、劉衡江與王金成(1999)的研究指出國民意願較高之參與活動「時間」為8:00以前、18:00以後，此結果也和諸多的相關研究現況相符合；同時，此時段之天氣除較為適宜溫和外，在完成一天之課業後，從事適當之運動，放鬆心情，與同儕共融，對於身心壓力之減輕及疲勞之消除有正面之幫助。然而，大多數的研究(王宗吉，1999；陳鴻雁，2000)均顯示國內民眾從事

休閒運動的習慣以「下午」時段為主，甚至最近的研究（陳鴻雁、謝邦昌，2003）指出民眾通常從事運動的時段以「清晨」為最多（28.40%）。

4.從事運動的伙伴

學生在運動時的同伴以「同學或朋友」最多（佔75.09%）；此與教育部體育司（2010）學生運動參與情形調查報告書指出大專校院生最主要一起運動的對象是朋友（45.7%）及張宏亮、陳美燕、楊裕隆、王傑賢、林建勳、李俞麟（2010）陳鴻雁（2000）、劉坤宏（2003）、陳鴻雁、謝邦昌（2003）、王建峻及（2003）曾瑞怡（2005）等研究結果相同。

上述結果顯示運動休閒中心學生運動的時間多集中在「下午」時段，且運動同伴以「同學或朋友」最多，每週運動次數與運動持續時間適中，大多於1小時左右結束，亦與行政院衛生署（1996）所主張的運動效果（每週至少運動三次，每次最好20~30分鐘）頗為符合。程紹同（2000）研究指出國中學生參與運動休閒時受同學或朋友影響最大，每次運動參與時間約1至2小時。同時認為，運動的重要性已是一般大眾普遍擁有的觀念。曾瑞怡（2005）研究臺北市高中職學生願意利用假日及非假日時間參與運動。在運動伙伴方面，由於大多學生選擇在放學後參與運動，加上學校提供運動器材、運動場地讓學生課後使用，因此同學朋友互相邀約，就可以在學校內與同學朋友一起運動，這就是大幅提升在學校內運動參與的便利性，這也是劉坤宏（2003）針對彰化縣國中生的研究發現其運動伙伴以「同學」最多。

二、在「不同人口統計變項的學生對運動參與行為之差異情形」部份

在「運動次數」、「運動持續時間」及「運動時段」上男同學得分顯著高於女同學。陳鴻雁（2000）的研究指出男性參與的休閒運動行為（每週參與次數、時間）與體能活動方面顯著高於女性（ $p < .05$ ）；黃麗卿、李瑋珠、鍾嫻嫻（1992）對某專科學校學生進行運動情形狀況調查，結果顯示男生每週從事三次以上運動的比率明顯高於女生，每週運動時數及每週運動消耗卡路里量男女生有顯著差異，皆為男生多於女生。男性較常運動且其運動頻率高於女性（李蘭、陸均安、季隆安，1985；黃雅文等，1991）。

這種性別上的差異可能是因為女生在傳統被認為是好靜的，不被期待需積極的做運動，喜好運動的女生往往被視為太過於男性化，為了符合社會角色的期待，女生也因而會自認為自己沒有能力或缺乏運動技巧做好這項行為。這主要是受社會化性別角色及結構的影響，因社會賦予男生較多的權力（power）及機會。

以院別來進行分析，「資訊學院」在「運動次數」上的得分顯著高於「建築規劃學院」；而「資訊學院」在「運動持續時間」上的得分顯著皆高於各學院；在「運動伙伴」上「管理學院」、「建築規劃學院」及「人文社會學院」得分顯著高於「觀光學院」，其可能與課業壓力及課餘時間有關。

以年級來進行分析，四年級在「運動持續時間」上的得分顯著高於一、二及三年級；三年級在「運動時段」上的得分顯著高於一、二及四年級；一年級及三年級在「運動伙伴」

上的得分顯著高於二年級及四年級，其可能與課業壓力較輕、課餘時間較多可從事運動，或較能規劃時間從事運動，而學校課程的安排時段亦是影響學生運動的時段主要因素之一。

以會員別來看，在「運動次數」、「運動持續時間」及「運動時段」上半年會員得分顯著高於年會員，可能是半年會員的會員期較短，進而較積極從事運動。

以家庭收入來進行分析，就「運動時段」而言，家庭收入為「無經常性收入」、「60,001~70,000元」、「70,001元以上」及「不清楚或不瞭解」者得分顯著高於「40,001~50,000元」者，可能是生活品質、生活壓力及休閒時間等不同而有所相異。

三、在「不同人口統計變項的學生對運動滿意度之差異情形」部份

在「服務態度」、「形象與氣氛」、「課程規劃與活動」及「環境設備」上男同學得分顯著高於女同學。

就院別方面，「管理學院」及「資訊學院」在「服務態度」、「形象與氣氛」、「課程規劃與活動」及「環境設備」上的得分顯著高於「人文社會學院」。

就年級別來看，二年級及三年級在「服務態度」及「課程規劃與活動」上的得分顯著高於一年級；三年級及四年級在「形象與氣氛」上的得分顯著高於一年級。

就會員別來看，在「服務態度」、「形象與氣氛」、「課程規劃與活動」及「環境設備」上半年會員得分顯著高於年會員。

就家庭收入來看，就「課程規劃與活動」而言，家庭收

入為「20,001～30,000元」者得分顯著高於「20,000元以下」及「不清楚或不瞭解」者；在「環境設備」上，家庭收入為「20,001～30,000元」、「50,001～60,000元」及「70,001元以上」者得分顯著高於「20,000元以下」者。

第五章 結論與建議

本章根據資料分析的結果，按研究目的的順序歸納討論所得的結果，作成結論，並對實際應用與未來進一步的研究提出建議，以供參考。

第一節 結論

本研究案經由分析後發現：

- 一、運動休閒中心學生普遍以每週參與運動「1、2次」者最多，佔43.69%，其次為「經常運動（每週3、4次）」，佔32.76%。運動休閒中心學生每次從事運動以持續「1小時～2小時」的比例最高，佔42.32%；「1小時～2小時（含）」的比例次之，佔55.49%。運動休閒中心學生於「下午」從事運動的比例最高（61.77%）。
- 二、運動休閒中心學生從事運動時，以「同學或朋友」為同伴者最多（75.09%）。
- 三、不同性別、院別、年級、會員別及家庭收入之運動休閒中心學生在運動參與行為上皆有顯著差異。
- 四、不同性別、院別、年級、會員別及家庭收入之運動休閒中心學生在運動滿意度上皆有顯著差異。

第二節 建議

根據本研究之發現與研究結論，提出以下建議。

一、對於中華大學運動休閒中心的建議

雖研究結果顯示，每週從事運動的次數約「1、2次」及運動時間適合性，所以學校應該要加強宣導運動健康的觀念，並加強灌輸學生運動健身的知識，以培養有效利用閒暇時間的觀念，以建立學生規律從事運動的習慣。

建議相關單位瞭解運動滿意度的差異，在經營管理上，可善用個別化、多元化方式，並結合校園運動地圖概念，進行促銷、行銷手段推廣，以達經營最佳化。

二、對於後續研究者的建議

本研究僅以中華大學運動休中心學生進行運動參與行為及運動滿意度之探討，建議未來研究者可增加擴及樣本數至全國的校設運動休閒中心，將使研究更為完善更為深入。

引用文獻

一、中文

- 文崇一 (1990)。台灣居民的休閒生活。臺北市：東大。
- 方信淵 (1998)。公立大學游泳池對外開放顧客滿意度之比較研究—以臺灣師大、清華大學為例 (未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 方進隆、李水碧 (譯) (2004)。適能與全人健康的理論與實務。(原作者：W. W. K. Hoeger & S. A. Hoeger)。臺北市：藝軒圖書出版社。(原著出版社：2003)
- 王士峰、劉明德 (1997)。生產作業與管理。臺北市：龍騰出版社。
- 王宗吉 (1999)。體育運動社會學。臺北縣：銀禾文化出版社。
- 王保進 (2006)。中文視窗版 SPSS 與行為科學研究。臺北市：心理。
- 王建峻 (2003)。臺灣北區大專院校學生運動意識之調查研究。臺北縣：輔仁大學出版社。
- 王彩麗 (2009)。臺灣大學生越大越不愛運動。聯合晚報，A8。
- 王惠芬 (2002)，主題樂園遊客行為之研究—以劍湖山世界、六福村及九族文化村為例 (未出版之碩士論文)。朝陽科技大學，臺中市。
- 任鳳儀 (2012)。花蓮縣大學生運動參與行為與阻礙因素研究 (未出版之碩士論文)。國立東華大學，花蓮縣。
- 江盈如 (1998)。大臺北地區健康俱樂部顧客滿意度、忠誠度以及滿意構面重視度之研究 (未出版之碩士論文)。

- 國立交通大學，新竹市。
- 行政院衛生署（1996）。臺灣地區公共衛生概況。臺北市：作者。
- 行政院體育委員會（2012）。中華民國 101 年體育統計。臺北市：作者。
- 余嬪（2000）。休閒教育的實施和發展。大葉學報，9(2)，1-13。
- 吳宏蘭（1993）。某教學醫院參加健康檢查者之運動及攝鈣行為探討（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 吳幸容（2001）。行動電話消費者滿意度之研究（未出版之碩士論文）。長榮管理學院，臺南縣。
- 吳明隆（2003）。SPSS 統計應用學習實務-問卷分析與應用統計。臺北市：知城數位科技股份有限公司。
- 吳政謀（2004）。運動健身俱樂部參與行為、服務品質、滿意度與忠誠度之研究—以奔放主題運動館為例（未出版之碩士論文）。臺北市立體育學院，臺北市。
- 吳嫦娥（1995）。青少年休閒活動現況省思。學生輔導通訊，39，44-49。
- 呂芳陽（2004）。臺灣地區羽球運動消費者參與行為與滿意度之研究（未出版之碩士論文）。輔仁大學，臺北縣。
- 巫昌陽（1992）。臺北市 YMCA 游泳教室成人消費行為之研究（未出版之碩士論文）。國立體育學院，桃園縣。
- 巫賢偉（2008）。花蓮連市亞緻會館參與行為與滿意度之研究（未出版之碩士論文）。花蓮教育大學，花蓮縣。
- 李世昌（1999）。同儕對休閒活動影響之研究-以南開工商專校為例（未出版之碩士論文）。朝陽科技大學，臺中縣。

- 李志峰 (1995)。高雄市保齡球消費者參與行為與行銷組合滿意度之研究 (未出版之碩士論文)。國立體育學院，桃園縣。
- 李孟學 (2004)。台北市公辦民營室內溫水游泳池顧客運動參與行為與滿意度之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 李俞麟 (2004)。游泳俱樂部會員參與行為與滿意度之研究—以寬明游泳俱樂部為例 (未出版之碩士論文)。輔仁大學，臺北縣。
- 李蘭、陸均安、季隆安 (1995)。台灣地區成人的健康行為探討：分佈情形、因素結構和相關因素。中華衛誌，14(4)，358-367。
- 沈易利 (1999)。臺灣省民休閒運動參與動機與阻礙因素之研究。國立臺灣體育學院學報，4(2)，319-370。
- 沈淑貞 (1999)。桃竹苗地區運動健身俱樂部服務品質與會員滿意度之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 沈進成、黃鴻斌、劉文禎 (2006)。金牌健康體適能俱樂部會員參與動機、參與行為、滿意度及忠誠度影響關係之研究。運動休閒餐旅研究，68-91。
- 林品君 (2011)。體驗行銷、顧客滿意度與忠誠度之關聯性分析—以大臺北地區運動護具消費者為例 (未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 林昱君 (2011)。臺北市大同運動中心服務品質與使用者滿意度之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺北教育大學，臺北市。

- 林財丁 (1995)。消費者心理學。臺北縣：書華。
- 林清山 (1992)。心理與教育統計學。臺北市：東華書局。
- 林隆儀、曾席璋 (2008)。品牌策略與企業形象對消費者購買意願的影響－涉入的干擾效果。真理財經學報，19，80。
- 林鈺真 (2008)。臺北市萬華區市民運動中心使用者參與動機與滿意度之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺北教育大學，臺北市。
- 林靜妮 (2008)。北京奧運會官方網站臺灣地區使用者滿意度之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 侯錦雄、姚靜婉 (1995)。市民休閒生活態度與公園使用滿意度之相關研究，臺北市：田園城市。
- 姜慧嵐 (1994)。淺談體適能中心/俱樂部的規劃，中華體育，8(1)，55-57。
- 姜慧嵐 (2000)。臺灣健康體適能俱樂部產業之研究 (未出版之碩士論文)。中國文化大學運動教練研究所，臺北市。
- 柯惠新、丁立宏、盧傳熙、蘇志雄、謝邦昌 (2002)。市場調查。臺北市：臺灣知識庫股份有限公司。
- 洪珠媚 (2011)。市民運動中心會員服務品質、滿意度與忠誠度之因果徑路關係研究－以臺北市中正運動中心為例。建國科大社會人文期刊，30(2)，87-97。
- 洪祥洲 (2003)。高爾夫球場顧客滿意度之研究－以長安高爾夫俱樂部為例 (未出版之碩士論文)。輔仁大學，臺北縣。
- 洪聖惠 (2001)。健康休閒俱樂部之商圈經營研究 (未出版

- 之碩士論文)。輔仁大學，臺北縣。
- 范智明(1999)。臺北市運動健身俱樂部會員消費者行為之研究(未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 徐達光(2003)。消費者心理學。臺北市：臺灣東華。
- 高俊雄(1995)。休閒利益三因素模式。戶外遊憩研究，8(1)，15-28。
- 張少熙(1994)。青少年自我概念與休閒活動傾向及其阻礙因素之研究(未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 張宏亮、陳美燕、楊裕隆、王傑賢、林建勳、李俞麟(2010)。臺灣大專校院學生運動習慣之分析。大專體育學術專刊，240-255。
- 張彩秀(1993)。中老年人運動型態、體適能及健康狀況之研究(未出版之碩士論文)。國立陽明醫學院，臺北市。
- 張蕙麟(2005)。臺灣地區大專院校學生運動參與行為之調查研究。運動管理季刊，7，111-120。
- 教育部(2007)。96年度各級教育行政機關學校衛生業務主管人員第二次研討會手冊(139頁)。臺北市：作者。
- 教育部(2010)。99年度各級學校學生運動參與情形。臺北市：作者。
- 梁雯玟(2001)。顧客導向，服務補償與服務研究—以國際觀光旅館為例(未出版之碩士論文)。國立成功大學，臺南市。
- 許政智(2001)。臺北市國小校園休閒運動參與者生活型態及滿意度調查之研究(未出版之碩士論文)。臺北市立

- 師範學院，臺北市。
- 許義雄、陳皆榮（1993）。青年休閒活動現況及其阻礙因素之研究。臺北市：行政院青年輔導委員會。
- 許慧娟（1994）。顧客滿意、服務品質與服務價值關係之研究—零售產業之實證（未出版之碩士論文）。中原大學，桃園縣。
- 陳志一（2011）。運動場業品牌形象對消費者滿意度與忠誠度影響之研究-以臺北市市民運動中心為例。運動教練科學，21(1)，81-101。
- 陳秀華（1992）。健康適能俱樂部會員消費行為之研究（未出版之碩士論文）。國立體育學院，桃園縣。
- 陳定雄（1994）。休閒運動相關術語之研究。國立臺灣體育學院學報，4，1-29。
- 陳林鴻、張少熙、戴琇惠（2009）。臺北市市民運動中心服務品質、顧客滿意度與忠誠度關係之研究。管理實務與理論研究，3(3)，103-113。
- 陳金冰（1991）。休閒俱樂部行銷策略之研究（未出版之碩士論文）。國立政治大學，臺北市。
- 陳智德（2002）。顧問業服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度研究（未出版之碩士論文）。國立成功大學，臺南市。
- 陳瑞辰（2008）。國立臺灣師範大學綜合體育館設施評估與經營策略。學校體育雙月刊，18(4)，72-76。
- 陳榮宗（2001）。影響策略、滿意度與績效關係研究—以汽車業為例（未出版之碩士論文）。大葉大學，彰化縣。
- 陳肇芳（2007）。大學校院學生休閒運動參與、涉入與滿意度關係之研究（未出版之碩士論文）。嘉義大學，嘉義

- 縣。
- 陳鴻雁(2000)。臺灣地區民眾參與休閒運動之研究。臺北縣：輔仁大學出版社。
- 陳鴻雁、楊志顯(1999)。國民參與休閒運動人口調查。臺北市：行政院體育委員會。
- 陳鴻雁、謝邦昌(2003)。我國國民運動意識之調查研究。臺北：行政院體育委員會。
- 陳麗玉、王宗進(2004)東海大學教職員工參與休閒運動狀況與阻礙因素研究。大專體育學刊，6(1)，57-72。
- 陳麗華(1991)。臺北大學女生休閒態度參與和狀況之研究(未出版之碩士論文)。國立體育學院，桃園縣。
- 彭淑美(1993)。營利性運動休閒健身設施之經營管理。國民體育季刊，22(2)，89-95。
- 曾文俊(2005)。顧客價值與顧客關係管理績效之關聯性研究—以H銀行消費金融部門為例(未出版之碩士論文)。大同大學，臺北市。
- 曾瑞怡(2005)。臺北市高中職學生運動參與行為調查研究(未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 游宗仁(2002)。全國YMCA運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究(未出版之碩士論文)。朝陽科技大學，臺中市。
- 程紹同(1999)。國內運動休閒與體適能企業之概況介紹及經營策略分析。桃園文教(復刊號)，29-36。
- 黃立賢(1995)。專科學生休閒興趣相關因素之研究(未出版之碩士論文)。國立高雄師範大學，高雄市。
- 黃美珠、陳美燕、蔡毓書(2008)。臺北市民運動態度、運動

- 體驗及運動環境滿意度之研究。休閒研究，1(1)，42-55。
- 黃森芳、張哲千(2008)。加強大學體育運動課程健康規律運動知識內容提升大學生規律運動習慣。大專體育雙月刊，98，75-80。
- 黃雅文、姜逸群、藍中孚、方進隆及劉貴雲(1991)。中老年人健康行為之探討。公共衛生，18(2)，133-147。
- 黃麗卿、季瑋珠、鍾嫻嫻(1992)。某專校學生運動情況與運動傷害之調查。中華家醫誌，3(4)，166-173。
- 黃耀鉉(2006)。台中市健康體適能俱樂部會員參與動機、參與行為、顧客滿意度及品牌忠誠度關係之研究(未出版之碩士論文)。大葉大學，彰化縣。
- 葉美玲(2006)。體驗行銷、體驗價值、顧客滿意度與忠誠度關係探討—以台北市立北投區運動中心為例(未出版之碩士論文)。國立臺南大學，臺南市。
- 葉錦樹(2009)。運動網站使用者滿意度之研究—以 Yahoo! 奇摩運動網站為例(未出版之碩士論文)。國立臺北教育大學，臺北市。
- 廖俊儒(2004)。職棒現場觀眾消費體驗要素對體驗滿意度與忠誠意願影響之研究(未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 廖紫婷(2009)。大學生完美主義與休閒因應型式對休閒效益的影響(未出版之碩士論文)。國立雲林科技大學，雲林縣。
- 臺灣省政府教育廳(1991)。倡導正當休閒活動，充實國民生活內涵。臺北市：作者。
- 裴文鼎(2007)。產業市場顧客知覺價值、倫理銷售行為、

- 關係品質對顧客滿意度與顧客忠誠度之影響（未出版之碩士論文）。大同大學，臺北市。
- 趙大志（2007）。公立學校游泳池委外經營之顧客參與行為與滿意度研究－以政大附中游泳池為例（未出版之碩士論文）。輔仁大學，臺北縣。
- 劉田修、林秉毅、陳俊德（2007）。臺北市中山運動中心顧客滿意度與忠誠度之研究。臺灣體育運動管理學報，5，108-123。
- 劉坤宏（2003）。彰化縣國中生運動行為及其影響因素之研究（未出版之碩士論文）。臺灣師範大學，臺北市。
- 劉翠薇（1994）。北縣某商專學生運動行為及其影響因素之研究（未出版之碩士論文）。臺灣師大，臺北市。
- 劉衡江、王金成（1999）。國民參與體育運動意願調查。臺北市：行政院體育委員會。
- 潘沛彤（2007）。臺北地區桌球俱樂部服務品質與顧客滿意度關係之研究（未出版之碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 蔡士傑（2004）。運動健身俱樂部服務品質、顧客滿意度與再購意願之研究－以桑富士運動俱樂部為例（未出版之碩士論文）。國立師範大學，臺北市。
- 衛南陽（1996）第一章：甚麼是顧客滿意學。顧客滿意學。臺北市：牛頓出版股份有限公司。
- 鄭百評（2004）。強身儲備景氣復甦的打拼本錢。Career 雜誌，334（1），152-154。
- 鄭焱生（1994）旅客滿意因素分析之實證研究－以台鐵、台汽旅客為例（未出版之碩士論文）。交通大學，新竹市。

- 鄭順璉 (2001)。大學生生活型態、休閒動機與休閒參與之相關研究 (未出版之碩士論文)。國立體育學院，桃園縣。
- 鄭權地 (2008)。臺北市運動場館委託經營績效和顧客滿意度與運動行為研究 (未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 戴儀臻 (2002)。健康休閒俱樂部會員參與動機、限制因子、實際體驗與滿意度之研究 (未出版之碩士論文)。國立嘉義大學，嘉義縣。
- 薛富隆 (2002)。國內線航空業服務品質旅客滿意度調查研究 (未出版之碩士論文)。義守大學，高雄市。
- 謝文真 (2001)。公務人員休閒態度之研究－以臺北地區為例 (未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 闕山晴 (2002)。顧客滿意度與忠誠度之研究－以西式速食業為例 (未出版之碩士論文)。國立臺灣科技大學，臺北市。
- 羅應嘉 (2010)。運動中心消費者休閒動機、服務品質與滿意度之研究－以北投運動中心為例 (未出版之碩士論文)。輔仁大學，臺北縣。
- 關慶豐 (2009)。建築業服務品質與品牌權益對顧客滿意度與購買意願影響之研究 (未出版之碩士論文)。淡江大學，臺北縣。
- 蘇武龍 (2000)。住院服務品質與病患滿意度之探討－成大、奇美醫院為例 (未出版之碩士論文)。國立成功大學，臺南市。
- 蘇振鑫 (1998)。運動健康信念與運動行為之關係研究－以

運動健康信念模式探討中老年人的運動行為（未出版之碩士論文）。國立體育學院，桃園縣。

蘇雲華（1996）。服務品質衡量方法之比較研究（未出版之博士論文）。國立中山大學，高雄市。

二、英文

- Anderson, E. W., C. Fornell, and D. R. Lehmann (1994),
'Customer satisfaction, market share, and profitability:
Findings from Sweden'. *Journal of Marketing* 58, 53-66.
- Bolton, R. N., & Drew J. H. (1991). A multistage model of
consumer's assessments of service quality and value.
Journal of Consumer Research, 17(4), 375-384.
- Chelladurai, P. (1992). A classification of sport and physical
activity services: Implications for sport management.
Journal of Sport Management, 6, 38-51.
- Devellis (1991). Scale development: Theory and applications.
Sage: California.
- Dishman, R. K. (1991). Increasing & maintaining exercise and
physical activity. *Behavior Therapy*, 22(3), 345-378.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1993).
Consumer behavior. 7th ed. Loudon: Harcourt.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer:
The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1),
1-18.
- Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning,
implementation and control* (7th ed.). NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (1998). *Marketing management: Analysis, planning,
implementation and control* (9th ed.). New Jersey:
Prentice-Hall Inc.
- Kotler, P. (1999). *Marketing management: analysis, planning,
implementation and control*. Englewood Cliffs, NJ:

Prentice-Hall Inc.

- Mano & Oliver (1993) . Assessing the Dimensionality and Structure of the Consumption Experience: Evaluation, Feeling, and Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 20, 451-466.
- Muller, W. (1991). Gaining competitive advantage through customer satisfaction. *European Management Journal*, 9, 1-211.
- Mull, R. F., Bayless, K. G., Ross, C. M., & Jamieson, L. M. (1997). *Recreation sport management*. IL: Human Kinetics.
- Oliver, R. L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 418-430
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer*. New York: Irwin/McGraw-Hill.
- Onkvisit S. and Shaw, J. J. (1993). *International Marketing Analysis and Strategy*, 3rd edition Prentice Hall. London : Cengage Learning.
- Ostrom, A. & Iacobucci, D. (1995). Consumer trade-off & the evaluation of services. *Journal of Marketing*, 59, 17-28.
- Peter & Olson (1990). *Consumer Behavior*. 6th, McGraw Hill, p.155. Illinois: Irwin.
- Singh, J. (1991). Understanding the structure of consumers' satisfaction evaluation of service delivery. *Journal of*

- Academy of Marketing Sciences*, 19(3), 223-234.
- Solomon, (1991). M.R., *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, Boston: Allyn and Bacon.
- Spreng, Richard A. and Richard W. Olshavsky (1993), "Consumer Desires: A New Model of Satisfaction Formation," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21 (Summer), 169-177.
- Westbrook, R. A. (1980), A rating scale for measuring product/service satisfaction, *Journal of Marketing*, 23, 68-72.
- Yang, C. C. (2003). Establishment and applications of the integrated model of servicequality measurement. *Journal of Managing Service Quality*, 13(4), 310-324.

附件一「學生運動參與行為與滿意度之研究」之調查(預試)

各位親愛的同學，您好：

這是一份學術問卷，主要是探討學生運動參與行為與滿意度之研究，請您務必依實際狀況填寫。

本問卷採無記名方式，所得資料純為學術研究之用，僅做綜合性分析，不涉及個人的價值判斷。因此誠懇的邀請您參與填答，您寶貴的意見對本研究將有很大的幫助與價值。

敬祝

健康快樂 萬事如意

國立臺灣體育大學休閒運動管理研究所

指導教授：沈易利 博士

研究生：鍾福啟 敬上

中華民國 101 年 11 月

第一部份：個人基本資料

一、性別：1. 男 2. 女

二、院別：

1. 工學院 2. 管理學院 3. 建築規劃學院
4. 人文社會學院 5. 資訊學院 6. 觀光學院

三、年級：1. 一年級 2. 二年級 3. 三年級
4. 四年級 5. 延畢生 6. 碩、博士生

四、會員別：1. 半年會員 2. 年會員

五、家庭月收入：

1. 無經常性收入 2. 20,000元以下 3. 20,001~30,000元
4. 30,001~40,000元 5. 40,001~50,000元 6. 50,001~60,000元
7. 60,001~70,000元 8. 70,001元以上 9. 不清楚或不瞭解

第二部份：運動參與行為

以下是關於您最近一個月內的運動情形，請依您的實際情況填答。

1. 您前來本運動中心每週運動的次數：

(1) 無~很少運動 (2) 有時運動(每週一、二次)
(3) 經常運動(每週三、四次) (4) 幾乎天天運動(每週五次以上)

2.您前來本運動中心每次運動的持續時間：

- (1)20 分鐘以內 (2)20 分鐘以上~1 小時
 (3)1 小時以上~2 小時 (4)2 小時以上~3 小時 (5)3 小時以上

3.您前來本運動中心的運動時段為何？

- (1)中午(12:00-13:00) (2)下午(13:00-17:00) (3)課後(17:00-21:30)

4.您前來本運動中心與誰一起從事運動？

- (1)獨自從事 (2)同學或朋友 (3)家人 (4)其他_____

第三部份：滿意度

就下列題項之敘述，您對於本運動休閒中心的滿意度，請您根據實際情形在下列適當的□中打√。

	非 常 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
1 運動休閒中心各運動場地的空間大小.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
2 運動休閒中心各運動場地數量在數量規劃上的充足程度...	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
3 運動休閒中心場地動線規劃.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
4 運動休閒中心擁有現代化的運動設施、器材.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
5 運動休閒中心運動設施保養與維修.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
6 運動休閒中心宣傳活動.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
7 運動休閒中心的收費價格.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
8 運動休閒中心運動設施、器材的安全性.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
9 運動休閒中心的交通便利性.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
10 運動休閒中心整體環境的清潔衛生.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
11 運動休閒中心販賣區的商品(如運動用品種類、價格等)	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
12 運動休閒中心收費分類標準合理性.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
13 運動休閒中心的附屬設施.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
14 運動休閒中心課程的收費.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
15 運動休閒中心外觀的整體感覺.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
16 運動休閒中心營造的氣氛.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
17 運動休閒中心會員的素質水準.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
18 運動休閒中心外在的形象聲譽.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
19 運動休閒中心服務時間能符合我的需求.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
20 運動休閒中心的所在位置.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹

	非 常 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
21 運動休閒中心的相關訊息獲得.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
22 運動休閒中心的促銷活動.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
23 運動休閒中心對學生承諾的事都能及時完成.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
24 運動休閒中心學生遇到困難時能主動表示關心並提供 協助.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
25 運動休閒中心服務人員有專業的知識來提供服務.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
26 運動休閒中心服務人員不會因為太忙而忽略我的要求	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
27 運動休閒中心服務人員值得信賴的.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
28 運動休閒中心服務人員的服裝儀容整潔端莊.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
29 運動休閒中心服務人員能夠以學生的最佳利益為優先 考量.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
30 運動休閒中心的課程規劃.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
31 運動休閒中心的活動辦理.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
32 整體上您在運動休閒中心使用後令您感到.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹

～謝謝您的填答～

附件二 「學生運動參與行為與滿意度之研究」之調查

各位親愛的同學，您好：

這是一份學術問卷，主要是探討學生運動參與行為與滿意度之研究，請您務必依實際狀況填寫。

本問卷採無記名方式，所得資料純為學術研究之用，僅做綜合性分析，不涉及個人的價值判斷。因此誠懇的邀請您參與填答，您寶貴的意見對本研究將有很大的幫助與價值。

敬祝 健康快樂 萬事如意

國立臺灣體育大學休閒運動管理研究所

指導教授：沈易利 博士

研究生：鍾福啟 敬上

中華民國 102 年 5 月

第一部份：個人基本資料

一、性別：1. 男 2. 女

二、院別：

1. 工學院 2. 管理學院 3. 建築規劃學院

4. 人文社會學院 5. 資訊學院 6. 觀光學院

三、年級：1. 一年級 2. 二年級 3. 三年級

4. 四年級 5. 延畢生 6. 碩、博士生

四、會員別：1. 半年會員 2. 年會員

五、家庭月收入：

1. 無經常性收入 2. 20,000元以下 3. 20,001~30,000元

4. 30,001~40,000元 5. 40,001~50,000元 6. 50,001~60,000元

7. 60,001~70,000元 8. 70,001元以上 9. 不清楚或不瞭解

第二部份：運動參與行為

以下是關於您最近一個月內的運動情形，請依您的實際情況填答。

1. 您前來本運動中心每週運動的次數：

(1) 無~很少運動 (2) 有時運動(每週一、二次)

(3) 經常運動(每週三、四次) (4) 幾乎天天運動(每週五次以上)

2. 您前來本運動中心每次運動的持續時間：

(1) 20分鐘以內 (2) 20分鐘以上~1小時

(3) 1小時以上~2小時 (4) 2小時以上~3小時 (5) 3小時以上

3. 您前來本運動中心的運動時段為何？

(1) 中午(12:00-13:00) (2) 下午(13:00-17:00) (3) 課後(17:00-21:30)

4. 您前來本運動中心與誰一起從事運動？

(1)獨自從事 (2)同學或朋友 (3)家人 (4)其他_____

第三部份：滿意度

就下列題項之敘述，您對於本運動休閒中心的滿意度，請您根據實際情形在下列適當的中打✓。

	非 常 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
1 運動休閒中心各運動場地的空間大小.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
2 運動休閒中心場地動線規劃.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
3 運動休閒中心擁有現代化的運動設施、器材.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
4 運動休閒中心運動設施保養與維修.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
5 運動休閒中心運動設施、器材的安全性.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
6 運動休閒中心整體環境的清潔衛生.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
7 運動休閒中心的附屬設施.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
8 運動休閒中心營造的氣氛.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
9 運動休閒中心會員的素質水準.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
10 運動休閒中心外在的形象聲譽.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
11 運動休閒中心服務時間能符合我的需求.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
12 運動休閒中心的所在位置.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
13 運動休閒中心的相關訊息獲得.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
14 運動休閒中心對學生承諾的事都能及時完成.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
15 運動休閒中心學生遇到困難時能主動表示關心並提供協助.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
16 運動休閒中心服務人員有專業的知識來提供服務.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
17 運動休閒中心服務人員值得信賴的.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
18 運動休閒中心服務人員的服裝儀容整潔端莊.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
19 運動休閒中心服務人員能夠以學生的最佳利益為優先考量.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
20 運動休閒中心的課程規劃.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
21 運動休閒中心的活動辦理.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹
22 整體上您在運動休閒中心使用後令您感到.....	<input type="checkbox"/> ⁵	<input type="checkbox"/> ⁴	<input type="checkbox"/> ³	<input type="checkbox"/> ²	<input type="checkbox"/> ¹