

# 第一章 緒論

## 第一節 研究動機與目的

### 一、研究動機

1992年巴塞隆納奧運會，我國跆拳道項目於示範賽中榮獲三金二銅，再度激起跆拳道熱潮。近幾年國際比賽亦獲頗多佳績，在2000年跆拳道運動成為奧運會的正式項目後，國人對跆拳道選手的表現無不寄予厚望，希望我國的跆拳道選手能再接再厲，為國爭光。無奈，只獲得二面銅牌而已，對期待金牌的國人，無異是一大打擊。

然而，跆拳道這種運動除了學員本身要有天賦的條件之外，配合設備良好的道館以及優秀的教練給予最適合的訓練，方可培養出優秀的選手。

在以往的文獻中，對於跆拳道館的研究，主要是從經營者的角度探討，卻未見從參與者的角度研究，這樣的狀況，總造成對問題的看法會有見樹不見林之憾，故本研究希望從參與者的行為，為探討的方向，使跆拳道館的業者在經營上有更充足的參考依據，此為研究動機一。

研究者從事跆拳道運動的教授已有二十年了，也曾有幸訓練出二位國手，但近年來卻發現人才難覓，沒有足夠的人才到道館來練習，我們亦無法找出璞玉來加以琢磨，故希望本研究能夠從參與者的行為研究，找出吸引學員到道館之因子，跆拳道的发展才能永續經營，此為研究的動機二。

### 二、研究目的

根據上述之研究動機，本研究提出具體之研究目的如下：

- (一) 瞭解雲林縣跆拳道館學員在人口統計變項，資訊來源、參與行為參與動機及滿意度等之特徵。

- (二) 比較不同人口統計變項之跆拳道館學員參與動機之差異。
- (三) 比較不同人口統計變項之跆拳道館學員滿意度之差異。
- (四) 比較不同人口統計變項之跆拳道館學員參與行為之差異。

## 第二節 研究問題

依據研究目的，本研究針對下列問題進行探討研究：

- 一、雲林縣跆拳道館學員在人口統計變項、參與行為、資訊來源、考量因素、參與動機及學員滿意度上之特徵為何？
- 二、不同人口統計變項之跆拳道館學員在參與動機上有無差異？
- 三、不同人口統計變項之跆拳道館學員在學員滿意度上有無差異？
- 四、不同人口統計變項之跆拳道館學員在參與行為上有無差異？

## 第三節 研究對象與調查方法

本研究對象是指，在研究進行期間，雲林縣體育會跆拳道委員會登記有案之十六所跆拳道館現有國小三至六年級、國中及高中（含高職）之在學學生約四百名學員，其學員在上述期間離開道館者，不在研究對象之列。本研究採普查方式進行研究，道館裡之上述學員，皆為本研究調查之對象。

## 第四節 研究範圍

本研究係透過研究對象以問卷之調查、分析，以瞭解雲林縣各道館之現況，以及跆拳道學員在人口統計變項、參與動機、學員滿意度、參與行為、基本資料為研究範圍。

## 第五節 研究限制

- 一、本研究所採用之方法為問卷調查法，因問卷調查屬於自陳量表，故研究者並無法完全控制受試者填答時之真實程度，僅能假設所有受試者均據實填答。
- 二、根據謝一睿（民 85）的整理指出，國外學者 Chase 和 Godbey（1983）在研究網球俱樂部與游泳俱樂部參與者的自覺參與頻率時，發現受測者均有誇大參與頻率之現象；而 Chase 和 Harada（1984）則發現網球俱樂部會員自覺的每年參與頻率高出 15%。雖然國內未曾有此方面之研究，無法確定國內亦有此種情況，然研究者亦將此種誇大自身運動參與頻率之傾向視為本研究之限制。

## 第六節 名詞操作性定義

- 一、跆拳道館：跆拳道館是一種教育提供業，在運動補習班設置辦法中列為技擊運動類，以鍛練國民強健體格，培養運動精神，提高運動技術水準，發展全民運動為目的（社會體育法令彙編，民 79）。在中華民國跆拳道協會道館設置辦法中，對場地設施有很清楚標準規定，而且四周方圓五百公尺，不得申請第二家道館。本研究之跆拳道館是指：雲林縣體育會跆拳道委員會登記有案，所提供場地、設施、人員、教練等服務，以便利社會大眾參與、學習的運動訓練場所。
- 二、消費者行為：根據林靈宏（民 83）的定義，消費者行為是「消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務和理念時，所表現的各種行為」。因此，簡單的說，消費者行為便是消費者因購買產品、服務而引發的相關行為。在本研究中，係指消費者至跆拳道

館取得學員資格及實際參與的相關行為。

三、休閒運動：本研究所謂之休閒運動，係指在工作與責任義務時間外的閒暇時間內，依個人自由意願及選擇，所從事的運動類休閒活動。本質上，休閒運動屬於休閒活動的一部分，但由於體育運動與一般活動相較之下仍有相異之特質，故休閒運動之功能應稍異於休閒活動，其差異主要來自身體、生理方面，並由此（身體、生理）而延伸，影響其他面向（如心理、社會等）。

四、競技運動（competitive sport）：根據體育大辭典，與他人比賽的形式。以特定的年齡，激烈訓練的教育方式，講求少數選手的精銳主義，以強者為對象，其目的重在勝利，為勝利而奉獻、犧牲，求其跳得更高，擲得更遠，跑得更快等。

五、服務業：凡不屬於農業、礦業、製造業、營造業等四類生產部門所生產的產品，均歸屬於服務業。其中又可分為分配性服務業、生產者服務業、消費者服務業與非營利性政府服務等四大類（李永年，民 87）。

六、人口統計變項：係指人口規模、人口結構、人口分布及其他社經統計變項。由於此類變項取得容易且易於觀察，許多研究均將其列為解釋之變數。在本研究中，人口統計變項包括性別、年齡、就學階段、家庭每月收入及學習跆拳道之年資等五項。

七、參與行為：消費者購買產品並實際至某地點使用該項產品的消費行為。本研究所指之參與行為，係由每週練習次數、每次練習時間、每次最想練習時段及一週中最想練習時段等四構面所組成。

## 第二章 文獻探討

本研究為探究跆拳道館學員之參與行為，以消費者行為理論、動機理論、顧客滿意度理論與相關研究文獻為範圍，進行相關文獻之探討。本章共計五節，分別為第一節 消費者行為理論；第二節 動機理論；第三節 顧客滿意度理論；第四節 相關實證研究文獻探討；第五節 相關文獻探討後之結論；以及第六節 研究假設。

### 第一節 消費者行為理論

消費者行為是消費者因購買產品、服務而引發的相關行為，學者所提出的理論如下：

#### 一、消費者行為理論

- (一) Engel、Kollat 和 Blackwell (1973) 將消費者行為定義為「有關取得和使用經濟財及服務之個體行動，包括決定此行動和事前的決定過程」。
- (二) Engel、Blackwell 和 Miniard (1990) 曾將消費者行為定義為「個人直接涉入獲取或使用經濟性財貨或勞務的行為，包括引導和決定相關行為之決策程序」。
- (三)「意指購買產品或享用服務的人的決策過程與行動」(余朝權，民80)。
- (四) 消費者在購買時的一些可以觀察與觀察不到的行為，它是針對特定的產品與情境而產生，是一個複雜而多面向的過程，也是擬定行銷策略的依據 (Hawkins、Best 和 Coney, 1992)。
- (五)「消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務和理念時，所表現的各種行為」(林靈宏，民83)。

(六)「消費者行為乃是針對特定的產品與情境而產生的，也就是說，其產品不同，其購買與消費行為就會不同，甚至相同的產品，消費者行為也會隨使用者的不同而有不同」( Hawkins、 Best 和 Coney, 1992 )。

因此，簡單的說，消費者行為便是消費者因購買產品、服務而引發的相關行為。在瞭解消費者行為後，便可以據此擬定行銷策略，發展行銷組合，進而達到行銷之目的。

## 二、影響消費者行為因素

由於每個人的個人背景條件，如遺傳因子、年齡、性別、家庭背景、教育背景、經濟背景……等之不同，因此，所表現出來的行為也就因人而異，即使是個人背景條件極為類似的雙胞胎，也都會有意見、行為相左的時候。消費者行為是人類行為之一部分，自然也是形形色色，各不相同。然若能找出導致該行為之因素，當有助於對消費者行為之瞭解。

Hawkins、 Best 和 Coney( 1992 ) 認為消費者是一問題解決者，此問題來自於他們的生活型態的維持或改變。有許多因素可以影響生活型態，這些因素可歸類為兩大部分：

(一) 外部影響：由外在的群體(可大可小)對消費者所造成的影響，計有文化、價值觀、人口統計變數、社會地位、參考群體、家計單位( household )等。

(二) 內部影響：知覺、學習與記憶、動機、人格、情緒等。

余朝權( 民 80 ) 將影響消費者行為的因素分為三大類，分別是：

(一) 個人因素：與個人背景條件有關之因素，如年齡、性別、家庭生命週期( family life cycle )、種族、職業、所得、教育程度、社會階層、居住地點等。

(二) 內在心理因素：個人在消費過程中，會受到知覺、動機、人格、學習、態度等五個重要的心理因素的影響：

- 1.知覺：「個人選擇、組織與解釋外來情報以產生其內心世界的一種過程」(余朝權，民 80)，也就是個人對於外在事物的看法與認知。
- 2.動機：各種行為發生的原動力。
- 3.學習：因經驗而產生，是知識獲得或行為改變的歷程(張春興，民 85)。在行銷過程中，重複購買行為(repeat purchasing behavior)便與學習有相當關聯。
- 4.態度：個人對所處環境中之事物或觀念所抱持的好惡反應。例如對於某新型產品思考與感覺的方式，並進而影響行為。
- 5.與行為能有秩序連結之內在心理特徵。也就是個人在社會中對於周遭環境之人與物所表現出的持續、一致的感受或反應，其受遺傳、環境、教育……等因素之影響。

(三) 外在環境因素：因外在環境的因素而影響個人，可分為三大類：

- 1.文化因素：文化是人類生活環境中所有人為事物之總稱。不同文化的人可能會表現出不同的行為。
- 2.社會因素：又可分為個人角色、家庭因素、社會價值觀、參考群體、社會階層等因素。
- 3.媒體因素：即大眾傳播工具對於行為所造成的影響。

由上可知，影響消費者行為之因素，可大致分為兩大部份，一部份來自個體本身，另一部份則來自個體外在環境。而不同部份或同一部份之因素，亦會相互影響(例如來自個體本身的「種族」與個體外在的「文化」；又如個體本身的「人格」與「學習」)。因此，在討論消費者行為的時候，必須先充分研究這些影響因素，以及各因素之

間的相互影響。

### 三、消費者行為理論模式

根據歐滄和等人之定義，模式（model）「是一種未成熟的理論，也是理論的簡化形象，它具有描述、解釋、預測、及驗證的功能」（歐滄和、李茂能，民 81，p.136），亦即模式應具有理論的全部或簡化的架構。

在消費者行為的研究中，許多學者從不同的觀點提出各自的理論，希望建立完整的理論模式，其探討方向如下：

- （一）E.K.B.模式：從消費者達成決策的過程來探討消費行為。
- （二）Howard-Sheth 模式：從消費者的學習過程探討消費行為。
- （三）C.D.M.（Howard）模式：從 Howard-Sheth 模式簡化而來。
- （四）Nicosia 模式：從訊息暴露、達成決策過程來探討消費行為。
- （五）Kotler 模式：從市場特性來探討消費行為。
- （六）Bettman I. P.模式：從消費者處理資訊過程來探討消費行為。
- （七）Sheth-Neewman-Groaa 模式：從消費者的價值觀來探討消費行為。

上述模式均在不同角度為消費者行為建立了更完整的理論，本研究將採用 E.K.B.模式作為理論基礎。

E.K.B.模式是目前消費者行為理論中，較為清晰、詳盡而完整的模式（王之弘，民 81；巫昌陽，民 81；陳秀華，民 82；鄭浩宗，民 84）。此模式是由 Engel Kollat 和 Blackwell 等三位學者於 1968 年提出，後經 1978、1982、1990 年等數次修改至今，本研究所採用的是 Engel Blackwell 與 Miniard 於 1990 年所修訂的版本（又稱 E.B.M.模式）。

本模式以消費者決策過程中心，結合個體相關之內、外在因素之交互作用而完成。其主要內容包括四大部份：

- （一）資訊輸入：資訊來源可分為行銷來源（例如行銷者之行銷策略）

與非行銷來源（例如大眾傳播、口語傳播），消費者受到這些行銷者輸入之資訊的刺激，而產生資訊處理的意願。

（二）資訊處理：消費者經由展露、注意、理解、接受、記憶等步驟來處理輸入之資訊。

（三）決策過程：為了滿足各種不同層級的需求，消費者會採取一系列的步驟，此即決策過程。E.B.M.模式中的五個步驟如下：

- 1.確認問題：問題確認是決策過程之第一步驟，而且是在決策開始之前。消費者必須清楚知道本身的需求，以及待解決的問題。
- 2.蒐集資訊：在確定問題後，消費者會針對需求多方蒐集資訊，以便將來決定產品的屬性。蒐集的方法有許多，大抵可類分為內部蒐尋（消費者本身累積的相關資訊）與外部蒐尋（來自消費者外部的資訊）。
- 3.評估方案：在蒐尋到足夠的資訊後，消費者會從中選取較為相關的方案，採取某一評估標準（例如價格、品質、方便性.....等，通常會受到動機的直接影響），並得出一種信念，以從這些方案中作出選擇。
- 4.購買產品：在確定選擇後，消費者便會至某一評估地點購買他所認為最適當、最喜歡的產品。購買是消費者行為重心，它讓某事物對消費者的價值轉化為產品，並滿足消費者之需求，也使行銷者售出產品。
- 5.購後結果：在購買產品後，通常消費者會歷經使用、處置、評估等過程，此種評估將決定消費者的滿意程度。若購買的產品滿足消費者需求的程度高，則消費者滿意度也會相隨而高，反之則否。評估後的滿意度將影響消費者再次購買的意願與行為。

（四）決策過程影響變數：包括社會影響與個人特性兩部份。前者文化、社會階級、他人影響等；後者如消費者資源、涉入程度、態度、人格等。

#### 四、消費者行為的透視

假如我們購買一種可為多數人所消費之運動產品時，不難了解到每一位消費者可能正從產品上找尋不同的特質、利益和滿足感，以一場棒球賽的觀眾為例來透視消費者的行為，可看到不同的模式如下：

表 2-1 消費者行為在理論上的模式

“講究語法型” 球迷	“打擊型” 球迷	“年輕型” 球迷
運動的內在價值	興奮和騷動	色彩和氣氛
經濟學家	心理學家	行為主義者
理論效益	態度	外在行為改變
社會學家和人類學家	法律學者	市場家
鄰居和次文化背景	道德和法律	消費主義

資料來源：李明榮(民 80)。運動市場導論 ( p.89 )。臺中：霧峰出版社。

## 第二節 動機理論

如上節所述，讓消費者願意消費購買一項產品的因素眾多，其中動機一項是非常重要的，並且無法忽視的原因。有了動機，才能產生力量去進行一種行為。動機可說是行為發生的基礎。

### 一、動機的意義

「動機」並沒有一種被普遍接受的定義，但大部份的定義都有兩個共同點，首先涉及人類想要滿足的需求，其次動機是促使人們採取行動的一種動力（林靈宏，民 83）。

二十世紀初，美國教育與心理學家 Thorndike，從自製的貓與迷籠實驗中，發現學習乃是刺激與反應之間連結的建立（許天威，民 84），也確認了學習與動機之間的關係，進而提出效果律（law of effect），也才建立「動機」的概念（江南發，民 85）。

江南發曾解釋動機是「一種假設性的構念（hypothetical construct），用以解釋引發個體表現有目標導向之行為（goal-directed behavior）的起始、方向、強度及持續等現象的內在狀態，它是促使個體從事各種活動的內在原因」（林生傳，民 85，p.236），但它是無法直接觀察到的，必須由個體所表現出的行為間接推測而得。由此，我們可以得知，動機與行為事實上是一體兩面，二者相輔相成。圖 2-1 是動機的產生及需求的滿足過程。

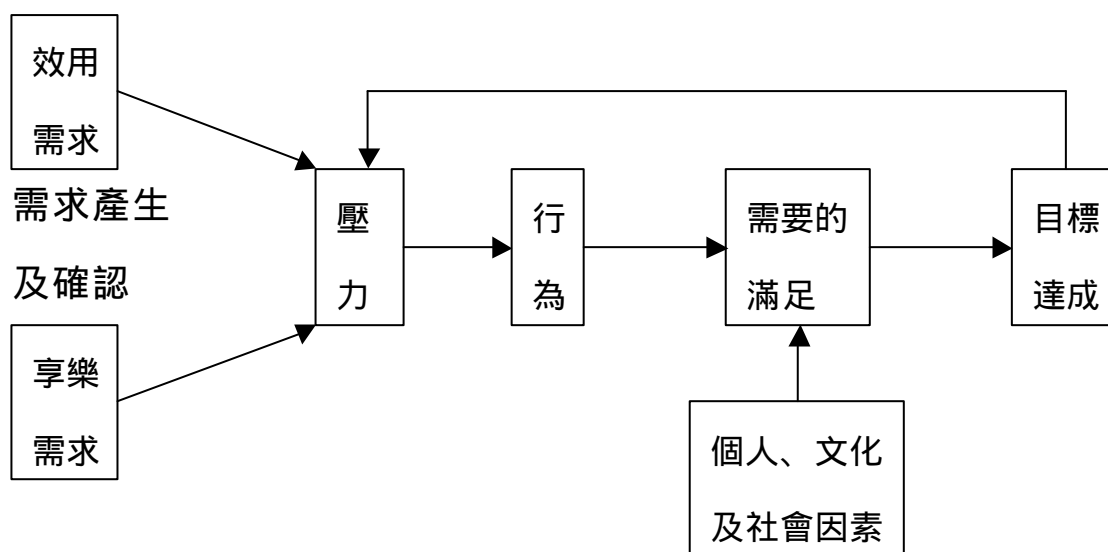


圖 2-1 動機產生及需求滿足過程

資料來源：林靈宏（民 83）。消費者行為學（p.207）。臺北：五南圖書。

## 二、動機的性質

- （一）動機決定增強物：增強作用（reinforcement）可以使行為產生的頻率、強度或持續性獲得增加。而慎選增強物（reinforcer），使之發揮適當的增強效果，則是很重要的工作。如果許多人參加高爾夫俱樂部的動機是「表現社會地位」，則該俱樂部便可針對該動機設計增強物。
- （二）動機解釋行為之目標導向：人類之行為通常是有目的性的，具有目標導向，也因而較為持久。動機可以使我們瞭解消費者行為的目標導向，並進而解釋之。
- （三）動機決定活動的時間量：Atkinson（1980）在其研究中曾提出結論：在某活動（工作、任務）中花費的時間量與對該活動之動機強度幾近成正相關（如圖 2-1）。這樣的結果也可推估至消費者在

某一行為中的時間量。

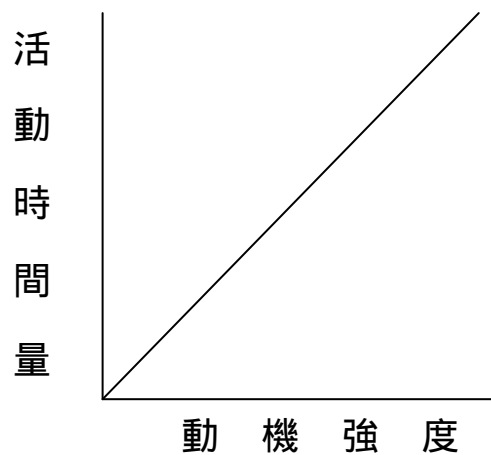


圖 2-2 活動時間量與動機強度的關係

資料來源：林生傳編(民 85)。教育心理學 (p.240)。臺北：五南圖書。

(四) 動機無法單獨作用：動機無法與學習、知覺分開而單獨作用此三者互相影響、作用。

### 三、動機理論

#### (一) Freud 的動機理論

Freud 把動機視為三種心理能量系統的綜合，這三種心理能量系統是原我 (id)、自我 (ego) 及超我 (superego)。行為是這三種系統交互作用的結果。所謂原我是指個人的攻擊性、破壞性及追求快樂的衝動，這是與生俱來的。而超我是指社會的道德規範及個人的良心，其作用的方向，剛好與原我相反，目的在壓抑原我的作用。而自我則遵從現實原則，以調和原我及超我間的衝突，並表現出理性化的行為。由於自我對原我及超我控制的程度，每個人不一樣，所以每個人的興趣、動機及行為也就有所差異 (鄭伯勳，民 81)。

當原我及超我之間產生衝突，可能使個人產生挫折感及焦慮，但自我可利用各種不同的方法，來處理這種焦慮。方法之一是採取理性化的

方法，如推理或解決問題的方式。而 Freud 發現一種自衛機轉的方式來保護自己，以解決內在的衝突及挫折，包括：

認同作用 - 指個人有模仿或學習所敬仰人物的傾向。

投射作用 - 指個人將一些個人潛意識裡不喜歡的動機或行為歸諸別人身上。

替代作用 - 個人能力或脾氣的發洩，由一物遷移到另外一物。

合理化作用 - 是指個人往往把自己特異的行動，解釋為合理或理所當然的。

Freud 認為人類行為的心理力量通常是不自覺的，他指出人在成長過程中花費許多經歷在壓抑自己，接受社會的規範。這些自我抑制的力量並沒有消除或完全的控制，它們變成夢境，而在無意中說出來，或是產生不自覺的行為。因此個人並不能瞭解自己的真正動機。

## (二) Maslow 的動機理論

在眾多的理論中，最有名與受肯定的是 Maslow 的需求層次理論 (hierarchy of need)。馬斯洛強調內在動機的重要，而以不同層次的需求來解釋人類的動機。其中較低層次(較基本)的需求必須先獲得滿足，當需求被滿足後，便不再構成激勵因素，然後便進入更高層次的需求(如圖 2-3)。

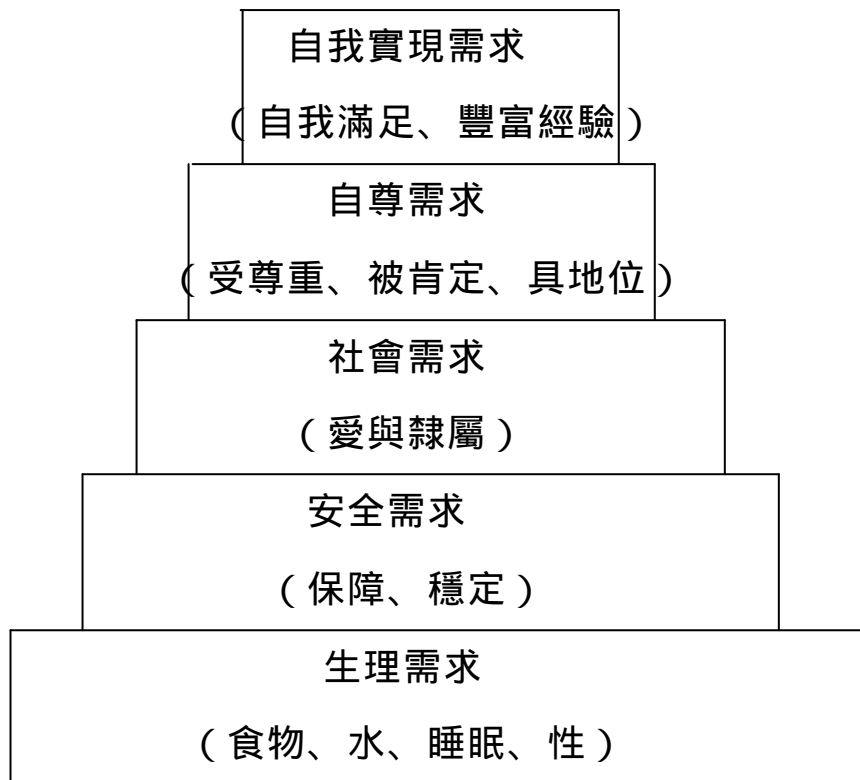


圖 2-3 Maslow 的需求層次理論圖

資料來源：范智明（民 87），臺北市運動健身俱樂部會員消費者行為之研究（p.20），  
 臺北：未出版之國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文，臺北。

#### 四、動機理論與消費者行為之關係

如前所述，動機是消費者行為的原動力，因此，消費者的動機能否得到滿足將是影響產品銷售的重要因素之一。例如，若經由調查研究得知，許多人參加高爾夫俱樂部的動機是「與高社會地位者進行社交活動」，則該俱樂部便可針對該此一動機設計增強物（如每週舉辦一次會員餐敘、演講或讀書會等），以滿足這項動機，進而吸引許多此一類型之消費者，達成行銷目的。動機之於消費者行為的重要性可見一般。

再以 Maslow 的需求層次理論來看，消費者的購買行為主要是在滿足不同層次的需求，有些甚至可滿足一個以上之需求。以下範列表 2-2

是根據 Maslow 的理論所設計行銷策略。

表 2-2 Maslow 的需求層級理論與行銷策略

<p>自我實現需求 產品：興趣、教育、休閒、運動、博物館、歌劇、美食等。 舉例：媚登峰：「Trust me, you can make it！」 臺新銀行玫瑰卡：「認真的女人最美麗！」 NIKE：「……該你上場了！」</p> <p>自尊需求 產品：家具、酒類、興趣、名車、名錶、華服、華廈等。 舉例：中華賓士、勞力士錶、鴻禧山莊、山多利 Whisky</p> <p>社會（愛與隸屬）需求 產品：個人用品、社團、娛樂、唱片、服飾、運動鞋等。 舉例：舒適牌刮鬍刀：「男人的刀！舒適牌刮鬍刀！」 汽車商廣告：營造出「新好男人」、「顧家父親」的形象。</p> <p>安全需求 產品：預防用藥、保險、社會安全、退休投資、安全帶與氣囊、食物、保全公司等。 舉例：池上米：「來自東部純淨無污染的池上米！」 某保險：「活得愈久，領得愈多！」</p> <p>生理需求 產品：食物、飲料、藥物、健康、低膽固醇食品、運動器材等。 舉例：提神飲料：「保力達蠻牛，給你雙倍體力！」 克寧奶粉：「提供足夠的營養……長得像大樹一樣！」</p>
--

資料來源：范智明（民 87），臺北市運動健身俱樂部會員消費者行為之研究（p.22）。

臺北：未出版之國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文，臺北。

## 五、休閒動機

在 1969 年的國際科學年會（National Academy of Science）中，曾針對休閒動機提出報告：

「……為對休閒行為有更佳的认识，必須瞭解休閒的驅力（drive）是什麼？我們可由人們平日之行為模式去探究他們意圖滿足何種社會或心理需求，並據以鼓勵他們繼續去消費」（陳人麟，民 74，p.17）。

雖然陸續有許多學者發展休閒動機的理論，不過在 1983 年由 Beard 和 Regkeb 所發展出的休閒動機量表，因為各因素構面一致性高，且符

合心理學家之動機理論，因此廣泛受到應用。

## 六、運動參與之動機

一般人參與運動的動機除了追求生理方面的身體適應能力之外，最主要的是運動帶給他們的心理需求的滿足（盧俊宏，民 83）。心理學家 Murray( 1983 )，認為心理性動機仍源自於生物性需求( biological needs )，並且可衍生為十二類的需求。其中包括：成就、展示、建構、防衛、支配、自主、攻擊、親和、愛育、遊戲、認知、闡釋等需求。王武昌（民 69）在「臺北市青年、學生、運動員參與運動動機調查」，調查結果發現：保持健康促進體能、經常運動的習慣、對運動的愛好、參與運動時本身極感快樂、放鬆緊張的心情、以及自我實現等為影響參與動機的因素所在。

### （一）參與運動的目標

Maehr 和 Nicholls ( 1980 ) 認為運動的情境至少有下列三種形成的成就性目標會影響個人運動參與動機，包括：表現自己的競爭能力 ( competitive ability ) 目的即是從對方的能力和自己的能力比較之間，肯定自己的存在。1.熟練運動技巧 ( sport mastery ) 此種的目的不在於知覺自己的能力和別人比較如何，是屬於內發性動機的人，只對自己做評估。2.期待社會的讚許 ( social approval ) 主要是想獲得包括父母、教練、觀眾或朋友等一些在他心中總認為是重要人物的讚許。但在 12 歲以下的小孩並無此現象，因他們無法正確評定本身的能力 ( Nicholls , 1978 )。3.表現自己的競賽能力 ( competitive ability ) 主要目的就是社會性比較，從對方的能力和自己的能力比較之間，肯定自己的存在。

### （二）休閒活動的功能

1.個人方面的功能：在生理健康的功能 - 透過適度的休閒活動，如一般

體育性休閒，可達到活絡筋骨、促進血液循環，發展肌肉之效；在心理健康的功能 - 休閒活動有助於個人建立統整性的人格，能鬆弛身心、消除鬱悶、浮躁等不良情緒，進而完成自我；在智能發展的功能 - 藉由休閒活動中學習以啟發智慧、發揮創造能力；在疾病治療的功能 - 休閒活動可用來預防或治療心理疾病，最常採用的有音樂療法、遊戲療法和舞蹈療法。

2. 社會方面的功能：在社會教育的功能 - 休閒生活與學校教育一樣扮演了社會化的角色，尤其是對青少年而言。再者透過休閒活動可使人培養群育，改善人際關係；在社會健康的功能 - 休閒活動有助於拓展生活經驗，增廣見聞及發展社交能力，以利於群體的互動關係；在社會整合的功能 - 現今的社會結構團體，往往以職業工作關係為重要的結合。透過休閒活動的促進藝術與文化的交流以整合社會團體。
3. 學校的教育功能：求學期間，能適度參加休閒活動乃至擔任活動計劃者、執行幹部，都可學到課堂中所學不到的合群、助人等美德，並可活用知識，激發潛力，培養興趣等。所以休閒活動對學校教育的幫助早已被教育學家所肯定（謝政諭，民 78）。

綜合以上休閒活動之功能，可知休閒運動存在於生活之中，而非孤立於生活之外。它是一種生活、一種文化、一種教育。它是人類的再造運動，它不是自然所賦予，而是人類自己的成就，它是人為的而非天賦的；是文化的，而非自然的，它是社會的，而非個人的；是道德的，而非法律的。它的最終目的是全人類的和諧發展：健康、快樂之個人，健全、祥和之社會，以及和平、寧靜的世界（陳定雄，民 83）。

### 第三節 顧客滿意度

#### 一、顧客滿意度之定義

自從 Cardozo 於 1965 年對顧客滿意度進行研究之後，短短三十餘年間，便有許多學者對此一新興領域從事研究，並提出相關理論。首先將顧客滿意度應用於消費者行為理論的是 Howard 和 Sheth (1969)，他們認為顧客滿意度是消費者對其因購買行為所做的犧牲（如金錢、時間）與所得到的補償（如產品、服務）相較後是否適當的一種認知狀態。

Hempel (1977) 認為顧客滿意度是決定於消費者所預期的產品或服務的實現程度，是反應「預期」與「實際」結果之一致程度（謝祥孟，民 86）。

Swan 曾指出：「滿意是種在消費之後特定的(含感情、認知兩要素)情緒定位，其對產品的評估是根據使用時的績效」(Swan, 1983, p.124)

Engel 等人則認為消費者會將使用之前的認知與使用後的效果作一評估，兩者間愈具有一致性，消費者將愈滿意，反之則否（Engel, Blackwell & Miniard, 1990）。

Kotler (1991) 則認為消費者滿意與否乃是取決於其對產品之預期（expectation）與使用效果的關係。如果使用效果大於先前的預期，消費者便會感到滿意。

由以上討論可以得知，顧客滿意度是消費者在產品購買前的認知、預期，與購買後的實際使用效果相對照的結果，若後者大於、等於前者，則顧客滿意度相對較高；若後者小於前者，則顧客滿意度相對較低。

#### 二、顧客滿意度之重要性

顧客滿意度是研究購後行為的一項重要因素，他對於購後行為、消

費者行為、行銷策略，以及整個企業的經營績效，均有相當影響。正因為顧客滿意度十分重要，自 1980 年代以來，美、日、歐洲（歐盟）新加坡等國之政府與企業，相繼在此一領域投入可觀的努力及研究（方信淵，民 87），儼然已成為另一新興研究的領域。

Fornell（1992）曾針對瑞典的企業做顧客滿意度調查，獲得以下之結果：

- （一）重複購買行為是企業獲利的重要來源：顧客滿意度相對較高的企業，其消費者重複購買的比例也較高，而重複購買行為已被許多研究證實是企業的重要營收來源。
- （二）防守策略未受重視造成既有消費者流失：許多企業在致力於開發新的消費群時，忽略了既有消費者之需求，減低了顧客滿意的程度，造成大量流失。
- （三）顧客滿意度可累積企業之利潤：顧客滿意可增加消費者的品牌忠誠度，進而一再重複購買，並且避免了至競爭對手處購買的機會。
- （四）顧客滿意降低交易及失敗產品的成本：顧客滿意度高的企業，其銷售量亦大，可降低製造成本。而由於為達到消費者需求，其產品品質與服務均佳，可減少因產品失敗而導致的成本。
- （五）使企業建立良好形象：由於消費者在獲得滿意之後，將形成口碑，影響其他的消費者成為新顧客，甚至會對企業之他種產品或形象形成月暈效應（halo effect），建立企業正面形象。
- （六）顧客滿意度與市場佔有率：如前述，顧客滿意形成口碑後，將提昇市場佔有率。但若企業未隨著市場擴大後增加之消費者做針對不同需求之產品或服務，則顧客滿意度將會降低，故顧客滿意度與市場佔有率並不必然相等。

### 三、顧客滿意度的決定因素

范智明（民 88）說明顧客滿意度的決定因素眾多，一般來說可分為下列五項：

- （一）期望（expectation）：即顧客在使用產品或服務前對該產品（或服務）的預期或假想。
- （二）表現（performance 或稱績效）：顧客在購買產品或享受服務時所感受到的產品之實際表現。
- （三）不確認性（disconfirmation）：以顧客的期望為基準，和產品或服務的實際表現作比較，即得出不確認性。
- （四）公平（equity）：顧客往往會分析其投資與報酬是否成比例，或與他人相較是否公平。
- （五）歸因（attribution）：若產品或服務不符期望之原因出自產品（服務）本身，則不滿意度會大幅提昇；若出自產品以外，則可有效降低不滿意的程度。

### 四、如何創造顧客的滿意度

就創造顧客的滿意度來說，整個運動事業經營體所扮演的角色可用圖 2-4 來表達。它始於需求分析，終於顧客滿足。重要的是，這一過程是持續性的，因為顧客的需求會改變、產品會改變、新的產品會推出（李明榮，民 80）。

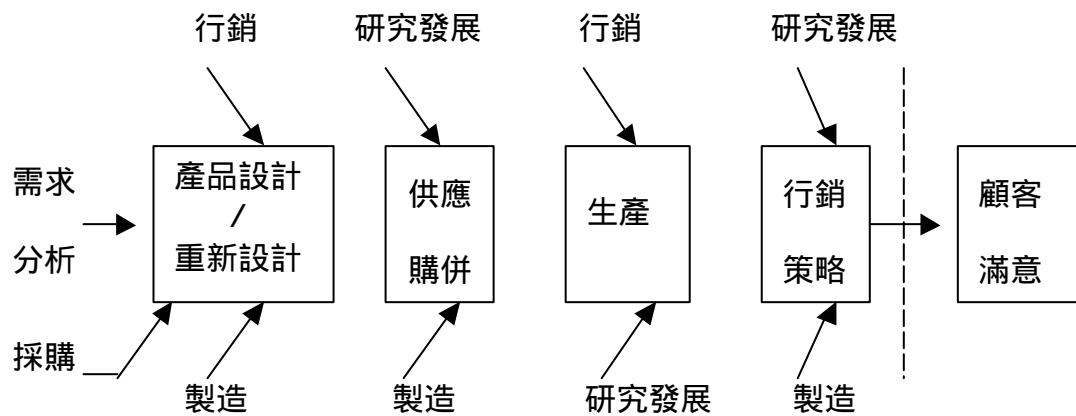


圖 2-4 顧客滿意鏈

資料來源：李明榮(民 80)。運動市場導論 (p.106)。臺中：霧峰。

## 五、消費者滿意度方程式

李明榮 ( 民 80 ) 提出消費者滿意度方程式為：

$$\frac{\text{滿意度}}{\text{若為正則增加再購買的可能性}} = \frac{\text{利益}}{\text{消費者獲得的利益必須大於成本才會滿意}} - \frac{\text{成本}}{\text{購買的價格及其他成本 (時間、機會)}}$$

綜合上述，我們可以得知，由於顧客滿意度對於企業之營運、生存均有極關鍵之影響。因此，不論一家企業是否屬於服務業，都應針對該企業顧客滿意的程度進行研究，「民之所好好之，民之所惡惡之」，方能維持既有顧客，開發新顧客，創造更好的績效與利潤。除了在行銷學之外，顧客滿意度甚至也被應用到其他領域。根據遠見雜誌 87 年 11 月的報導，美國西雅圖市便將顧客滿意度視為城市經營的重點。其他如聯合國居住發展組織、紐約市也有類似的做法 ( 孫秀惠，民 87 )。而在國內，近年來各級政府、首長及媒體頻頻對民眾實施施政滿意度、顧客滿意度之量測，亦可見其重要性。可以預見的是，在未來愈趨激烈的行銷

競爭中，顧客滿意度對於企業營運之成敗，將有決定性之影響。

#### 第四節 相關實證研究文獻探討

##### 一、參與行為相關文獻

- (一) 陳秀華 (民 82): 在「健康體適能俱樂部會員消費行為之研究」一文，以身體活動態度、休閒動機及參與行為為主要變數。針對臺北市八家健康體適能俱樂部會員 256 人進行調查研究，其結果發現：1. 休閒動機與身體活動態度之間有典型相關存在；2. 不同性別、職業身份在身體活動態度上的反應有顯著差異存在；3. 不同參與時數及參與時段的會員在身體活動態度上的反應有顯著的差異存在。
- (二) 戴遐齡 (民 84): 在「臺北市高爾夫練習場運動參與者參與動機與行為之研究」一文中，以臺北市東、西、南、北四區十個高爾夫練習場 530 位消費者為調查對象，結果發現：1. 參與者以男性比例偏高，年齡多集中在 31 至 50 歲，婚姻狀況已婚比例偏高，教育程度以專科和大学生佔大部分，職業以從商人士居多，個人每月平均收入以 100,000 元以上最多；2. 參與動機較傾向於「健康與適能」，高動機、低動機在參與行為上在「訊息來源」、「參與次數」、「參與時數」、「參與盒數」、「參與時段」上沒有顯著差異。
- (三) 謝一睿 (民 85): 在「臺南市保齡球消費者之生活型態、運動參與頻率和保齡球消費行為之研究」中發現：不同生活型態的保齡球消費者，具有不同的人口統計特徵及不同人口統計變數的保齡球消費者具有不同的保齡球消費行為。研究所得的訊息建議保齡球館業者，應針對不同的消費群提供「特權」、「價格優惠」、「良好服務品質」等促銷策略，以刺激消費者。

(四) 范智明 (民 87): 在「臺北市運動健身俱樂部會員消費者行為之研究」提到：1.臺北市運動健身俱樂部會員以男性所佔比例稍高 (52.7%)，年齡則集中在 21-40 歲 (82.1%) 學歷以大學以上居多 (57.7%)，職業以商業居多 (30.8%)，收入多在 50,000 元以下 (65.2%)；會員選擇俱樂部之主要資訊來源為「親友同事(學)」，主要考量因素則為「離家近」；加入會員時間以「6個月以下」居多，每週活動次數多在「2-3」，每次活動時間以「2小時」居多，其他俱樂部使用經驗多為「0家」；2.會員之主要休閒動機為「身心健康需求」及「成就需求」，較滿意的服務項目為「所處的地區」、「服務人員的服務態度」、「服務人員的專業能力」、「開放時段」、「服務人員的服裝儀容」；3.不同人口統計變項之會員在參與行為及顧客滿意度上有顯著差異；4.不同參與行為之會員在休閒動機及顧客滿意度上有顯著差異。

(四) 沈易利 (民 89): 在「臺灣省民眾休閒運動參與和需求之研究 (以北、中、南地區為例)」提到：1.不同人口統計變項，在休閒運動參與情形和需求有所不同，年輕人對球類和冒險性運動較為喜歡，中、壯年層則比較偏愛戶外運動，空域運動仍少有參與者；2.贊成政府鼓勵民間投資休閒運動場地的人數已接近半數；3.阻礙民眾參與休閒運動較為普遍的因素依序為時間、場地、缺乏友伴；4.民眾參與休閒運動較為普遍的前三項動機，分別為追求身體更健康、使心情更愉快、紓解壓力；5.調查得知民眾對休閒運動場地深感不足，幾乎一致期望政府能繼續興建場地，提供充足的活動空間，對於政府提供活動內容與資訊服務，指導員等均有高度需求；6.最受民眾迫切需求，且希望趕快興建的休閒運動場地為

社區運動公園。

從以上文獻得知，休閒運動的參與行為，已是眾多學者努力研究的課題，可見休閒運動的參與在現今的社會上，已是一極受重視的生活內容。

如果能夠有系統的對各種休閒運動的參與行為，皆給予研究及資料整理，必可給消費者及經營者最佳的指引及參考依據。

## 二、有關運動俱樂部之相關文獻

(一) 廖運正 (民 83): 在「跆拳道館業者經營重要因素與行銷策略分析研究」提到：道館成功經營因素最重要的前三項為：1.道館聲譽；2.教學的態度與品質；3.負責人的的人際關係。經營初期與目前最困難的前三項為：(1)學員升學壓力影響；(2)房屋租賃不易；(3)學員招募不易。不同「學員規模」的道館在整體「產品策略」、「通路策略」上達顯著之差異；不同「面積」的道館在整體「產品策略」上達顯著之差異；不同道館「每月平均淨收入」的負責人在整體「產品策略」上達顯著之差異。

(二) 姜慧嵐 (民 89): 在「臺灣健康體適能俱樂部產業之研究」提到：  
1.不同類型健康體適能俱樂部在硬體設施上沒有太大的差異，運動設施以心肺器材、機械性重量訓練器材區、三溫暖及有氧教室為主，最受歡迎的前三種設施分別為：心肺健身區、男女三溫暖及室內游泳池。大多數的俱樂部有九種不同的活動或過程，最受歡迎的課程活動前三名為有氧運動、階梯有氧及瑜珈。不同類型健康體適能俱樂部在課程活動種類差不多，並沒有差異；  
2.不同類型健康體適能俱樂部在平日及假日的營業時間差異不大，而且大都不在星期日館；俱樂部尖峰時段為 17:01-21:00, 12:01-14:

00 為離峰時段，不同類型俱樂部尖峰時段與離峰時段並無太大差異。在全職、兼職員工及有氧教練人力配置上差異性較大。但在主管、運動指導員、全職、兼職教練、游泳教練、櫃檯人員、醫護人員、美容師、清潔人員、行政人員及研發教育人員人力配置上差異不大。但是業務人員以多功能俱樂部較多於其他類型俱樂部。不同類型健康體適能俱樂部在入會金（單年、多年、永久）金額差異大。保證金收取與否，及金額差異甚巨。但在月費的收取金額則差異不大；3.俱樂部促銷活動的廣告方式，其中以簡章簡介、雜誌、郵寄資料為最常用的廣告方式。超過三分之一的俱樂部使用網路新興媒體。最常使用的折扣活動為贈品、試用券及價格折扣。不同類型俱樂部在各種促銷活動上沒有太大的差異。

（三）蘇昱中（民 89）：在「國術道館連鎖經營之研究 - 以鄭子太極拳如魚太極學院為例」提到：1.改善管理技巧，例如建立正確的經營理念，調整財務情況和開拓銷售管道；2.妥善利用參與者的人口統計變項所提供的資訊，以發展促銷策略；3.強化外場地以培養重度使用者；4.根據其研究結果，後續研究者可調查其他運動組織的經營管理或針對鄭子太極拳如魚太極學院所提出的新的行銷組合，對其消費者滿意之滿意度加以追蹤研究。

從以上文獻得知，在現今社會中，有規律運動習慣，或是願意花錢請專業人士教導運動技巧的人，仍屬社會中的青壯人口，至於體質較虛弱急需運動健身的女士及小孩，卻顯現出運動人口之不足。這一點是值得推行全民運動的有關單位重視的。

另外，我們也從文獻上看到：有規模或是能夠順利經營的各種運動俱樂部，他們的成功絕非偶然，必定要有良善的管理技巧及行銷策略，

雖然，每一個俱樂部的管理方式及行銷策略會因地制宜而有所不同，但是，卻都有值得研究之處。

所以，這也提醒我們，現今的社會裡欲推展體育活動，必須注重策略、技巧及行銷方式，而不再只是盲目從事了。

### 三、有關運動場館之相關文獻

(一) 方信淵 (民 86): 在「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」提到：1.會員類別變項與滿意度有顯著差異，其中不同性別、身份、每月使用次數、加入會員時間、其他泳池使用經驗與滿意度均有顯著差異；而年齡、職業、教育程度、收入與滿意度則未達顯著差異；2.不同公立大學游泳池之服務品質有差異；3.不同公立大學游泳池之顧客滿意度有差異，其中師大分部之顧客滿意度最優，師大本部次之，清華大學最差；4.服務品質與顧客滿意度之評價有截然不同之結果，服務品質最好之游泳池在顧客滿意度上卻有最差的評價；5.顧客滿意度量測構面建議為：期望值、表現認知、不確定性、公平、歸因、再購行為、抱怨次數。

(二) 孫顯鋒 (民 89): 在「校務基金制度實施後國立大學校院運動場館經營管理因應策略之研究」提到：1.在國立大學校院運動場館經營管理使用現況上，(1)學校運動場館之設置，以田徑場、足球、排球、網球、桌球、舞蹈韻律教材種類之場所最為普遍，以室內游泳池、空手道室數目最少；(2)校務基金制度實施後有約 90%的場館增多採取「完全開放」政策，50%以上學校在所屬各類運動場館採行「教學與租借並重」之政策；(3)新財物制度實施後有高達 70%以上學校在運動場館經營管理上採用「維持現狀」之因應

策略；2.在校務基金制度實施之後國立大學運動場館經營管理之因應策略上，(1)經營管理單位之組織定位，最主要的經營管理負責單位是「體育室」，列數學校「一級單位」，並以劃分二組辦事最為普遍，而其業務職掌與目標多數採行「教學與租借並重」政策，其組織系統隸屬「行政單位」佔最多數，在場館經營管理上之決策，以「行政會議」或「相關委員會」之位階最多；(2)學校運動場館經營管理之人員編制，經營管理人力有接近九成成為學校教職員工，且大部分為教師兼任，管理幹部專任者不到二成。在人力資源上，不論是正式或臨時人員均明顯不足，因此學校最希望增加之人力資源為「行政人員」、「技術人員」、「管理幹部」，並有半數學校認為應「舉辦研習會」實施人員訓練；(3)學校運動場館經營管理之運動行銷，接近九成的學校未設置「行銷單位」與「行銷人員」，在場館的經營管理宣傳方法上，仍以「張貼海報宣傳」與「發函公告」較常使用，而其促銷方式多數採取「與學校學術活動結合」和「結合社區所辦活動」。在各校現有場館基礎上，均訂有場館收費標準，也有便利交通，適量停車位，但各校並未善加選用為行銷組合以作為因應策略；(4)學校運動場館經營管理之教學與租借，在各校訂有「場館管理辦法」、「收費標準」，亦訂定有「教學管理辦法」情形下，半數學校表示教學與租借並不會互相影響，而這些規劃與管理工作均以「體育室」為最主要的組織位。運動場館以「體育教育目標」是最多數學校所持有的理念，且最常舉辦或使用得活動也與興建之初目標相符合，以「體育活動」性質比例最高；(5)學校運動場館經營管理之預算編列，各校均以「依據預算制度」為最普遍的預算編列方式，而其內容

以「設備費」需編入所佔比例最高，其次為「人事費」與「業務費」，對於以運動場館營運來增多經費上，七成以上學校是採行「出租場地」和「承辦活動」，在經費執行與使用上，各校雖覺得有業務壓力，仍會受到法規限制，但影響不大，多數學校認為會增加學校經費收入，對學校財源之助益有貢獻。

- (三) 何曉瑛 (民 89): 在「臺灣地區公立棒球場委託民間企業經營管理之個案研究 - 以臺南市立棒球場為例」提到：1.理論基礎方面：(1)運動設施營運成功必須考慮的基本因素有：1 經營目標；2 組織人事；3 活動規劃；4 票務管理；5 財務管理；6 設施維修與增建；7 行銷；8 販賣及出租區域；9 群眾管理；10 風險管理；11 交通與停車；(2)運動設施的經營方式呈現多元，而公立運動設施委託民間企業經營管理(operate-transfer、公辦民營)符合了時代的趨勢，值得國內運動設施在經營上，可以考慮的模式；(3)公立棒球場委託經營管理的效益，包括：1 委託經營管理其本身的概念與成效；2 因應現階段公立運動設施營運所面臨的問題；3 受託企業的回饋；4 促進職棒的發展；2.實證調查方面：(1)球場經營的訪談部份，配合前述運動設施經營管理的因素，加以分析探討之；(2)相關人士對臺南市立棒球場委託民間企業經營管理之意見調查部份：1 受訪者對於棒球場委託經營管理成效概念之意見方面，持正面之看法；2 受訪者對於球場公辦民營之後，能因應現今公立運動設施所面臨問題之意見方面，持正面之看法；3 受訪者對民間企業回饋之意見方面，持正面看法；4 受訪者對於促進職棒發展之意見方面，持正面看法；3.經過實證所得的結論，提出如下的建議：(1)對監督輔導單位(臺南市政府)的建議：1 扮演

好監督輔導之角色；<sup>2</sup> 棒球場公辦民營之經驗可考慮延伸至其它運動設施；<sup>3</sup> 妥善處理回饋金的運用方式；<sup>(2)</sup>對統一棒球隊公司的建議：<sup>1</sup> 行銷球場體驗；<sup>2</sup> 舉辦市民參觀活動，適時宣傳球場；<sup>3</sup> 加強與當地三級棒球發展學校間的連繫，充分溝通與交流；<sup>4</sup> 另外提供市民簡易的運動場所。

(四) 簡全亮 (民 89): 在「臺北市興建大型室內棒球場企劃定位階段可行性之研究」提到：臺北市規劃興建之室內棒球場 (中巨蛋)，應採用固定鋼骨薄膜式設計；軟硬體服務及其餐飲客房規劃，應定位為多用途使用，朝體育活動利用和商務貿易場所的綜合設計。為求符合投資效益，需多考量降低主球場體育用途比重，提高非體育用途使用之原則。硬體設施與軟體服務上，不僅止於場地出租；對非體育活動所需，應做出最佳化支援。

從以上文獻資料得知，現今的運動場館之規劃及使用愈來愈受到運動族群的重視，這對我國全民運動的發展是一非常可喜的進展，畢竟，不論是公立或是私立的場館在環境的條件上都是非常優異的，若能夠妥善的利用，則對國人來說是一大福音。

不過，我們也可發現到這些先天條件極佳的運動場館，卻仍未發揮其最大功能，未將它們的附加價值提至最高，所以，在地狹人稠的臺灣，如何利用現有的資源，但卻讓最多的人有機會參與對身心皆有極大助益的體育活動，應是從事體育研究者可努力的一大課題。

#### 四、其他有關之相關文獻

(一) 韓國瑾 (民 87): 在「大學院校體育室行政人員公共關係實施態度及現況之研究」提到：1.大學院校體育室行政人員公共關係實施態度以教職員工關係、學生關係實施態度較佳，而實施現況以

計畫周詳及協調溝通情況較佳；2.不同背景變項大學院校體育室行政人員公共關係實施態度有差異存在，其中公立大學院校在「學生關係」構面上優於私立大學院校；專科畢業者在「學生關係」、「公共理念」、「公關編制」構面上優於研究所及大學畢業者，行政年資較深者在教職員工以及外部關係構面上優於年資較淺者，但年資較淺者則在媒體關係上優於年資較深者；3.私立大學院校體育室公共關係實施現況在教職員工關係及公關編制構面上較公立為佳。而公立大學院校在學生關係實施現況較私立學校為佳；4.大學院校體育室行政人員背景變項與公共關係實施態度對體育室公共關係實施現況有典型相關關係存在，但不全然正相關。

(二)黃士魁(民89):在「我國甲組成棒球員訓練滿意度之研究」提到：對於全體及不同屬性球隊球員之訓練滿意情形的分析與探討中，歸納出我國甲組成棒球員在未來的需求與最希望改善的地方：1.對個人技術的突破與巔峰表現的創造；2.對肌力與體能及競賽心理能力的強化；3.對比賽數量及比賽經驗與觀念的累積；4.對高品質競賽球場與訓練場地的渴望；5.對訓練相關器材與設施的需求與講究；6.對個人福利的重視與薪資待遇的爭取；7.對教練之專業素養與人際提昇的期待；8.對教練與球員互動關係的改善及提昇；9.對於運動科學的結合與支援訓練的追求；10.對於傷害預防與治療品質改善的期盼。

從以上文獻得知，在大專院校體育室行政人員的公共關係中，公私立大學及專科學校各有不同的特質，並非完全一樣，故各大專院校之間實際的多多溝通及交流，這樣便可從別人的身上學到優點而改正自己的缺點，並可避免閉門造車而徒然耗費人力及資源。

另外，在甲組成棒球員訓練滿意度的研究上，我們也可發現，我們的成棒發展仍有很多尚值得大家關注與努力的空間。如此，我們的成棒才能夠永續經營，有亮麗的未來。只可惜，至今為止，對此方面有研究熱情的人仍嫌不足，在物力、人力皆不充足的條件下，我國的成棒之訓練好像已遭遇瓶頸，這是一大警訊，值得所有對棒球運動有興趣的國人共同關心及協助之。

## 五、本節小結

隨著社會的進步，經濟的發展，現代的人，大多已不再為三餐溫飽而奔波，卻多了為豐衣足食所帶來的肥胖、高血壓等文明病所苦的煩惱，但此危機卻也正是我國全民運動推展的一大契機，如果能夠有系統的對各種休閒運動的參與行為，皆給予研究及資料整理，只要能夠規劃國人所能夠接受並且能夠人人皆可從事的運動項目，又有適當的地點，有指導的人才，相信我國人的健康狀況必能逐漸好轉，如此一來，不僅國力增強，亦可減少不必要的醫療保健支出，真是一舉數得。

另外，有規模或是能夠順利經營的各種運動俱樂部，他們的成功絕非偶然，必定要有良善的管理技巧及行銷策略，雖然，每一個俱樂部的管理方式及行銷策略會因地制宜而有所不同，但是，卻都有值得研究之處。所以，這也提醒我們，現今的社會裡欲推展體育活動，必須注重策略、技巧及行銷方式，而不再只是盲目從事了。

因此，在二十一世紀的今日，身為體育研究者的我們，真可謂任重道遠，故期盼，所有從事體育研究的我們，共同為我國的體育運動發展共同努力吧！

## 第五節 相關文獻探討後之結論

經由上述之相關文獻探討，研究者發現：

- 一、參與行為的研究內涵，皆包含有資訊來源、參與次數、每週參與頻率、每週參與時間、參與時段等因素。
- 二、由於服務具有無形性、不可分割性、變異性、易逝性等特性，容易隨著各種外在條件而變動，因此，服務業業者應針對該行業本身之特質，設計不同之評量標準，並時常評量消費者的滿意程度，以作為維持或改進之依據。
- 三、消費者行為是消費者因購買產品、服務而引發的相關行為。本研究所採用 E.B.M. 模式，其主要內容包含資訊輸入、資訊處理、決策過程與決策過程影響變數等四大部份。而在決策過程中，則有確認問題、蒐尋資訊、評估方案、購買產品及購後結果等五項步驟。
- 四、影響消費者行為的因素眾多，其中動機與顧客滿意度是非常重要的兩個因素。動機是行為發生的基礎，且動機與活動時間成正比關係，若能探知消費者之動機而據以設計增強物，滿足消費者之動機，便能有效達成行銷目的；顧客滿意度是消費者在產品購買前的認知、預期，與購買後的使用效果相對照的結果，是研究購後行為的一項重要因素。
- 五、影響顧客滿意度之因素眾多，其中期望、表現、不確定性、公平及歸因是較常提及之五項因素。根據這些因素，消費者在購買、使用產品或服務後，便會產生顧客滿意度。
- 六、國內針對相關休閒運動服務業所進行的研究，對於職業棒球、游泳、保齡球與高爾夫等四項運動比較多，但參與者之人口特徵差異大，

而各研究所進行之方向亦多不相同。

## 第六節 研究假設

根據研究問題與相關文獻探討，本研究所欲驗證的研究假設包含：

假設一、不同人口統計變項之跆拳道館學員在參與動機上沒有顯著差異

1-1 不同性別在參與動機上沒有顯著差異。

1-2 不同年齡在參與動機上沒有顯著差異。

1-3 不同就學階段在參與動機上沒有顯著差異。

1-4 不同家庭每月收入在參與動機上沒有顯著差異。

1-5 不同學習年資在參與動機上沒有顯著差異。

假設二、不同人口統計變項的跆拳道館學員在學員滿意度上沒有顯著差異。

2-1 不同性別在學員滿意度上沒有顯著差異。

2-2 不同年齡在學員滿意度上沒有顯著差異。

2-3 不同就學階段在學員滿意度上沒有顯著差異。

2-4 不同家庭每月收入在學員滿意度上沒有顯著差異。

2-5 不同學習年資在學員滿意度上沒有顯著差異。

假設三、不同人口統計變項的跆拳道館學員在參與行為上沒有顯著差異

3-1 不同性別在參與行為上沒有顯著差異。

3-2 不同年齡在參與行為上沒有顯著差異。

3-3 不同就學階段在參與行為上沒有顯著差異。

3-4 不同家庭每月收入在參與行為上沒有顯著差異。

3-5 不同學習年資在參與行為上沒有顯著差異。

### 第三章 研究設計與實施

本章之主要目的在敘述本研究的研究設計與實施的方式，全章共分五節：第一節 研究步驟；第二節 研究架構；第三節 研究樣本；第四節 研究工具；第五節 資料分析方法。

#### 第一節 研究步驟

本研究在形成研究概念後，便著手蒐集相關文獻，確定研究主題。在進行文獻之整理與探討後，決定主要變項，建立起欲驗證的假設，並建立研究架構。根據假設，進行問卷的設計、預試、修正後，才實施正式問卷調查。所得資料經整理分析後，撰寫研究結果與討論，並據以提出結論與建議，其程序如圖 3-1 所示。

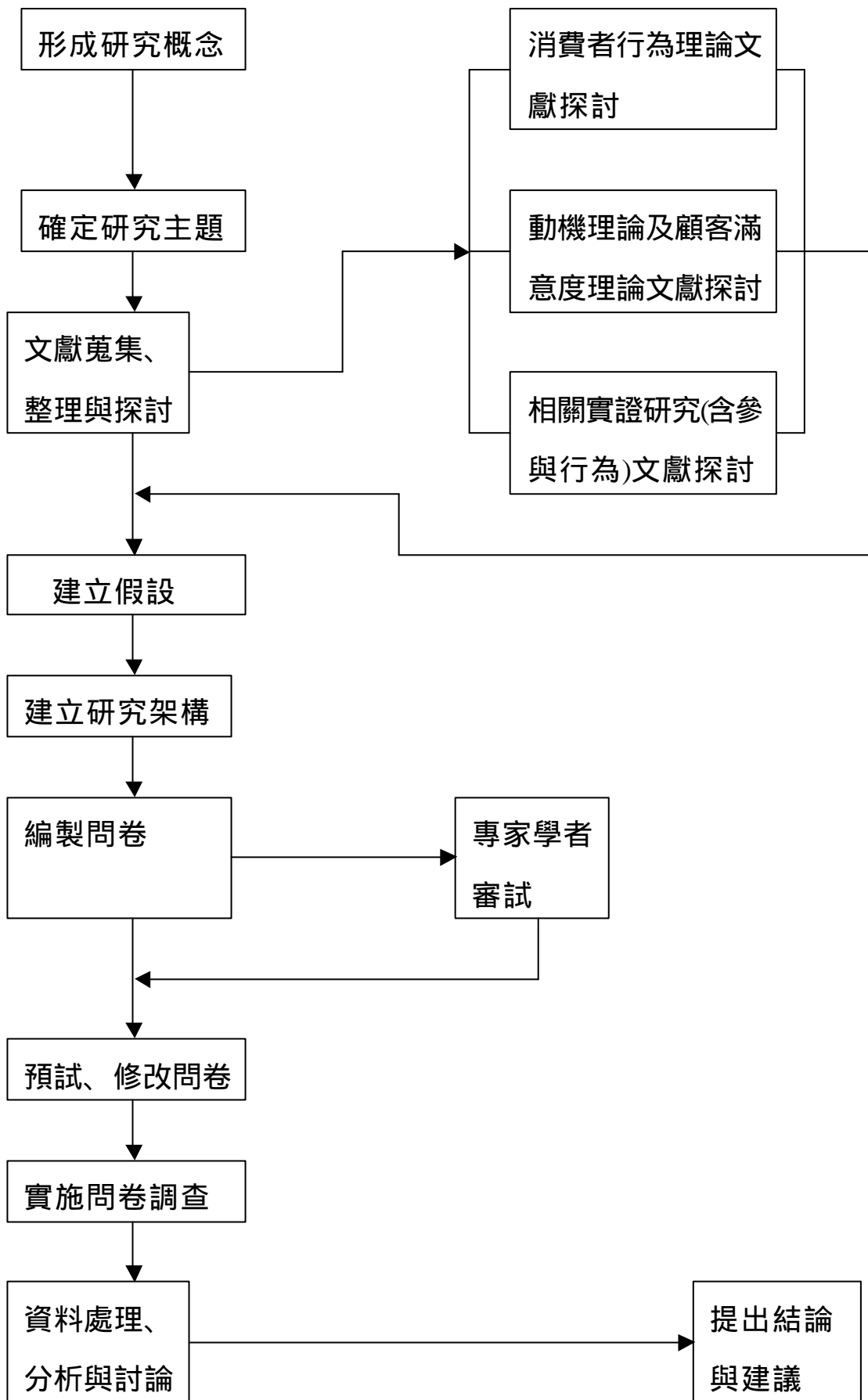


圖 3-1 研究步驟

## 第二節 研究架構

本研究旨在瞭解雲林縣跆拳道館學員之參與現況，概念架構乃是由 E.B.M. 模式中，篩選出所需之變項，透過不同的參與動機、學員滿意度及人口統計變項，探討學員的參與行為及不同人口統計特性之學員抱持何種參與動機，以及參與後之學員滿意度。期望在瞭解前述各變項之特徵與差異情形後，提出結論與建議，達到研究目的。本研究之架構，如圖 3-2 所示。

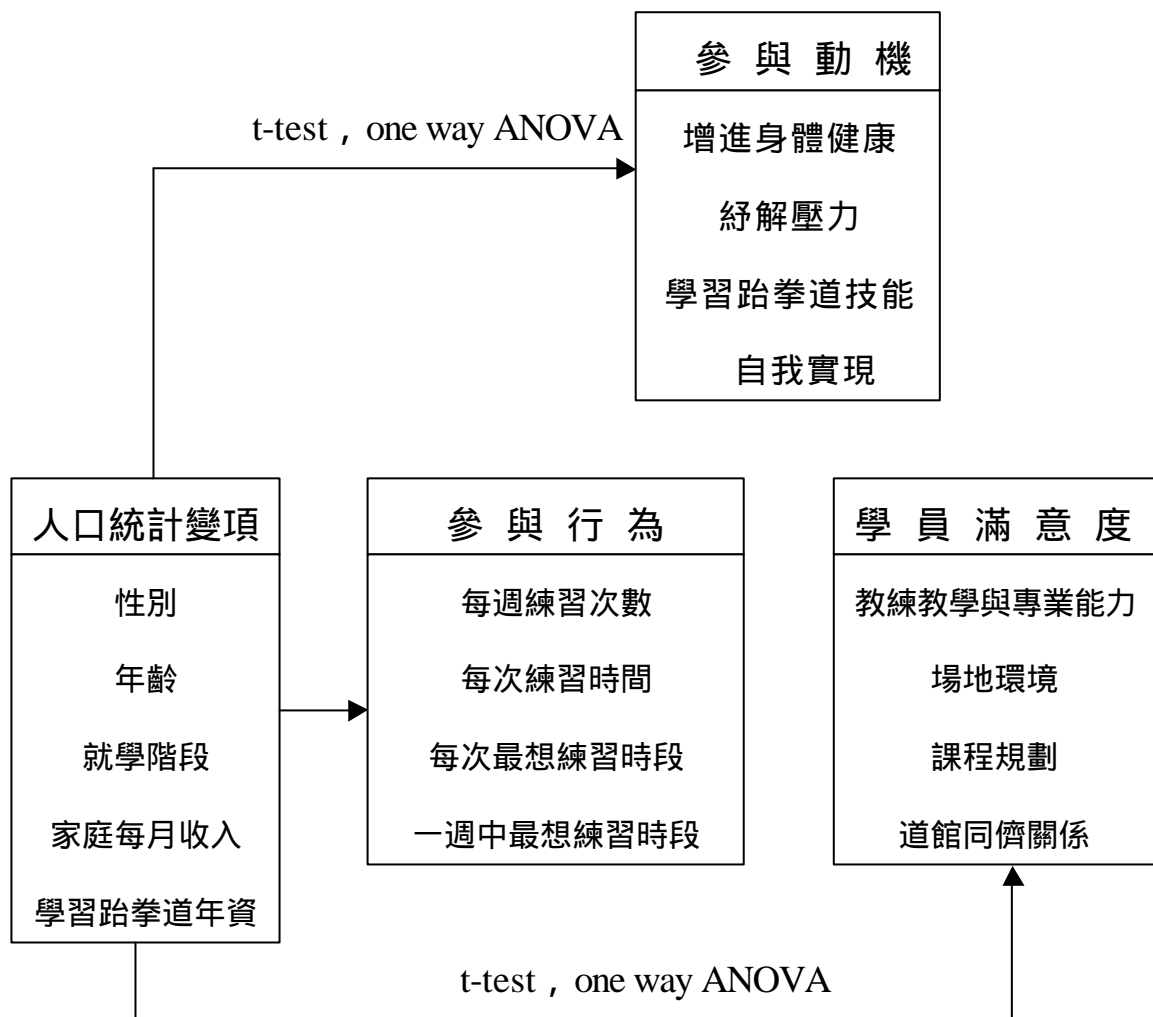


圖 3-2 研究架構

### 第三節 研究樣本

本研究係以雲林縣體育會跆拳道委員會登記有案之跆拳道館學員為研究之對象，且以國小三年級以上至高中職之學員為本研究之調查對象。研究對象包含二個部分，分為「預試樣本」及研究樣本，茲說明如下：

#### 一、預試樣本

本研究之預試對象為雲林縣跆拳道委員會登記有案之跆拳道館，國小五年級以上至高中職三年級之學員，作為本問卷的預試對象。預試卷於 91 年 2 月 18 日至 2 月 23 日連續施行一週，共計發放問卷 110 份，有效問卷 103 份，有效問卷比例為 93.64%。

#### 二、研究樣本

正式施測問卷則以雲林縣跆拳道委員會登記有案跆拳道館之國小三年級以上至高中職三年級學員，作為研究樣本，正式施測時間為 91 年 2 月 27 日至 3 月 8 日，共計發放問卷 330 份，刪除回答不全及呈現規則性答題者後，共得正式樣本 316 份，有效問卷比例為 95.76%，正式問卷發放回收情形，如表 3-1。

表 3-1 正式問卷發放與回收情形

施 測 道 館 別	發出問卷	回收問卷	有效問卷	有效問卷比例
虎尾健民總館	20	20	18	90.00%
西螺健民訓練中心	32	32	30	93.75%
荊桐健民訓練中心	17	17	17	100.00%
土庫健民道館	22	22	21	95.45%
斗南健民訓練中心	50	50	48	96.00%
古坑健民訓練中心	7	7	7	100.00%
崙背健民道館	10	10	10	100.00%
大埤健民訓練中心	25	25	24	96.00%
斗六健民訓練中心	5	5	5	100.00%
斗六成正道館	22	22	21	95.45%
斗六武德道館	30	30	29	96.67%
北港虎嘯道館	50	50	48	96.00%
臺西龍威道館	7	7	7	100.00%
東勢龍威道館	6	6	6	100.00%
口湖梧南訓練中心	24	24	22	91.67%
林內訓練中心	3	3	3	100.00%
總 計	330	330	316	95.76%

#### 第四節 研究工具

在對本研究相關文獻作進一步整理分析後，鑑於本研究之需求採用問卷調查法來蒐集資料，為達本研究之目的，特編製「雲林縣跆拳道館學員參與行為預試問卷」見附錄 B，經預試鑑別度分析、信度與效度考驗，刪除不適用之題目及變更題號完成「雲林縣跆拳道館學員參與行為正式問卷」見附錄 C，問卷內容分為三部份，第一部份為參與動機量表；第二部份為學員滿意度量表；第三部份為個人基本資料及參與行為的瞭解。

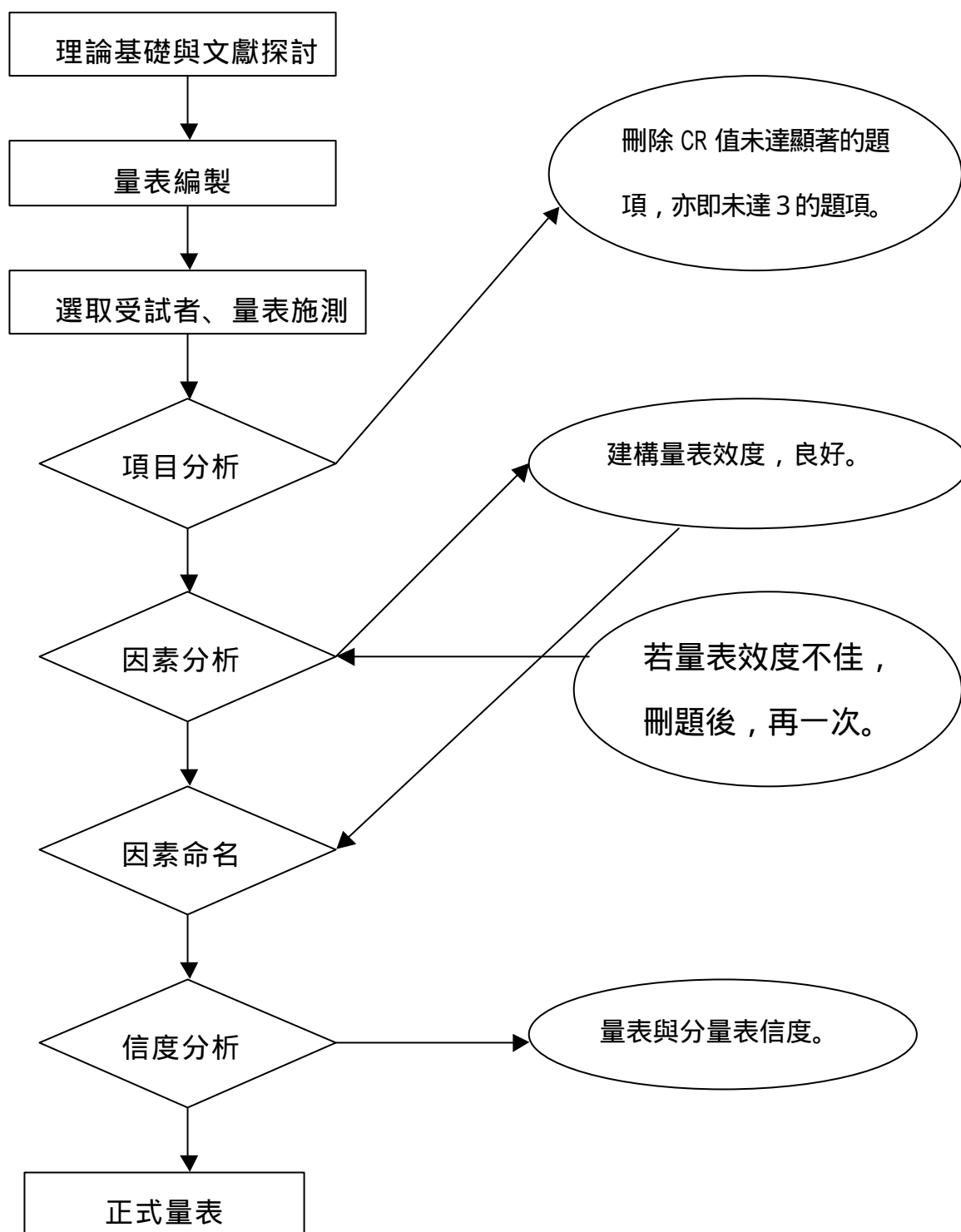


圖 3-3 量表信、效度建構流程

資料來源：張良漢（民 91）休閒運動參與動機、身體活動態度、休閒運動阻礙及滿意度之相關研究（p.38）臺北：師大師苑。

## 一、參與動機量表

本研究所採用的參與動機量表，乃是以有關學者或是研究報告所提出的論點及構面為基礎，主要參酌郭幸林（民 84）短期技能、藝能補習班消費者行為及陳秀華（民 82）健康體適能俱樂部消費者行為之研究、范智明（民 88）臺北市運動健身俱樂部會員消費者行為之研究、陳學綿（民 90）舞蹈才藝班消費者行為之研究，並加入研究者經營道館近二十年的經驗，配合本研究的需要予以改編，發展成四個構面 33 道題目，作為參與動機的預試工具。

### （一）計分方法

本量表採李克特式（Likert-Type Scale），從「非常同意」、「同意」、「無意見」、「不同意」、「非常不同意」，分別給予 5、4、3、2、1 分數，由受試者在最適合的尺度上打圈選。

### （二）項目分析

預試樣本回收後，依有效樣本 103 人之答題反應進行題項之刪減工作，題項的選取以項目分析（item analysis）依受試者答題反應情形，進行獨立樣本 t 考驗，將量表總分高分組（前 25% 的受試者）和低分組（後 25% 的受試者）在每一題得分的平均數進行差異性比較，取各題項  $p < .05$  達顯著差異，且決斷值（critical ratio，簡稱 CR）大於 3 以上者，作為鑑別度之依據；另外，選取題項與量表總分之積差相關值達 0.4000 以上，作為各題刪除之取捨標準，參與動機量表分析結果發現所有的 33 題之 CR 值皆大於 3，故所有題目皆予保留，如表 3-2 所示。

表 3-2 參與動機項目分析摘要表

題號	題目	決斷值 CR	與量表總分之相關 r
1.	減少疾病發生	3.894***	.4170
2.	增加心肺功能	4.116***	.4323
3.	保持身材健美	4.509***	.3486
4.	改正不良姿勢	6.142***	.5643
5.	保持良好體能	4.070***	.3894
6.	看來更有活力	4.143***	.5762
7.	保持身體的靈敏度	3.600**	.4144
8.	可以適度控制體重	4.000***	.4083
9.	可以保護自己的安全	6.782***	.5322
10.	可以讓心情更愉快	8.001***	.6461
11.	可以降低緊張的情緒	6.549***	.5680
12.	可獲得精神上的休息	6.205***	.5676
13.	能改善沮喪的心情	8.109***	.6277
14.	能夠忘掉煩惱	10.097***	.6332
15.	可以紓解功課上的壓力	9.242***	.6371
16.	可以紓解生活上的壓力	7.432***	.6809
17.	可以學習各種跆拳道招勢	3.541**	.3828
18.	可以發揮想像力與創造力	5.576***	.5065
19.	可以更瞭解跆拳道的文化	6.627***	.3937
20.	可以發現跆拳道的益處	4.115***	.4300
21.	可以更瞭解跆拳道的晉級規則	3.674**	.3498
22.	可以學會跆拳道的各種攻防的技巧	5.770***	.4906
23.	可以瞭解跆拳道運動的特色	4.509***	.4013
24.	可以獲得成就感	6.165***	.5117
25.	可以增加個人的優越感	6.531***	.4895
26.	可以提昇個人的地位	7.104***	.5618
27.	有被尊敬的感覺	5.976***	.4625
28.	運動的能力得以展現	6.634***	.5267
29.	可以獲得掌聲與讚美	6.063***	.4852
30.	使我感到主動與積極	6.656***	.6150
31.	覺得自己多才多藝	6.548***	.5574
32.	使我的升學管道更暢通	4.676***	.4853
33.	使自己更有信心	6.081***	.5700

\* p<.05      \*\* p<.01      \*\*\* p<.001

### (三) 建構效度

本研究在量表修訂過程中，除經學者、專家審視修訂，具有專家內容效度外，另以探索性因素分析 (exploratory factor analysis) 作為參與

動機量表之建構效度，為驗證原量表之因素架構，將因素個數值設為 4，以考驗所編製的 33 道題內容是否如原先所預定分別落入四個因素中，因素分析是以主要成份因素分析（principal component analysis）抽取因素，以最大變異法（varimax）正交轉軸，取特徵值（eigen values）大於 1 及因素負荷量（factor loading）大於 0.4000 以上，作為建構效度之取捨標準。參與動機量表經由上述分析結果後，發現第 1 題、第 4 題、第 6 題、第 17 題、第 18 題、第 30 題、第 31 題、第 32 題應予刪除。

參與動機量表各因素（構面）之內容，如表 3-3 所示。

表 3-3 參與動機量表各因素（構面）之內容

題號	動機內容	因素負荷量
因素一：紓解生活壓力		
12.	可以紓解功課上的壓力	.748
7.	可以讓心情更愉快	.699
9.	可以獲得精神上的休息	.698
13.	可以紓解生活上的壓力	.698
8.	可以降低緊張的情緒	.681
10.	能改善沮喪的心情	.675
11.	能夠忘掉煩惱	.670
因素二：學習跆拳道技能		
15.	可以發現跆拳道的益處	.794
18.	可以瞭解跆拳道運動的特色	.738
14.	可以更瞭解跆拳道的文化	.737
16.	可以更瞭解跆拳道的晉級規則	.725
17.	可以學會跆拳道的各種攻防的技巧	.624
因素三：自我實現		
24.	可以獲得掌聲與讚美	.708
21.	可以提昇個人的地位	.705
22.	有被尊敬的感覺	.691
20.	可以增加個人的優越感	.649
19.	可以獲得成就感	.621
23.	運動的能力得以展現	.590
25.	使自己更有信心	.450
因素四：增進身體健康		
1.	增加心肺功能	.659
4.	保持身體的靈敏度	.650
3.	保持良好的體能	.640
2.	保持身材健美	.618
5.	可以適度控制體重	.587
6.	可以保護自己的安全	.472

參與動機量表因素構面矩陣摘要表，如表 3-4 所示

表 3-4 參與動機量表因素構面矩陣摘要表

預試量表題號	正式量表題號	因素構面矩陣摘要表
因素一：紓解生活壓力 (特徵值=4.161)		
15.	12.	.748
10.	7.	.699
12.	9.	.698
16.	13.	.698
11.	8.	.681
13.	10.	.675
14.	11.	.670
因素二：學習跆拳道技能 (特徵值=3.305)		
20.	15.	.794
23.	18.	.738
19.	14.	.737
21.	16.	.725
22.	17.	.624
因素三：自我實現 (特徵值=3.924)		
29.	24.	.708
26.	21.	.705
27.	22.	.691
25.	20.	.649
24.	19.	.621
28.	23.	.590
33.	25.	.450
因素四：增進身體健康 (特徵值=2.852)		
2.	1.	.659
7.	4.	.650
5.	3.	.640
3.	2.	.618
8.	5.	.587
9.	6.	.472

#### (四) 信度考驗

參與動機量表其信度 (reliability) 是以 Cronbach 內部一致性來衡量所測驗的內容是否趨於一致性及穩定性，結果得知總量表的 Cronbach 係數為 .9136，而各分量表的係數為 .7289、.8336、.8409、.8285，顯示本量表具有相當高的內部一致性信度，如表 3-5 所示。另外，四個因素構面分別為「紓解壓力」、「學習跆拳道技能」、「自我實現」、「增進

身體健康」，預試結果支持四個項度構面，因素間的相關介於.413 至.586 之間。如表 3-6 所示。

表 3-5 參與動機量表各分量表與總量表之信度

分量表	紓解壓力	學習跆拳道技能	自我實現	增進身體健康
係數	.7289	.8636	.8409	.8285
題數	7	5	7	6
總量表	Cronbach	.9136		

表 3-6 參與動機量表各分量表之間相關

構面	1	2	3	4
1.紓解壓力	--			
2.學習跆拳道技能	.425**	--		
3.自我實現	.586**	.507**	--	
4.增進身體健康	.413**	.454**	.524**	--

\*\*p<.01

## 二、學員滿意度量表

本研究所採用的學員滿意度量表，亦是參酌郭幸林（民 84）短期技能、藝能補習班消費者行為及陳秀華（民 82）健康體適能俱樂部消費者行為之研究、范智明（民 88）臺北市運動健身俱樂部會員消費者行為之研究、陳學綿（民 90）舞蹈才藝班消費者行為之研究，並加入研究者經營道館近二十年的經驗，配合本研究的需要予以改編，發展成四個構面 38 道題目，作為參與動機的預試工具。

### （一）計分方法

本量表採李克特式（Likert-Type Scale）。從「非常滿意」、「滿意」、「無意見」、「不滿意」、「非常不滿意」，分別給予 5、4、3、2、1 分數，由受試者在最適合的尺度上打圈選。

## (二) 項目分析

預試樣本回收後，依有效樣本 103 人之答題反應進行題項之刪減工作，題項的選取以項目分析 (item analysis) 依受試者答題反應情形，進行獨立樣本 t 考驗，將量表總分高分組 (前 25% 的受試者) 和 low 分組 (後 25% 的受試者) 在每一題得分的平均數進行差異性比較，取各題項  $p < .05$  達顯著差異，且決斷值 (critical ratio, 簡稱 CR) 大於 3 以上者，作為鑑別度之依據；另外，選取題項與量表總分之積差相關值達 0.4000 以上，作為各題刪除之取捨標準，學員滿意度量表分析結果發現第 15 題與量表總分關係只有 .2131，且決斷值也只有 2.163，小於 3，應予刪除，學員滿意度量表項目分析結果，如表 3-7 所示。

表 3-7 學員滿意度量表項目分析摘要表

題號	題 目	決斷值 CR	與量表總分支相關 r
1.	教練的教學態度	7.783***	.5784
2.	教練回答問題的態度	7.378***	.6098
3.	教練的溝通能力	8.599***	.5440
4.	教練的表達技巧	9.167***	.6253
5.	教練解決問題的能力	10.369***	.5341
6.	教練教學的方法	9.572***	.6552
7.	教練的親切程度	8.128**	.5422
8.	教練的友善程度	7.030***	.5844
9.	教練的專業能力	7.028***	.5258
10.	教練能提高學習的興趣	8.903***	.5742
11.	跆拳道館的地點	5.882***	.4749
12.	跆拳道館的陳設與布置	5.491***	.5217
13.	跆拳道館的空間大小	3.007**	.3026
14.	跆拳道館的清潔與衛生	5.829***	.5221
15.	跆拳道館的更衣設備	2.163*	.2131 (刪除)
16.	跆拳道館的地板設備	5.227***	.4548
17.	跆拳道館的安全性	9.481**	.6662
18.	跆拳道館的照明設備	5.335***	.4559
19.	跆拳道館的交通便利	4.030***	.3892
20.	跆拳道館的訓練器材	5.253***	.5042
21.	跆拳道館所安排的課程	11.424***	.7069
22.	跆拳道館的課程銜接度	15.612***	.7491
23.	上課前教練有充分的準備	9.999***	.6162
24.	教練上課的進度	7.483***	.5719
25.	跆拳道館晉級晉段(測驗)的方式	6.677***	.5315
26.	跆拳道館晉級晉段(測驗)的時間	5.523***	.5350
27.	跆拳道館晉級晉段(測驗)的證書	5.572***	.6493
28.	跆拳道館晉級晉段(測驗)的地點	6.215***	.5741
29.	跆拳道館晉級晉段(測驗)的次數	6.320***	.5071
30.	同儕互動的情形	7.382***	.5281
31.	有歸屬於同一團體的感覺	6.827***	.5400
32.	道館營造的氣氛	7.426***	.5385
33.	能欣賞別人的表演	6.463***	.4752
34.	可以學習別人的優點	5.100***	.4301
35.	可以建立良好的情誼	4.859***	.4544
36.	可以共同爭取團體榮譽	7.315***	.5039
37.	可以表達自己的想法	6.519***	.5382
38.	可以學會與別人溝通	6.856***	.5120

\* p < .05    \*\*p < .01    \*\*\*p < .001

### （三）建構效度：

本量表係根據專家學者意見及參酌相關研究報告而編製成。除具有專家內容效度外，另外，以探索性因素分析學員滿意度的建構效度，為驗證原量表之因素架構，將因素個數值設為 4，以考驗學員滿意度量表是否原先所預定，分別落入四個因素中，因素分析是以主要成分因素分析抽取因素，以最大變異法正交轉軸，取特徵值大於 1 及因素負荷量大於 0.4000 以上，作為建構效度之取捨標準，學員滿意度量表經上述分析結果發現第 4 題、第 17 題、第 21 題、第 22 題、第 23 題、第 24 題、第 34 題應予刪除。

學員滿意度量表各因素（構面）之內容，如表 3-8 所示。

表 3-8 學員滿意度量表各因素（構面）之內容

題號	滿意度內容	因素負荷量
因素一：教練教學與專業能力		
1.	教練的教學態度	.758
6.	教練的親切程度	.734
2.	教練回答問題的態度	.713
3.	教練的溝通能力	.709
7.	教練的友善程度	.707
5.	教練教學的方法	.643
8.	教練的專業能力	.639
4.	教練解決問題的能力	.611
9.	教練能提高學習的興趣	.510
因素二：道館同儕關係		
27.	可以建立良好的情誼	.712
24.	有歸屬於同一團體的感覺	.709
29.	可以表達自己的想法	.676
28.	可以共同爭取團體榮譽	.656
30.	可以學會與別人溝通	.592
25.	道館營造的氣氛	.591
23.	同儕互動的情形	.579
26.	能欣賞別人的表演	.548
因素三：場地環境		
13.	跆拳道館的清潔與衛生	.723
12.	跆拳道館的空間大小	.720
11.	跆拳道館的陳設與布置	.707
14.	跆拳道館的地板設備	.689
15.	跆拳道館的照明設備	.572
17.	跆拳道館的訓練器材	.555
10.	跆拳道館的地點	.554
16.	跆拳道館的交通便利	.400
因素四：場地環境		
19.	跆拳道館晉級晉段（測驗）的時間	.757
20.	跆拳道館晉級晉段（測驗）的證書	.747
22.	跆拳道館晉級晉段（測驗）的次數	.680
18.	跆拳道館晉級晉段（測驗）的方式	.660
21.	跆拳道館晉級晉段（測驗）的地點	.659

學員滿意度量表因素構面矩陣圖摘要表，如表 3-9 所示。

表 3-9 學員滿意度量表因素構面矩陣圖摘要表

預試量表題號	正式量表題號	因素構面矩陣圖摘要表
因素一：教練教學與專業能力 (特徵值= 4.879)		
1.	1.	.758
7.	6.	.734
2.	2.	.713
3.	3.	.709
8.	7.	.707
6.	5.	.643
9.	8.	.639
5.	4.	.611
10.	9.	.510
因素二：道館同儕關係 (特徵值= 4.215)		
35.	27.	.712
31.	24.	.709
37.	29.	.676
36.	28.	.656
38.	30.	.592
32.	25.	.591
30.	23.	.579
33.	26.	.548
因素三：場地環境 (特徵值= 4.105)		
14.	13.	.723
13.	12.	.720
12.	11.	.707
16.	14.	.689
18.	15.	.572
20.	17.	.555
11.	10.	.554
19.	16.	.400
因素四：場地環境 (特徵值= 3.368)		
26.	19.	.757
27.	20.	.747
29.	22.	.680
25.	18.	.660
28.	21.	.659

#### (四) 信度考驗

學員滿意度量表其信度是以 Cronbach 內部一致性來衡量所測驗內容是否趨於一致性及穩定性，結果得知總量表的 Cronbach 係數為

.9393，而各分量表的係為.8989、.8517、.8563、.8611，顯示本量表具有相當程度的內部一致性信度，如表 3-10 所示。另外，四個因素構面分別為「教練教學與專業能力」、「道館同儕關係」、「場地環境」、「課程規劃」，四個因素間的相關介於.433 至.587 之間。如表 3-11 所示。

表 3-10 學員滿意度量表各分量表與總量表之信度

分量表	教練教學與專業能力	道館同儕關係	場地環境	課程規劃
係數	.8989	.8517	.8563	.8611
題數	9	8	8	5
總量表 Cronbach	.9393			

表 3-11 學員滿意度量表各分量表之間相關

構面	1	2	3	4
1.教練教學與專業能力	--			
2.道館同儕關係	.558**	--		
3.場地環境	.539**	.544**	--	
4.課程規劃	.509**	.587**	.433**	--

\*\*p<.01

## 第五節 資料分析方法

本研究採用 SPSS 套裝軟體 8.01 版執行，進行資料之分析，所採用的分析方法如下：

### 一、描述性統計

- (一) 次數分配及百分比：用於樣本特性的描述。
- (二) 平均數及標準差：用於跆拳道館學員在參與動機、學員滿意度上的描述。

二、獨立樣本 t 考驗 ( t-test )：用於分析不同性別在參與動機及學員滿意度之差異情形。

三、單因子變異數分析 ( one-way ANOVA )：用於分析不同年齡、就學階段、家庭每月收入、學習跆拳道年資之受試者在參與動機和學員滿意度之差異情形。

四、卡方檢定 ( Chi-square )：以不同人口統計為自變項之學員考驗樣本在參與行為上是否有顯著差異。

五、雪費法(Scheffe)事後檢定：在單因子變異數分析之後，如果 F 值達到顯著水準，再進行事後比較以瞭解有真正差異的組別。

六、本研究所有差異性考驗之顯著水準均定為  $\alpha = .05$ 。

## 第四章 結果與討論

本章主要分析與討論本研究所得之結果，以「參與動機量表」、「學員滿意度量表」，針對雲林縣體育會跆拳道委員會登記有案之道館學員進行調查研究，所得資料經統計分析處理後，其結果依研究目的及驗證之需，全章將分為七節加以說明。

第一節 雲林縣跆拳道館學員人口統計變項特性；第二節 有效樣本之參與行為特徵；第三節 參與動機調查結果；第四節 學員滿意度調查結果；第五節 人口統計變項在參與行為之差異考驗；第六節 綜合討論；第七節 研究假設之驗證。

### 第一節 雲林縣跆拳道館學員人口統計變項特性

有效樣本人口統計變項的分布情形特性如下：

一、本研究受試者在性別的分布情形，如表 4-1 所示。

表 4-1 性別次數分配情形

性 別	次 數	百分比
男	237	75.0
女	79	25.0
總 和	316	100.0

二、本研究受試者在年齡上的分布情形，如表 4-2 所示。

表 4-2 年齡次數分配情形

年 齡	次 數	百分比
9-12 歲	177	56.0
13-15 歲	79	25.0
16-19 歲	60	19.0
總 和	316	100.0

三、本研究受試者在就學階段的分布情形，如表 4-3 所示。

表 4-3 就學階段次數分配情形

就學階段	次數	百分比
國 小	179	56.6
國 中	77	24.4
高中職	60	19.0
總 和	316	100.0

四、本研究在家庭每月收入的分布情形，如表 4-4 所示。

表 4-4 家庭每月收入之次數分配情形

家庭每月收入	次數	百分比
40,000 元以下	129	40.8
40,001 至 60,000 元	112	35.4
60,001 至 80,000 元	32	10.1
80,001 元以上	43	13.6
總 和	316	100.0

五、本研究受試者在學習年資的分布情形，如表 4-5 所示。

表 4-5 學習年資次數分配情形

學習年資	次數	百分比
一年（含）以下	108	34.2
一至二年（含二年）	94	29.7
二至三年（含三年）	50	15.8
三至四年（含四年）	34	10.8
四年以上	30	9.5
總 和	316	100.0

## 第二節 有效樣本之參與行為特徵

### 一、有效樣本之參與行為特徵如下

(一) 本研究受試者在每週練習次數的分布情形，如表 4-6 所示。

表 4-6 每週練習次數之次數分配情形

每週練習次數	次數	百分比
二次(含)以下	78	24.7
三至四次(含四次)	214	67.7
五次以上	24	7.6
總和	316	100.0

(二) 本研究受試者在每次練習時間的分布情形，如表 4-7 所示。

表 4-7 每次練習時間之次數分配情形

每次練習時間	次數	百分比
60 分鐘(含)以下	5	1.6
61-90 分鐘	201	65.2
91 分鐘以上	110	34.8
總和	316	100.0

(三) 本研究受試者在每次最想練習時段的分布情形，如表 4-8 所示。

表 4-8 每次最想練習時段次數分配

每次最想練習時段	次數	百分比
14:00 至 18:00 之間	36	11.4
18:00 至 19:30	62	19.6
18:30 至 20:00	61	19.3
19:00 至 20:30	95	30.1
19:30 至 21:00	62	19.6
總和	316	100.0

(四) 本研究受試者在一週中最想練習時段之分布情形，如表 4-9 所示。

表 4-9 一週中最想練習時段次數分配

一週中最想參與練習時段	次數	百分比
週六、週日	30	9.5
週一、週四	36	11.4
週二、週五	19	6.0
週一、週三、週五	107	52.8
週二、週四、週六	64	20.3
總 和	316	100.0

## 二、有效樣本之資訊來源與考量因素如下

(一) 本研究受試者在資訊來源的分布情形，如表 4-10 所示。

表 4-10 資訊來源次數分配情形

資訊來源	次數	百分比
親友	139	35.5
同學	112	28.6
比賽活動	28	7.1
張貼之海報(廣告傳單)	34	8.7
就學地點	79	20.2
總 和	396	100.0

(二) 本研究受試者在選擇道館主要原因分布情形，如表 4-11 所示。

表 4-11 選擇道館主要原因次數分配情形

考量因素	次數	百分比
價格合理	68	13.0
教練素質佳	110	21.0
離家近	75	14.3
是否有學習同伴	65	12.4
親友推薦	86	16.4
同學推薦	43	8.2
具有良好的運動設施	69	13.2
其他	7	1.3
總 和	523	100.0

### 第三節 參與動機調查結果

一、受試者在參與動機之分布情形，如表 4-12 所示。

表 4-12 受試者參與動機量表的優先順序

優先順序	題號	參與動機內容	平均數(M)	標準差(SD)
1	6.	可以保護自己的安全	4.4051	0.7971
2	17.	可以學會跆拳道各種攻防的技巧	4.3987	0.7384
3	3.	保持良好體	4.3766	0.7263
4	18.	可以瞭解跆拳道運動的特色	4.3133	0.7684
5	4.	保持身體的靈敏度	4.2722	0.8368
6	16.	可以更瞭解跆拳道的晉級規則	4.2342	0.8594
7	15.	可以發現跆拳道的益處	4.2184	0.8280
8	14.	可以更瞭解跆拳道的文化	4.1519	0.9063
9	23.	運動的能力得以展現	4.1361	0.8379
10	25.	使自己更有信心	4.1361	0.8894
11	1.	增加心肺功能	4.1297	0.8539
12	19.	可以獲得成就感	4.1108	0.8416
13	5.	可以適度控制體重	3.9462	0.9763
14	20.	可以增加個人的優越感	3.9462	0.8981
15	2.	保持身材健美	3.8956	0.8721
16	13.	可以紓解生活上的壓力	3.8734	1.0312
17	7.	可以讓心情更愉快	3.8513	0.9727
18	11.	能夠忘掉煩惱	3.8070	1.0797
19	24.	可以獲得掌聲與讚美	3.7911	0.9330
20	10.	能改善沮喪的心情	3.7785	1.0024
21	9.	可獲得精神上的休息	3.7532	1.0247
22	21.	可以提昇個人的地位	3.7184	0.9527
23	8.	可以降低緊張的情緒	3.6994	0.9799
24	22.	有被尊敬的感覺	3.6424	1.0057
25	12.	可以紓解功課上的壓力	3.6361	1.1618

從表 4-12 可得知，全體受試者對參加跆拳道運動最優先的動機為「可以保護自己的安全」(  $M=4.4051$  )，最不優先的動機為「可以紓解功課上的壓力」(  $M=3.6361$  )。

二、受試者在參與動機量表各因素構面反應發現，各分量表平均數高低依序為「學習跆拳道技能」(M=4.2633)、「增進身體健康」(M=4.1708)、「自我實現」(M=3.9259)、「紓解壓力」(M=3.7712)，顯示受試者來參與跆拳道動機最多的是「學習跆拳道技能」，如表 4-13 所示。

表 4-13 受試者在參與動機構面的反應情形

參與動機	平均數 (M)	標準差 (SD)	題數	單題平均數
紓解壓力	26.3987	5.3877	7	3.7712
學習跆拳道技巧	21.3165	3.2142	5	4.2633
自我實現	27.4810	4.6177	7	3.9259
增進身體健康	25.0253	3.3141	6	4.1708

### 三、受試對象在參與動機的差異性考驗

#### (一) 性別在參與動機差異比較

受試者在參與動機量表的不同得分，經獨立樣本 t 考驗結果發現，不同性別的受試者在參與動機的四個構面上，皆未達顯著差異水準，如表 4-14 所示。

表 4-14 性別在參與動機的獨立樣本 t 考驗摘要表

構面名稱	性別	人數	平均數 (M)	標準差 (SD)	t	p
紓解壓力	男	237	26.4582	5.2848	0.494	.622
	女	79	26.1392	5.7162		
學習跆拳道技能	男	237	24.3418	3.0749	0.242	.809
	女	79	21.2405	3.6205		
自我實現	男	237	27.5654	4.5604	0.562	.574
	女	79	27.2278	4.4086		
增進身體健康	男	237	24.9747	3.3382	0.470	.639
	女	79	25.1772	3.2572		

## (二) 年齡在參與動機的差異情形

受試者在參與動機量表的不同得分，經單因子變異量分析結果發現，不同年齡的受試者在「紓解壓力」、「自我實現」二個構面達到顯著差異，經 Scheffe 事後比較得知 9-12 歲的學員 (M=27.2260) 較 16-19 歲的學員 (M=25.1833) 傾向於「紓解壓力」構面；另外，在「自我實現」構面上，經 Scheffe 事後比較得知，9-12 歲的學員 (M=28.4350) 較 13-15 歲 (M=26.1646) 16-19 歲 (M=26.4000) 的學員，更傾向於「自我實現」構面。年齡在參與動機的差異性考驗，如表 4-15 所示。

表 4-15 年齡在參與動機的單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變 項	平均數 (M)	標準差 (SD)	F	p	Scheffe
紓解壓力	9-12 歲	27.2260	5.3983	4.910	.008**	A>C
	13-15 歲	25.4684	5.2984			
	16-19 歲	25.1833	5.1206			
學習跆拳道技能	9-12 歲	21.2881	3.6434	0.064	.938	
	13-15 歲	21.2785	2.6064			
	16-19 歲	21.4500	2.5605			
自我實現	9-12 歲	28.4350	4.6950	9.074	.000***	A>C>B
	13-15 歲	26.1646	4.1276			
	16-19 歲	26.4000	4.3965			
增進身體健康	9-12 歲	25.0169	3.6408	0.335	.716	
	13-15 歲	24.8354	2.8304			
	16-19 歲	25.3000	2.8953			

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

備註：A：9-12 歲 B：13-15 歲 C：16-19 歲

## (三) 不同就學階段在參與動機的差異性比較

受試者在參與動機量表的不同得分，經單因子變異數分析結果發現，不同就學階段的學員在「紓解壓力」、「自我實現」構面上有顯著差異，經 Scheffe 事後比較得知，國小學員 (M=27.2235) 較國中 (M=25.4286) 高中職 (M=25.1833) 的學員更傾向於「紓解壓力」構面；另外，國小

的學員 (M=28.4413) 也較國中 (M=26.0909)、高中職 (M=26.4000) 的學員更傾向於「自我實現」構面。就學階段在參與動機各構面的差異性考驗，如表 4-16 所示。

表 4-16 就學階段在參與動機單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變 項	平均數 (M)	標準差 (SD)	F	p	Scheffe
紓解壓力	國 小	27.2235	5.3680	4.696	.007**	A>B>C
	國 中	25.4285	5.3617			
	高中職	25.1833	5.1206			
學習跆拳道技能	國 小	21.2961	3.6376	.067	.935	
	國 中	21.2597	2.5965			
	高中職	21.4500	2.5606			
自我實現	國 小	28.4413	4.6701	9.489	.000***	A>C>B
	國 中	26.0909	4.1523			
	高中職	26.4000	4.3965			
增進身體健康	國 小	24.9944	3.6404	.335	.753	
	國 中	24.8831	2.8096			
	高中職	25.3000	2.8953			

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

備註：A：國小 B：國中 C：高中職

#### (四) 家庭每月收入在參與動機的差異性比較

受試者在參與動機量表的不同得分，經單因子變異數分析結果發現，不同家庭收入的受試者在參與動機的各構面上並沒有達到顯著差異 (p>.05)。家庭每月收入在參與動機各構面的差異性考驗，如表 4-17 所示。

表 4-17 家庭每月收入在參與動機單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變 項	平均數( M )	標準差( SD )	F	p
紓解壓力	40,000 元以下	25.1969	5.1310	0.540	.655
	40,001 至 60,000 元	26.8482	5.1765		
	60,001 至 80,000 元	26.3705	6.9131		
	80,001 元以上	26.5349	5.5004		
學習跆拳道技能	40,000 元以下	21.2791	3.3119	0.010	.999
	40,001 至 60,000 元	21.3482	3.2403		
	60,001 至 80,000 元	21.3438	2.6103		
	80,001 元以上	21.3256	3.3574		
自我實現	40,000 元以下	26.7907	4.6849	2.025	.110
	40,001 至 60,000 元	27.9911	4.5312		
	60,001 至 80,000 元	27.2500	4.7519		
	80,001 元以上	28.3953	4.3651		
增進身體健康	40,000 元以下	24.6744	3.6232	1.153	.328
	40,001 至 60,000 元	25.3304	2.8926		
	60,001 至 80,000 元	24.7500	3.3215		
	80,001 元以上	25.4884	3.3479		

#### (五) 學習年資在參與動機的差異性比較

受試者在參與動機量表的不同得分，經單因子變異數分析結果發現，不同學習年資的受試者在參與動機的各構面上並沒有達到顯著差異 ( $p>.05$ )。學習年資在參與動機各構面的差異性考驗，如表 4-18 所示。

表 4-18 學習年資在參與動機單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	平均數(M)	標準差(SD)	F	p
紓解壓力	一年(含)以下	26.7222	4.4613	1.928	.106
	一至二年(含)	26.6489	6.0406		
	二至三年(含)	25.2400	5.8817		
	三至四年(含)	27.7647	4.2857		
	四年以上	24.8333	6.1537		
學習跆拳道技能	一年(含)以下	21.3611	2.8888	1.095	.359
	一至二年(含)	21.0638	4.0449		
	二至三年(含)	22.0400	2.5552		
	三至四年(含)	21.3824	3.0052		
	四年以上	20.6667	2.4682		
自我實現	一年(含)以下	27.7500	4.5449	1.055	.379
	一至二年(含)	27.3191	4.7592		
	二至三年(含)	27.1000	4.7045		
	三至四年(含)	28.5588	4.2511		
	四年以上	26.4333	4.5386		
增進身體健康	一年(含)以下	24.7778	3.4461	0.752	.557
	一至二年(含)	25.3511	3.5642		
	二至三年(含)	25.2800	2.5638		
	三至四年(含)	25.1176	3.6826		
	四年以上	24.3667	2.6585		

#### 第四節 學員滿意度調查結果

一、受試者在滿意度量表分布情形：如表 4-19 所示。

表 4-19 受試者滿意度量表的優先順序

優先順序	題號	滿意度內容	平均數(M)	標準差(SD)
1	8.	教練的專業能力	4.3165	0.8288
2	28.	可以共同爭取團體榮譽	4.2468	0.8596
3	26.	能欣賞別人的表演	4.2025	0.8892
4	27.	可以建立良好的情誼	4.1930	0.8787
5	5.	教練教學的方法	4.1835	0.8533
6	1.	教練的教學態度	4.1677	0.8321
7	4.	教練解決問題的能力	4.1551	0.7996
8	7.	教練的友善程度	4.1361	0.8379
9	2.	教練回答問題的態度	4.1329	0.8403
10	9.	教練能提高學習的興趣	4.1297	0.8831
11	3.	教練的溝通能力	4.1076	0.8249
12	20.	跆拳道館晉級晉段(測驗)的證書	4.0886	0.8647
13	30.	可以學會與別人溝通	4.0823	0.9290
14	24.	有歸屬於同一團體的感覺	4.0665	0.0794
15	18.	跆拳道館晉級晉段(測驗)的方式	4.0638	0.8706
16	6.	教練的親切態度	4.0633	0.8957
17	21.	跆拳道館晉級晉段(測驗)的地點	4.0475	0.9229
18	22.	跆拳道館晉級晉段(測驗)的次數	4.0063	0.9326
19	19.	跆拳道館晉級晉段(測驗)的時間	3.9905	0.9102
20	25.	道館營造的氣氛	3.9747	0.8976
21	23.	同儕互動的情形	3.9715	0.8886
22	15.	跆拳道館的照明設備	3.9525	0.8770
23	10.	跆拳道館的地點	3.8703	1.0042
24	29.	可以表達自己的想法	3.8481	0.9236
25	17.	跆拳道館的訓練器材	3.8259	1.0562
26	14.	跆拳道館的地板設備	3.8196	0.9406
27	11.	跆拳道館的陳設與布置	3.7523	0.9271
28	16.	跆拳道館的交通便利	3.7468	0.9884
29	12.	可以表達自己的想法	3.5475	1.1016
30	13.	跆拳道館的清潔衛生	3.4905	1.0465

從表 4-19 得知，全體受試者對參加跆拳道運動最滿意的是「教練的專業能力」(  $M = 4.3165$  )，最不滿意的是「跆拳道館的清潔衛生」(  $M=3.4905$  )。

## 二、受試者在滿意度量表各因素構面反應情形

受試者在滿意度量表各因素構面反應得知，在「教練教學與專業能力」的得分最高（ $M=4.1547$ ），而在「場地環境」構面的得分最低（ $M=4.0123$ ），可見受試者對於跆拳道館學員滿意度量表之四個構面皆達滿意之水準。受試者在各構面的反應情形，如表 4-20 所示。

表 4-20 受試者在滿意度量表各構面的反應情形

學員滿意度	平均數 (M)	標準差 (MD)	題數	單題平均數
教練教學與專業能力	37.3924	5.6511	9	4.1547
道館同儕關係	32.5854	5.0069	8	4.0732
場地環境	32.0981	4.9755	8	4.0123
課程規劃	20.1962	3.6103	5	4.0392

## 三、不同人口統計變項在學員滿意度差異性考驗

### (一) 性別在學員滿意度的差異性比較

受試者在學員滿意度量表的不同得分，經獨立樣本 t 考驗結果發現，不同性別受試者在滿意度的四個構面尚未達顯著差異水準（ $p>.05$ ），性別在學員滿意度量表各構面差異性考驗，如表 4-21 所示。

表 4-21 性別在學員滿意度的獨立樣本 t 考驗摘要表

構面名稱	性別	人數	平均數 (M)	標準差 (SD)	t	p
教練教學與專業能力	男	237	34.4599	5.3833	0.367	.734
	女	79	37.1899	6.4193		
道館同儕關係	男	237	32.5865	5.0226	0.006	.995
	女	79	32.5823	4.9913		
場地環境	男	237	32.1983	4.9402	0.620	.536
	女	79	31.7975	5.1000		
課程規劃	男	237	20.2236	3.5886	0.234	.815
	女	79	20.1139	3.6968		

## (二) 年齡在學員滿意度的差異情形

受試者在學員滿意度量表的不同得分，經單因子變異量分析結果發現，不同年齡的受試者在學員滿意度的各個構面尚未達顯著差異( $p>.05$ )，年齡在參與動機的差異性考驗，如表 4-22 所示。

表 4-22 年齡在學員滿意度單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	平均數 (M)	標準差 (SD)	F	p
教練教學與專業能力	9-12 歲	37.6836	6.2333	0.879	.418
	13-15 歲	37.3671	5.0786		
	16-19 歲	36.5667	4.4240		
道館同儕關係	9-12 歲	32.8362	4.8161	0.064	.938
	13-15 歲	32.0633	5.7787		
	16-19 歲	32.5333	4.4663		
場地環境	9-12 歲	32.5028	5.3397	1.349	.261
	13-15 歲	31.5190	4.4746		
	16-19 歲	31.6667	4.4175		
課程規劃	9-12 歲	20.5706	3.8857	2.469	.086
	13-15 歲	19.5190	3.1859		
	16-19 歲	19.9833	3.1703		

## (三) 就學階段在學員滿意度差異性考驗

受試者在學員滿意度量表的不同得分，經單因子變異數分析結果發現，不同就學階段的受試者在學員滿意度的各個構面上未達顯著水準( $p>.05$ )，就學階段在學員滿意度各構面的差異性考驗，如表 4-23 所示。

表 4-23 就學階段在學員滿意度單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變 項	平均數 (M)	標準差 (SD)	F	p
教練教學與 專業能力	國 小	37.6592	6.2027	0.840	.433
	國 中	37.4156	5.1334		
	高中職	36.5667	4.4240		
道館同儕關係	國 小	32.8045	4.7994	0.510	.601
	國 中	32.1169	5.8422		
	高中職	32.5333	4.4603		
場地環境	國 小	32.5084	5.3194	1.431	.241
	國 中	31.4805	4.5003		
	高中職	31.6667	4.4175		
課程規劃	國 小	20.5419	3.8791	2.142	.119
	國 中	19.5584	3.2015		
	高中職	19.9833	3.1703		

#### (四) 家庭每月收入在學員滿意度的差異性考驗

受試者在學員滿意度量表的不同得分，經單因子變異數分析結果發現，不同家庭每月收入的受試者在滿意度的三種構面上皆未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，但不同家庭每月收入的受試者在學員滿意度的「課程規劃」構面上有顯著差異，經 Scheffe 事後比較得知，家庭每月收入在 40,001 至 60,000 元的跆拳道館學員 ( $M=20.7679$ )，較家庭每月收入 40,000 元以下的跆拳道館學員 ( $M=19.3566$ )，對「課程規劃」構面有較高的滿意度，家庭每月收入在學員滿意度量表各構面的差異性考驗，如表 4-24 所示。

表 4-24 家庭每月收入在學員滿意度單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	平均數 (M)	標準差 (SD)	F	p	Scheffe
教練教學與專業能力	40,000 元以下	36.8760	5.7987	1.422	.263	
	40,001 至 60,000 元	37.5982	5.5206			
	60,001 至 80,000 元	36.8438	4.8401			
	80,001 元以上	38.8140	5.9970			
道館同儕關係	40,000 元以下	31.9767	5.2804	2.313	.076	
	40,001 至 60,000 元	32.8393	4.7411			
	60,001 至 80,000 元	32.0313	4.7687			
	80,001 元以上	34.1628	4.7706			
場地環境	40,000 元以下	31.8405	4.9299	0.203	.894	
	40,001 至 60,000 元	32.2232	4.9642			
	60,001 至 80,000 元	32.2500	5.5007			
	80,001 元以上	32.0981	4.9755			
課程規劃	40,000 元以下	19.3566	3.9957	4.045	.008**	B>A
	40,001 至 60,000 元	20.7079	3.2493			
	60,001 至 80,000 元	20.8125	2.8561			
	80,001 元以上	20.7694	3.3935			

\*\*p<.01

備註：A：40,000 元以下 B：40,001 至 60,000 元 C：60,001 至 80,000 元  
D：80,001 元以上

#### (五) 學習年資在學員滿意度之差異性考驗

受試者在學員滿意度量表的不同得分，經單因子變異數分析結果發現，不同學習年資的受試者在學員滿意度的四個構面上未達顯著水準 ( $p>.05$ )。學習年資在學員滿意度量表各構面的差異性考驗，如表 4-25 所示。

表 4-25 學習年資在學員滿意度單因子變異數分析摘要表

構面名稱	變項	平均數 (M)	標準差 (SD)	F	p
教練教學與專業能力	一年(含)以下	37.3611	4.7958	0.513	.726
	一至二年(含)	36.8404	6.9194		
	二至三年(含)	38.2000	5.3299		
	三至四年(含)	37.5000	5.3838		
	四年以上	37.7667	5.0219		
道館同儕關係	一年(含)以下	32.6852	4.5686	0.703	.590
	一至二年(含)	32.1915	5.2492		
	二至三年(含)	32.9400	4.9628		
	三至四年(含)	33.5294	4.7369		
	四年以上	31.8000	6.1105		
場地環境	一年(含)以下	32.5093	4.1794	1.456	.216
	一至二年(含)	31.9468	6.1072		
	二至三年(含)	31.8000	4.4856		
	三至四年(含)	33.1176	4.1834		
	四年以上	30.4333	5.0969		
課程規劃	一年(含)以下	20.3148	3.6163	0.694	.597
	一至二年(含)	19.9787	3.8909		
	二至三年(含)	20.6800	3.3224		
	三至四年(含)	20.3824	3.6929		
	四年以上	19.4333	3.0590		

## 第五節 人口統計變項在參與行為之差異性考驗

本節將以卡方考驗瞭解不同性別、年齡、學歷、家庭每月收入、練習年資的跆拳道館學員，其在每週練習次數、每次練習時間、每次最想參加時段及每週最想參加時段上，是否有差異。以瞭解跆拳道館學員人口統計變項與參與行為之間的相互影響關係。

### 一、不同性別之學員在參與行為上之差異性考驗

由統計結果顯示，不同性別的跆拳道館學員在參與行為變項上並無顯著差異 ( $p > .05$ )。性別在參與行為上的差異性考驗，如表 4-26 所示。

表 4-26 性別與參與行為之差異性考驗摘要表

參與行為	男 N	性 %	女 N	性 %	卡方值 <sup>2</sup>	p
<b>每週練習次數</b>						
二次 (含) 以下	54	22.8	24	30.4	2.361	.307
三至四次	166	70.0	48	60.8		
五次以上	17	7.2	7	8.9		
<b>每次練習時間</b>						
60 分鐘 (含) 以下	2	0.8	3	3.8	5.106	.078
61 至 90 分鐘	147	62.1	54	68.4		
91 分鐘以上	88	37.1	22	27.8		
<b>每次最想時段</b>						
14 : 00 至 18 : 00 之間	26	11.0	10	12.7	3.910	.409
18 : 00 至 19 : 30	52	46.5	10	12.7		
18 : 30 至 20 : 00	43	45.8	18	22.8		
19 : 00 至 20 : 30	75	30.4	23	29.1		
19 : 30 至 21 : 00	44	18.6	18	22.8		
<b>一週中最想時段</b>						
週六、週日	21	8.9	9	11.4	1.361	.805
週一、週四	27	11.4	9	11.4		
週二、週五	16	6.8	3	3.8		
週一、週三、週五	126	53.2	41	51.9		
週二、週四、週六	47	19.8	17	21.5		

### 二、不同年齡之學員在參與行為上之差異性考驗

不同年齡之跆拳道館學員在每週練習次數上無顯著差異，但在每次練習時間、每次最想練習時段、一週中最想練習時段上，則有顯著差異，各變項的統計結果如下：

- (一) 不同年齡之學員在每週練習次數上無顯著差異存在 ( $\chi^2=4.667$  ,  $p=.323$ )。
- (二) 不同年齡之學員在每次練習時間上有顯著差異存在 ( $\chi^2=12.675$  ,  $p=.013$ )。
- (三) 不同年齡之學員在每次最想練習時段上有顯著差異存在 ( $\chi^2=19.993$  ,  $p=.010$ )。
- (四) 不同年齡之學員在一週中最想練習時段上有顯著差異存在 ( $\chi^2=17.159$  ,  $p=.028$ )。

表 4-27 年齡與參與行為之差異性考驗摘要表

參與行為	9-12歲		13-15歲		16-19歲		卡方值 $\chi^2$	p
	N	%	N	%	N	%		
每週練習次數								
二次(含)以下	39	22.1	26	32.9	13	21.7	4.667	.323
三至四次	122	68.9	49	62.0	43	71.7		
五次以上	16	9.0	4	5.1	4	6.7		
每次練習時間								
60分鐘(含)以下	5	2.8	0	0	0	0	12.675	.013*
61至90分鐘	122	68.9	41	51.9	38	63.3		
91分鐘以上	50	28.2	38	48.1	22	36.7		
每次最想練習時段								
14:00至18:00之間	27	15.3	3	3.8	6	10.0	19.993	.010*
18:00至19:30	38	21.5	12	15.2	12	20.0		
18:30至20:00	26	14.7	17	21.5	18	30.0		
19:00至20:30	47	26.6	29	36.7	19	31.7		
19:30至21:00	39	22.0	18	22.8	5	8.3		
一週中最想練習時段								
週六、週日	17	9.6	11	13.9	2	3.3	17.159	.028*
週一、週四	25	14.1	6	7.6	5	8.3		
週二、週五	10	5.6	9	11.4	0	0		
週一、週三、週五	88	49.7	39	49.4	40	66.7		
週二、週四、週六	37	20.9	14	17.7	13	21.7		

\* $p<.05$

### 三、不同就學階段之學員在參與行為上之差異性考驗

不同就學階段之跆拳道館學員在每週練習次數上無顯著差異，但在每次練習時間、每次最想時段、一週中最想時段上，則有顯著差異，各變項的統計結果如下：

- (一) 不同就學階段之學員在每週練習次數上無顯著差異存在 ( $\chi^2=5.190$  ,  $p=.268$  )。
- (二) 不同就學階段之學員在每次練習時間上有顯著差異存在 ( $\chi^2=13.932$  ,  $p=.008$  )。
- (三) 不同就學階段之學員在每次最想練習時段上有顯著差異存在 ( $\chi^2=22.970$  ,  $p=.003$  )。
- (四) 不同就學階段之學員在一週中最想練習時段上有顯著差異存在 ( $\chi^2=17.422$  ,  $p=.026$  )。

表 4-28 就學階段與參與行為之差異性考驗摘要表

參與行為	國小		國中		高中		卡方值 <sup>2</sup>	p
	N	%	N	%	N	%		
<b>每週練習次數</b>								
二次(含)以下	39	21.8	26	33.8	13	21.7	5.910	.268
三至四次	124	68.3	47	61.0	43	71.7		
五次以上	16	8.9	4	5.2	4	6.7		
<b>每次練習時間</b>								
60分鐘(含)以下	5	2.8	0	0	0	0	13.932	.008**
61至90分鐘	124	69.3	39	50.6	38	63.3		
91分鐘以上	50	27.9	38	49.4	22	36.7		
<b>每次最想練習時段</b>								
14:00至18:00之間	28	15.6	2	2.6	6	10.0	22.970	.003**
18:00至19:30	39	21.8	11	14.3	12	20.0		
18:30至20:00	26	14.5	17	22.1	18	30.0		
19:00至20:30	47	26.3	29	37.7	19	31.7		
19:30至21:00	39	21.8	18	24.3	5	8.3		
<b>一週中最想練習時段</b>								
週六、週日	17	9.5	11	14.3	2	3.3	17.422	.026*
週一、週四	25	14.0	6	7.8	5	8.3		
週二、週五	10	5.6	9	11.7	0	0		
週一、週三、週五	90	50.3	37	48.1	40	66.7		
週二、週四、週六	37	20.9	14	17.7	13	21.7		

\* p<.05 \*\*p<.01

#### 四、不同家庭每月收入之學員在參與行為上之差異性考驗

由統計結果顯示，不同家庭每月收入的跆拳道館學員，在參與行為上並無顯著差異( $p>.05$ )，不同家庭每月收入在參與行為之差異性考驗，如表 4-29 所示。

表 4-29 家庭每月收入與參與行為之差異性考驗摘要表

參與行為	40,000 元以下		40,001 至 60,000 元		60,001 至 80,000 元		80,001 元以上		卡方值 <sup>2</sup>	p
	N	%	N	%	N	%	N	%		
<b>每週練習次數</b>										
二次 (含) 以下	25	19.4	28	25.0	10	31.3	15	34.9	6.654	.354
三至四次	91	70.5	78	69.6	20	62.5	25	58.1		
五次以上	13	10.1	6	5.4	2	6.3	3	7.0		
<b>每次練習時間</b>										
60 分鐘 (含) 以下	3	2.3	1	0.9	0	0	1	2.3	4.428	.619
61 至 90 分鐘	80	62.0	69	61.6	25	78.1	27	62.8		
91 分鐘以上	46	35.7	42	37.5	7	21.9	15	34.9		
<b>每次最想練習時段</b>										
14 : 00 至 18 : 00 之間	18	14.0	12	10.7	2	6.3	36	11.4	14.092	.295
18 : 00 至 19 : 30	22	17.1	22	19.6	10	31.3	62	19.6		
18 : 30 至 20 : 00	33	25.6	15	13.4	7	21.9	61	19.3		
19 : 00 至 20 : 30	34	26.4	40	35.7	6	18.8	95	30.1		
19 : 30 至 21 : 00	22	17.1	23	20.5	7	21.9	62	19.6		
<b>一週中最想練習時段</b>										
週六、週日	14	10.9	6	5.4	6	18.8	4	9.3	17.918	.118
週一、週四	14	10.9	9	8.0	6	18.8	7	16.3		
週二、週五	9	7.0	7	6.3	2	6.3	1	2.3		
週一、週三、週五	70	54.3	63	56.3	16	50.0	18	41.9		
週二、週四、週六	22	17.1	27	24.1	2	6.3	13	30.2		

## 五、不同學習年資之學員在參與行為上之差異性考驗

由統計結果顯示，不同學習年資的跆拳道館學員，在參與行為上並無顯著差異，(  $p > .05$  )，不同學習年資在參與行為之差異性考驗，如表 4-30 所示。

表 4-30 學習年資與參與行為之差異性考驗摘要表

參與行為	一年(含)以下		一至二年(含)		二至三年(含)		三至四年(含)		四年以上		卡方值 <sup>2</sup>	p
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
	<b>每週練習次數</b>											
二次(含)以下	24	22.2	21	22.3	17	34.0	7	20.6	9	30.0	7.902	.443
三至四次	78	72.2	67	71.3	28	56.0	22	64.7	19	63.3		
五次以上	6	5.6	6	6.4	5	10.0	5	14.7	2	6.7		
<b>每次練習時間</b>												
60分鐘(含)以下	3	2.8	1	1.1	0	0	1	2.9	0	0	4.898	.768
61至90分鐘	69	63.9	60	63.8	29	63.8	21	61.8	22	73.3		
91分鐘以上	36	33.3	33	35.1	21	35.1	12	35.3	8	26.7		
<b>每次最想練習時段</b>												
14:00至18:00之間	14	13.0	14	14.9	2	4.0	5	14.7	1	3.3	24.069	.088
18:00至19:30	23	21.3	22	23.4	7	14.0	7	20.6	3	10.0		
18:30至20:00	23	21.3	25	21.3	6	12.0	5	14.7	7	23.3		
19:00至20:30	31	28.7	25	26.3	22	44.0	6	17.6	11	36.7		
19:30至21:00	17	15.7	13	13.8	13	26.0	11	32.4	8	26.7		
<b>一週中最想練習時段</b>												
週六、週日	14	13.0	9	9.6	2	4.0	2	5.9	3	10.0	15.784	.468
週一、週四	12	11.1	8	8.5	11	22.0	3	8.8	2	6.7		
週二、週五	5	4.6	6	6.4	2	4.0	3	8.8	3	10.0		
週一、週三、週五	53	49.1	54	57.4	22	44.0	20	58.8	18	60.0		
週二、週四、週六	24	22.2	17	18.1	13	26.0	6	17.6	4	13.3		

## 第六節 綜合討論

本節主要目的係針對前述的結果，作進一步的分析討論。全節共分為三部份，首先分別探討不同人口統計變項的跆拳道館學員在參與動機之差異討論；其次探討不同人口統計變項的跆拳道館學員在滿意度之差異討論；最後為探討不同人口統計變項的跆拳道館學員在參與行為之差異討論。

### 一、不同人口統計變項的受試者在參與動機之差異討論

#### (一) 不同性別的受試者在參與動機之差異討論

本研究結果所顯示的訊息中發現，不同性別的受試者在參與動機上，並未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，可見現今雲林縣各跆拳道館的參與學員，來參與跆拳道練習時，並無特別顧慮到自我的性別因素，而只會去思考跆拳道運動能夠給學員帶來的助益，這也可見我國兩性平等教育也已深深紮根了。

#### (二) 不同年齡的受試者在參與動機之差異討論

從本研究結果所顯示的訊息中發現，不同年齡的受試者在參與動機上有顯著差異 ( $p>.05$ )，從單變量 F 值中得知不同年齡的受試者在「紓解壓力」( $p=.008$ ) 構面及「自我實現」( $p=.000$ ) 構面上有差異存在，經 Scheffe 事後比較，更進一步獲悉年齡在 9-12 歲的學員較 16-19 歲的學員參與跆拳道的動機較傾向於「紓解壓力」，而在「自我實現」的構面上，年齡 9-12 歲的學員較 13-15 歲及 16-19 歲的學員，追求「自我實現」的動機更明顯。

#### (三) 不同就學階段的受試者在參與動機之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同就學階段的受試者在參與動機上有顯著差異存在 ( $p<.05$ )。從單變量 F 值得之不同就學階段學員在「紓

解壓力」( $p=.007$ )和「自我實現」( $p=.000$ )構面上有差異存在，經 Scheffe 事後比較，更進一步獲悉就讀國小的學員比國中及高中職的學員，在參與動機上更傾向於「紓解壓力」及「自我實現」。

#### (四) 不同家庭每月收入的受試者在參與動機之差異討論

本研究結果所顯示的訊息中發現，不同家庭每月收入的受試者，在參與動機上，並未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，表示不同家庭每月收入的學員在參與動機上並沒有差異，說明了家庭每月收入在 40,000 元以下、40,001 至 60,000 元、60,001 至 80,000 元、80,001 元以上的學員在參與動機上並沒有差異存在。

#### (五) 不同學習年資的受試者在參與動機之差異討論

本研究結果所顯示的訊息中發現，不同學習年資的受試者，在參與動機上，並未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，表示不同學習年資的學員在參與動機上並沒有差異，說明了學習年資在一年(含)以下、一年至二年(含)、二年至三年(含)、三年至四年(含)、四年以上的學員在參與動機上並沒有差異存在。

## 二、不同人口統計變項的受試者在學員滿意度之差異討論

### (一) 不同性別的受試者在學員滿意度之差異討論

本研究結果所顯示的訊息中發現，不同性別的受試者在學員滿意度上，並未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，表示不同性別的受試者在學員滿意度上並沒有差異存在。說明了跆拳道館的男學員及女學員在學員滿意度上並沒有差異存在。

### (二) 不同年齡的受試者在學員滿意度之差異討論

本研究結果所顯示的訊息中發現，不同年齡的受試者，在學員滿意度上，並未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，表示不同年齡的跆拳道館學員在

學員滿意度上並沒有差異，說明了 9-12 歲、13-15 歲、16-19 歲的跆拳道館學員在學員滿意度上並沒有差異存在。

### (三) 不同就學階段的受試者在學員滿意度之差異討論

本研究結果所顯示的訊息中發現，不同就學階段的受試者，在學員滿意度上，並未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，表示不同就學階段的跆拳道館學員在滿意度上並沒有差異，說明了國小、國中、高中職的跆拳道館學員在學員滿意度上並沒有差異存在。

### (四) 不同家庭每月收入的受試者在學員滿意度之差異討論

本研究結果所顯示的訊息中發現，不同家庭每月收入的受試者，在學員滿意度上，有顯著差異存在 ( $p<.05$ )，從單變量 F 值得知不同家庭收入的學員在「課程規劃」( $p=.008$ ) 構面上有差異存在，經 Scheffe 事後比較，更進一步獲悉家庭每月收入在 40,001 至 60,000 元的學員比家庭每月收入 40,000 以下的學員對「課程規劃」的滿意度更明顯，可見家庭社經背景較高的學員較會重視跆拳道館的「課程規劃」是否妥善。

### (五) 不同學習年資的受試者在學員滿意度之差異討論

本研究結果所顯示的訊息中發現，不同學習年資的受試者，在學員滿意度上，並未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，表示不同學習年資的跆拳道館學員在滿意度上並沒有差異，說明了學習一年(含)、一至二年(含)、二至三年(含)、三至四年(含)、四年以上的跆拳道館學員在學員滿意度上並沒有差異存在。

## 三、不同人口統計變項的受試者在參與行為之差異討論

### (一) 不同人口統計變項的受試者在練習次數之差異討論

#### 1. 不同性別的受試者在每週練習次數之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同性別的受試者在練習次數，未達

顯著差異水準 ( $p>.05$ ), 表示不同性別的學員在每週練習次數上並沒有差異存在, 說明了男學員與女學員在每週的練習次數上並沒有差異存在。

## 2.不同年齡的受試者在每週練習次數之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現, 不同年齡的受試者在練習次數, 未達顯著差異水準 ( $p>.05$ ), 表示不同年齡的學員在每週練習次數上並沒有差異存在, 說明了 9-12 歲、13-15 歲及 16-19 歲的學員在每週的練習次數上並沒有差異存在。

## 3.不同就學階段的受試者在每週練習次數之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現, 不同就學階段的受試者在每週練習次數, 未達顯著差異水準 ( $p>.05$ ), 表示不同就學階段的學員在練習次數上並沒有差異存在, 說明了國小、國中及高中職的學員在每週的練習次數上並沒有差異存在。

## 4.不同家庭每月收入的受試者在每週練習次數之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現, 不同家庭收入的受試者在練習次數, 未達顯著差異水準 ( $p>.05$ ), 表示不同家庭每月收入的學員在每週練習次數上並沒有差異存在, 說明了 40,000 元以下、40,001 至 60,000 元、60,001 至 80,000 元及 80,001 元以上的學員在每週的練習次數上並沒有差異存在。

## 5.不同學習年資的受試者在每週練習次數之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現, 不同學習年資的受試者在每週練習次數, 未達顯著差異水準 ( $p>.05$ ), 表示不同學習年資的學員在每週練習次數上並沒有差異存在, 說明了一年 (含) 以下、一至二年 (含)、二至三年 (含)、三至四年 (含) 及四年以上的學員在每週的練習次數上並沒有差異存在。

## (二) 不同人口統計變項的受試者在練習時間之差異討論

### 1. 不同性別的受試者在每次練習時間之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同性別的受試者在每次練習時間上，未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，表示不同性別的學員在每次練習時間上並沒有差異存在，說明了男學員與女學員在每次練習時間上並沒有差異存在。

### 2. 不同年齡的受試者在每次練習時間之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同年齡的受試者在每次練習時間上，有顯著差異存在 ( $p<.05$ )，經檢視交叉表之數值發現，年齡在 13-15 歲的學員較 9-12 歲的學員，更傾向於每次到道館練 91 分鐘以上。

原因在於 13-15 歲的學員，有較多參加比賽的機會，因此，基於爭取榮譽及升學的機會，故較 9-12 歲的學員更願意投注更多的時間參與練習。

### 3. 不同就學階段的受試者在每次練習時間之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同就學階段的受試者在每次練習時間上，有顯著差異存在 ( $p<.05$ )，經檢視交叉表之數值發現，就讀國中的學員比就讀國小的學員，更傾向於每次到道館練習 91 分鐘以上。

原因在於就讀國中的學員，有較多參加比賽的機會，因此，基於爭取榮譽及升學的機會，故較就讀國小的學員更願意投注更多的時間參與練習。

### 4. 不同家庭每月收入的受試者在每次練習時間之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同家庭每月收入的受試者在每次練習時間上，未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，表示不同家庭每月收入的學員，在練習時間上並沒有差異存在，說明了 40,000 元以下、40,001 至 60,000

元 60,001 至 80,000 元及 80,001 元以上的學員在練習時間上並沒有差異存在。

#### 5.不同學習年資的受試者在每次練習時間之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同學習年資的受試者在每次練習時間上，未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，表示不同學習年資的學員在練習時間上並沒有差異存在，說明了一年(含)以下、一至二年(含)、二至三年(含)、三至四年(含)及四年以上的學員在練習時間上並沒有差異存在。

### (三) 不同人口統計變項的受試者在每次最想練習時段之差異討論

#### 1.不同性別的受試者在每次最想練習時段之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同性別的受試者在每次最想練習時段上，未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，表示不同性別的學員在每次最想練習時段上並沒有差異存在，說明了男學員與女學員在每次最想練習時段上並沒有差異存在。

#### 2.不同年齡的受試者在每次最想練習時段之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同年齡的受試者在每次最想練習時段上，有顯著差異存在 ( $p<.05$ )，經檢視交叉表發現 16-19 歲的學員較 9-12 歲的學員，更傾向於在 18:30 至 20:00 之內到跆拳道館來上課。

原因即 16-19 歲的學員，因就學需要必須到鄰近鄉鎮市就讀，故通勤上學人數眾多。所以，回家時間大多在 17:30 至 18:00 之間，因此，16-19 歲的學員較 9-12 歲的學員更傾向於 18:30 至 20:00 到跆拳道館上課。

#### 3.不同就學階段的受試者在每次最想練習時段之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同就學階段的受試者在每次最想練

習時段上，有顯著差異存在 ( $p < .05$ )，經檢視交叉表發現就讀高中職的學員較就讀國小的學員，更傾向於在 18：30 至 20：00 之內到跆拳道館來上課。

原因即雲林縣高中職學生，因就學需要必須到鄰近鄉鎮市就讀，故通勤上學人數眾多。所以，回家時間大多在 17：30 至 18：00 之間，因此，就讀高中職學員較就讀國小階段的學員更傾向於 18：30 至 20：00 到跆拳道館上課。

#### 4.不同家庭每月收入的受試者在每次最想練習時段之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同家庭每月收入的受試者每次最想練習時段上，未達顯著差異水準 ( $p > .05$ )，表示不同家庭每月收入的學員，在每次最想練習時段上並沒有差異存在，說明 40,000 元以下、40,001 至 60,000 元、60,001 至 80,000 元及 80,001 元以上的學員在每次最想練習時段上並沒有差異存在。

#### 5.不同學習年資的受試者在每次最想練習時段之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同學習年資的受試者在每次最想練習時段上，未達顯著差異水準 ( $p > .05$ )，表示不同學習年資的學員在每次最想練習時段上並沒有差異存在，說明了一年（含）以下、一至二年（含）、二至三年（含）、三至四年（含）及四年以上的學員在每次最想練習時段上並沒有差異存在。

### （四）不同人口統計變項的受試者在一週中最想練習時段之差異討論

#### 1.不同性別的受試者在一週中最想練習時段之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同性別的受試者在一週中最想練習時段上，未達顯著差異水準 ( $p > .05$ )，表示不同性別的學員在一週中最想練習時段上並沒有差異存在，說明了男學員與女學員在一週中最想練

習時段上並沒有差異存在。

## 2.不同年齡的受試者在一週中最想練習時段之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同年齡的受試者在一週中最想練習時段上，有顯著差異存在 ( $p < .05$ )，經檢視交叉表發現 16-19 歲的學員較 13-15 歲的學員，更傾向於在週一、週三、週五到道館練習跆拳道。

原因在於 16-19 歲的學員有許多是由鄰近鄉鎮市通勤上學並參與跆拳道館練習，故會較 13-15 歲仍住在家中的學員傾向於週一、三、五到道館練習，以避開週六、日不必上學的時段。

## 3.不同就學階段的受試者在一週中最想練習時段之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同就學階段的受試者在一週中最想練習時段上，有顯著差異存在 ( $p < .05$ )，經檢視交叉表得知高中職階段的學員較國中階段的學員，更傾向於在週一、週三、週五到道館練習跆拳道。

原因在於就讀高中職的學員有許多是由鄰近鄉鎮市通勤上學並參與跆拳道館練習，故會較就讀國中仍住在家中的學員傾向於週一、三、五到道館練習，以避開週六、日不必上學的時段。

## 4.不同家庭每月收入受試者在一週中最想練習時段之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同家庭每月收入的受試者在一週中最想練習時段上，未達顯著差異水準 ( $p > .05$ )，表示不同家庭每月收入的學員，在一週中最想練習時段上並沒有差異存在，說明了 40,000 元以下、40,001 至 60,000 元、60,001 至 80,000 元及 80,001 元以上的學員在一週中最想練習時段上並沒有差異存在。

## 5.不同學習年資的受試者在一週中最想練習時段之差異討論

本研究所顯示的訊息中發現，不同學習年資的受試者在一週中最想

練習時段上，未達顯著差異水準 ( $p>.05$ )，表示不同學習年資的學員在一週中最想練習時段上並沒有差異存在，說明了一年（含）以下、一至二年（含）、二至三年（含）、三至四年（含）及四年以上的學員在一週中最想練習時段上並沒有差異存在。

## 第七節 研究假設之驗證

### 一、不同人口統計變項之跆拳道館學員在參與動機部份

- 1-1 不同性別在參與動機各構面上，沒有顯著差異存在。
- 1-2 不同年齡方面 9-12 歲學員在「紓解壓力」構面，顯著高於 16-19 歲的學員；9-12 歲的學員在「自我實現」構面，顯著高於 13-15 歲及 16-19 歲的學員。
- 1-3 不同就學階段方面，國小的學員在「紓解壓力」構面，顯著高於國中及高中職的；國小的學員在「自我實現」構面顯著高於國中及高中職的學員。
- 1-4 不同家庭每月收入在參與動機的各構面並沒有顯著差異。
- 1-5 不同學習年資在參與動機的各構面並沒有顯著差異。

### 二、不同人口統計變項的跆拳道館學員在學員滿意度部份

- 2-1 不同性別在學員滿意度沒有顯著差異存在。
- 2-2 不同年齡在學員滿意度沒有顯著差異存在。
- 2-3 不同就學階段在學員滿意度沒有顯著差異存在。
- 2-4 不同家庭每月收入方面，家庭每月收入 40,001 至 60,000 元的學員在「課程規劃」構面，顯著高於家庭每月收入 40,000 元以下的學員。
- 2-5 不同學習年資在學員滿意度沒有顯著差異存在。

### 三、不同人口統計變項在參與行為部份

- 3-1 不同性別在參與行為上沒有顯著差異存在。
- 3-2 不同年齡在每週練習次數上沒有顯著差異存在，但在每次練習時間、每次最想練習時段和一週中最想練習時段上，有顯著差異存在。
- 3-3 不同就學階段在每週練習次數上無顯著差異存在，但在每次練習時間、每次最想練習時段及一週中最想練習時段上有顯著差異存在。

3-4 不同家庭每月收入在參與行為上沒有顯著差異存在。

3-5 不同學習年資在參與行為上沒有顯著差異存在。

## 第五章 結論與建議

本章旨在根據資料分析的結果，以歸納討論所獲得的訊息，作成結論，本章共分成三節，第一節 結論；第二節 研究應用；第三節 後續研究之建議。

### 第一節 結論

本研究的目的是在於：瞭解雲林縣跆拳道館學員在人口統計變項，資訊來源、參與行為、參與動機及滿意度等之特徵，比較不同人口統計變項之跆拳道館學員參與動機之差異，比較不同人口統計變項之跆拳道館學員滿意度之差異，比較不同人口統計變項之跆拳道館學員參與行為之差異。經過前章研究結果與討論之後，本研究得到以下結論：

#### 一、不同人口統計變項的特性

本研究從調查結果中發現，不同人口統計變項在性別方面，以男性居多，佔 75%；年齡以 9-12 歲居多，佔 56%就學階段方面以國小居多，佔 56.6%；家庭收入方面以 40,000 元以下居多，佔 40.8%；學習年資方面以一年（含）以下居多，佔 34.2%。

#### 二、參與動機的特徵

就各層面參與動機而言，受試者最傾向「學習跆拳道技能」，而在「紓解壓力」層面的參與動機傾向較低。

#### 三、學員滿意度的特徵

就各層面的學員滿意度而言，受試者在「教練教學與專業能力」有最高的滿意度，而在「場地環境」的滿意度最低。

#### 四、得知道館訊息的特徵

本研究在有效樣本的統計中發現，以從親友口中獲知訊息的最多，佔 35.5%；其次是從同學口中獲知訊息的佔 28.6%；而從比賽活動中知

道訊息的最少，佔 7.1 %。

## 五、選擇道館主要原因的特徵

本研究在有效樣本的統計中發現，選擇道館主要原因以「教練專業素質佳」佔 21%最多；而以「其他」原因佔 1.3%最少（其他原因為：有興趣學習、想運動、在家無聊及為了防身等）；另以「同學推薦」佔 8.2%次少。

## 六、參與行為特徵

### （一）每週練習次數

本研究在人口統計變項中，其每週參與練習次數以每週三至四次居多，佔 67.7%；其次是每週二次，佔 24.7%；每週五次的居後，佔 7.6%。

### （二）每次練習時間

本研究在人口統計變項中，其每次練習時間 61 至 90 分鐘者居多，佔 63.6%；其次是每次練習 91 分鐘以上，佔 34.8%；每次練習 60 分鐘（含）以下者最少，佔 1.6%。

### （三）每次最想練習時段

本研究在人口統計變項中，其每次最想練習時段，以 19:00 至 20:30 最多，佔 30.1%；其次為 18:00 至 19:30 及 19:30 至 21:00，佔 19.6%；18:30 至 20:00，佔 19.3%；14:00 至 18:00 之間居後，佔 11.4%。

### （四）一週中最想練習時段

本研究在人口統計變項中，其一週中最想練習時段，以每週一、週三、週五者最多，佔 52.8 %；其次是每週二、週四、週六者，佔 20.3%；以每週二、週五者居後，佔 6.0%。

## 第二節 研究應用

本節乃是根據研究的發現並分析討論的結果，擬就未來應用方面提出建議：

### 一、加強技能練習以提高學員參與動機

從研究結果訊息中可以瞭解，在雲林縣體育會跆拳道委員會登記有案的跆拳道館學員參與動機四個構面中，參與動機最強的乃是「跆拳道技能學習」這一構面，因此，為使跆拳道的參與人口可源源不斷，有利推展跆拳道運動，各道館之教練務必加強跆拳道技能之訓練，以利吸引更多的運動人口。

### 二、在國小紮根，以推展跆拳道運動

國小學童可塑性高，又有較多的閒暇時間，不像國、高中的學生有較多的升學壓力，所以，要推展跆拳道運動實在必須從國小紮根，例如雲林縣政府教育局在 91 年度為推展技擊運動，即規定中、小學每校從跆拳道、拳擊、國術、武術、太極拳之中擇一項加以推展，就是最佳的例證。

### 三、高中職學生升學多元化，應多鼓勵參與

目前的教育制度，提倡多元升學管道，多學得一樣技能，即可增加升學機會，應可利用課餘時間參與跆拳道運動，在提倡正當休閒運動的同時，鼓勵其參與練習，並且接受正規的跆拳道訓練，而成為優秀的運動選手，但似乎目前參與跆拳道的高中職學員人數，只佔雲林縣跆拳道館學員的少數，因此，應該多多鼓勵高中職學生參與跆拳道運動，亦是增加升學管道的良好機會之一。

### 四、教練教學與專業能力宜不斷充實

跆拳道運動是一項非常重視教練專業能力的運動，具有良好教學與

專業能力的教練，不只可訓練出優秀的運動選手，並可在教學訓練的過程中，潛移默化的使學員對運動倫理、正確的人生觀與良善人格得以養成，欣見目前雲林縣跆拳道館的學員，仍對教練的教學與專業能力有極高的滿意度，因此，身為跆拳道館之教練絕對得時時充實自我的教學與專業能力，以滿足學員的需求。

#### 五、道館場地環境，宜更用心規劃整理

雖然，中華民國跆拳道協會對於道館的設立環境條件有明文規定，但是，仍有部份道館的場地環境並不完全理想，因此，學員在「道館場地環境」的滿意度顯然較低，在現今競爭的社會裡，各種才藝班林立的今日，欲吸引運動人口來參與跆拳道運動，各道館的經營者亦需加強道館場地環境的規劃整理才是。

#### 六、加強跆拳道各項活動的宣導，以吸納運動人口的參與

目前雲林縣體育會跆拳道委員會，每年皆定期舉辦春秋兩季的縣長盃及議長盃錦標賽，並有不定期的選拔賽，且投注許多的心力在籌畫及推展上，但似乎仍未吸引社會大眾的注意，實在可惜，所以，也期盼主辦單位在舉辦比賽或各種跆拳道活動時，宜在宣導上多加施力，如此，才可讓更多的人瞭解跆拳道這項運動，讓跆拳道運動的推展更順利。

#### 七、借助學員親友及同學推薦，推廣跆拳道運動

跆拳道運動並不如田徑、羽球、籃球……等運動，比較不必專人指導或受場地的限制，隨時想動便可動，而是得在特定的場所，並接受專人的指導方可進行，因此，一般社會大眾並不易見到跆拳道運動的進行，更遑論瞭解它及參與之。這時藉助學員親友及同學的口耳相傳，就顯得特別重要，如此，欲宣導跆拳道運動就得將跆拳道運動的各種訊息透過學員親友及同學的推薦方可收宣導之效。

#### 八、以本論文之結論作為跆拳道館經營者之參考

本論文完成之後，研究者特別針對受試者在參與動機量表、學員滿意度量表和基本資料部分所獲得的資訊，做為道館經營方向之參考依據，果然於短短二個月之內，在研究者所經營之二所跆拳道訓練中心，已吸引了將近三十位學員之加入，可見本論文對於跆拳道館的經營者具有參考之實質價值。

### 第三節 後續研究之建議

#### 一、研究對象方面

本研究僅以雲林縣體育會跆拳道委員會登記有案跆拳道館之學員為研究調查之對象，所以，結果仍不足推論到全國各縣市之跆拳道館。另外，欲推展跆拳道運動，學校跆拳道社團的推展也是一有效途徑，但礙於人力、物力的限制，本研究對象無法包含學校跆拳道社團的學員，建議後續的研究者，能將研究的對象涵蓋全國各縣市登記有案的道館及學校社團，從全國各道館人數或學校跆拳道社團人數的比例加以抽樣，研究的結果將更為精確。

#### 二、研究變項方面

本研究僅研究雲林縣體育會跆拳道委員會登記有案跆拳道館之學員，其參與動機、學員滿意度及參與行為等變項，未來的研究可加上學員參與決策過程、社會影響及其他的刺激與影響變項，則研究的層面會更週延。

#### 三、研究方法方面

本研究乃是屬於量的研究，採用問卷調查法作為瞭解雲林縣跆拳道館學員之參與動機、學員滿意度及參與行為之差異情形，未來的研究，應加上質的研究部份，透過深度訪談或個案研究，方式進行探討，使研究的結果更臻完善。

## 參考文獻

### 一、 中文部分：

王之弘（民 80）。職業棒球市場區隔化與消費者行為研究。未出版之東海大學企管所碩士論文，臺中。

王武昌（民 69）。臺北市青年、學生、運動員參與運動動機調查。國立臺灣師範大學體育研究所集刊，7，387-413。

方信淵（民 86）。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。未出版之國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文，臺北。

中華民國體育運動總會編（民 79）。社會體育法令彙編。臺北：中華民國體育運動總會。

江南發（民 85）。青少年自我統合與教育。高雄：復文圖書。

李永年（民 87）。商品品質與顧客品質對顧客滿意度及忠誠度之影響 - 以加油站為例。未出版之國立政治大學企業管理研究所碩士論文，臺北。

李明榮（民 80）。運動市場導論。臺中：霧峰出版社。

余朝權（民 85）。現代行銷管理。臺北：五南圖書。

巫昌陽（民 85）。臺北市 YMCA 游泳教室成人消費行為之研究。未出版之國立體育學院體育研究所碩士論文，桃園。

何曉瑛（民 89）。臺灣地區公立棒球場委託民間企業經營管理之個案研究 - 以臺南市立棒球場為例。未出版之國立體育學院體育研究所碩士論文，桃園。

沈易利（民 89）。臺灣省民眾休閒運動參與和需求之研究（以北、中、南地區為例）。臺中：霧峰出版社。

- 林生傳編（民 85）。教育心理學。臺北：五南圖書。
- 林靈宏（民 83）。消費者行為學。臺北：五南圖書。
- 姜慧嵐（民 89）。臺灣健康體適能俱樂部產業之研究。未出版之中國文化大學運動教練研究所碩士論文，臺北。
- 郭幸林（民 84）。短期技能、藝文補習班之消費者行為研究，未出版之國立中山大學企業管理學系碩士論文，高雄。
- 張良漢（民 91）。休閒運動參與動機、身體活動態度、休閒運動阻礙及滿意度之相關研究。臺北：師大師苑。
- 張春興（民 85）。教育心理學。臺北：東華書局。
- 范智明（民 87）。臺北市運動健身俱樂部會員消費者行為之研究。未出版之國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文，臺北。
- 黃士魁（民 89）。我國甲組成棒球員訓練滿意度之研究。未出版之中國文化大學運動教練研究所碩士論文，臺北。
- 孫顯鋒（民 89）。校務基金制度實施後國立大學校院運動場館經營管理因應策略之研究。未出版之國立體育學院體育研究所碩士論文，桃園。
- 孫秀惠（民 87）。友善排行榜。遠見雜誌，149，92。
- 教育部體育大辭典編訂委員會（民 73）。體育大辭典。臺北：臺灣商務。
- 許天威（民 84）。行為改變之理論與應用。高雄：復文圖書。
- 陳人麟（民 74）。臺北市民休閒行為之研究。未出版之國立臺灣大學商學研究所碩士論文，臺北。
- 陳定雄（民 83）。休閒運動相關術語之歷史研究。國立臺灣體育學院專科學校學報，4，1-29。
- 陳秀華（民 82）。健康體適能俱樂部會員消費者行為之研究。未出版之

國立體育學院體育研究所碩士論文，桃園。

陳學綿（民 90）。舞蹈才藝班消費者之行為研究 - 以臺中市綿綿舞蹈班為例。未出版之國立臺灣體育學院體育研究所碩士論文，臺中。

雲林縣跆拳道手冊（民 91）。雲林：雲林縣體育會跆拳道委員會。

歐滄和、李茂能（民 81）。社會科學研究法辭典。高雄，復文圖書。

廖運正（民 83）。跆拳道館業者經營重要因素與行銷策略分析研究。未出版之國立體育學院體育研究所碩士論文，桃園。

鄭伯勳（民 81）。消費者心理學。臺北：大洋書局。

鄭浩宗（民 84）。保齡球消費者行為之研究。未出版之東海大學企業管理研究所碩士論文，臺中。

盧俊宏（民 83）。運動心理學。臺北：師大書苑。

韓國瑾（民 87）。大學院校體育室行政人員公共關係實施態度及現況之研究。未出版之國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文，臺北。

謝一睿（民 85）。臺南市保齡球消費者之生活型態運動參與頻率和保齡球消費之行為。未出版之國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文，臺北。

謝政諭（民 78）。休閒活動的理論與實際 - 民生主義的臺灣經驗。臺北：幼獅圖書。

謝祥孟（民 86）。顧客滿意度之實證研究。未出版之國立臺灣大學商學研究所碩士論文，臺北。

戴遐齡（民 86）。臺北市高爾夫練習場運動參與者參與動機與行為之研究。未出版之國立體育學院體育研究所碩士論文，桃園。

簡全亮（民 89）。臺北市興建大型室內棒球場企劃定位階段可行性之研究。未出版之中國文化大學運動教練研究所碩士論文，臺北。

蘇昱中（民 89）。國術道館連鎖經營之研究 - 以鄭子太極拳如魚太極學院為例。未出版之國立體育學院體育研究所碩士論文，桃園。

## 二、外文部分：

Atkinson, J. W. (1980). An introduction to motivation. New York: D. Van Nostrand Company.

Beard, J. G. & Ragked, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. Journal of Leisure Research, 15, 219-228.

Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of consumer effort, expectation, and satisfaction. Journal of Marketing Research, 21(8), 244-249.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). Consumer behavior. I. L. : Dryden Press.

Engel, J. F., Kollat, D. T. & Blackwell, R. D. (1973). Consumer behavior. The Role of the Consumer in Marketing. Chapter 1, 2<sup>nd</sup> Edition New York: H. R. W. Inc.

Engel, J. F., Kollat, D. T. & Blackwell, R. D. (1982). Consumer behavior. (4<sup>th</sup> ed.). I. L.: Hort, Rinehart & Winston.

Fornell, C. (1992,Jan). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience, Journal of Marketing, 56, 6-21.

Hawkins, D. I., Best, R. J. & Coney, K. A. (1992). Consumer behavior: Implications for marketing strategy.

Hempel, D. J.(1977). Consumer Satisfaction with the Home Buying Process: Conceptualization and Measurement. H. K. Kieth ed., Cambridge, MA: Marketing Science Institute.

Howard, J. A. & Sheth, J. N. (1969). The Theory of Buyer Behavior. New York: John Wiley & Sons Inc.

Kotler, P. (1991). Marketing management: Analysis, planning, and control.

- (7<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.
- Maehr, M. L. & Nicholls, J. G. (1980). Culture and achievement motivation : A second look. In N. Warren (Ed.), Studies in cross-cultural psychology (Vol. 3, 221-267). New York: Academic.
- Murray, J. F. (1983). Effects of alone and audience on motor performance for males and females. International Journal of Sports Psychology, 14, 92-97.
- Nicholls, J. G. (1978). The development of the concepts of effort and ability, Perceptions of own attainment, and the understanding that difficult tasks require more ability. Child Development, 49, 800-814.
- Swan, J. E. (1983). Consumer Satisfaction Research and Theory: Current Status and Future Directions. In Proceedings of the seventh annual conferee on consumer satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior, Hunt H. K. and Days R. I., eds. Bloomington: School of Business, Indiana University, 124-129.
- Soloman, M. R. (1996). Consumer behavior (3<sup>rd</sup> ed.). N. J.: Prentice Hall, 123-133.

道館所在鄉鎮市名稱核准設立				道館所在鄉鎮市名稱核准設立			
斗	六	市	3	古	坑	鄉	1
虎	尾	鎮	1	大	埤	鄉	1
西	螺	鎮	1	元	長	鄉	
斗	南	鎮	1	褒	忠	鄉	
北	港	鎮	1	臺	西	鄉	1
土	庫	鎮	1	麥	寮	鄉	
林	內	鄉	1	東	勢	鄉	1
莉	桐	鄉	1	四	湖	鄉	
二	崙	鄉		口	湖	鄉	1
崙	背	鄉	1	水	林	鄉	
總		計					16

資料來源：雲林縣跆拳道手冊（民 91 ），（p.5） 雲林：雲林縣體育會跆拳道委員會。