

國立臺灣體育大學運動管理學系碩士班  
碩士學位論文

台中地區大學生

運動涉入對學校認同之研究

THE STUDY OF SPORT INVOLVEMENT OF  
COLLEGIATE STUDENTS TO  
IDENTIFICATION WITH SCHOOL IN  
TAICHUNG



研究生：林慧菁 撰

指導教授：王慶堂 教授

中華民國九十七年七月

論文名稱：臺中地區大學生運動涉入對學校認同之研究

總頁數：92頁

校院所組別：國立臺灣體育大學(臺中)運動管理學系碩士班

畢業時間及提要別：九十六學年度第二學期碩士學位論文提要

研究生：林慧菁

指導教授：王慶堂

### 中文摘要

本研究目的為了解台中地區大學生對校內運動場館使用現況，並探討及分析台中地區大學生之運動涉入程度、運動場館品質、整體滿意度與學校認同之間的關係。

本研究採問卷調查法，抽樣對象為台中縣市 13 所大專校院學生，以分層隨機抽樣方法進行問卷發放，總樣本數為 456 份，問卷有效回收率達 76%。研究工具為運動涉入量表、場館服務品質量表、整體滿意度量表與學校認同量表，得主要結果如下：

1. 台中地區大學生有七成五以上的學生運動時喜歡使用校內運動場館設施；九成以上的學生認為運動場館品質會影響其運動意願。
2. 台中地區大學生在運動時，是否喜歡使用校內場館，是受到場館服務品質、滿意度及學校認同所影響。
3. 是否有規律運動習慣之大學生，與運動涉入有顯著正相關；大學生運動涉入會透過場館服務品質對學校認同造成影響。

**關鍵字：運動場館、運動涉入、運動習慣**

## 謝 辭

經過碩士班兩年時間的洗禮，在這段期間要感謝許多人的支持與協助。首先感謝我的家人，因為有家人做我的後盾，所以我才能責無旁貸地專注於學業上；再來是感謝我的指導教授，兩年來有耐心的指導，並且給予論文上諸多寶貴建議等，使我受惠良多；感謝我的口試委員，林房儻教授與張良漢教授在論文邏輯及研究方法方面的提醒和指教，讓我的論文更臻完善；以及亞洲大學的陳怡如老師和其他幫助我的各校老師們，在百忙之中願意幫助我完成問卷調查，讓我的研究進度能夠順利。最後感謝我的朋友們、碩班同學們及學姊，時常關心我的論文進度，並且給予我許多鼓勵和幫助，讓我在碩士班兩年備感溫暖，一點也不孤單。

雖然研究所兩年，有時壓力會很大、瑣事繁雜，不過這兩年的時間的確讓我學習到不少東西，尤其是學會了如何做研究，什麼研究該用什麼方法，這一切的一切都會是值得的。再次感謝我的貴人們，因為有你們的幫助，我才能順利完成碩士論文，在此由衷的感謝！

林慧菁 謹致

2008年7月

**Title of thesis :** THE STUDY OF SPORT INVOLVEMENT OF COLLEGIATE STUDENTS TO IDENTIFICATION WITH SCHOOL IN TAICHUNG

**Name of institute :** Graduate Institute of Sport Management

**Graduate date :** July, 2008

**Degree Conferred :** M.P.E

**Name of student :** Hui-Ching Lin

**Advisor :** Ching-Tang Wang

### **Abstract**

The study aimed to understand the status of college students use school stadium and to explore the relationship between in sport involvement of college students, quality of school stadium, satisfaction and identification with school in Taichung. The study used a questionnaire survey method, subjects for students of colleges in Taichung to stratified random sampling method of issuing questionnaires, the total number of 456 samples of the questionnaire effective recovery of 76%.

Research tools for sport involvement scale, quality of stadium service scale, the satisfaction scale and scale of identification with school, in the main results are as follows:

1. Taichung area college students have more than 75 percent of the students like the use of school sport stadium; over 90% of the students believe that quality of stadium will affect to sport pleasure.
2. When they sport in school, like it or not the use of school stadium, they affected by quality of stadium service , satisfaction and identification with school
3. Are there regular exercise habits of college students have a significant correlation with sport involvement.

**Keywords :** stadium 、 sport involvement、 exercise habit

## 目 錄

中文摘要	i
謝辭	ii
英文摘要	iii
目 錄	iv
表目錄	vi
圖目錄	vii
<b>第一章 緒論</b>	
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	4
第三節 研究問題	4
第四節 名詞解釋及操作性定義	5
<b>第二章 文獻探討</b>	
第一節 學校運動場館相關理論及現況分析之研究	6
第二節 運動習慣相關理論之研究	19
第三節 運動場館設施品質相關理論與滿意度之研究	23
第四節 運動涉入相關理論之研究	28
第五節 學校認同相關理論之研究	31
第六節 研究假設	35
<b>第三章 研究方法與設計</b>	
第一節 研究架構與流程	36
第二節 研究範圍與對象	38
第三節 研究工具	38
第四節 資料收集與分析方法	51

第五節 研究限制 .....	53
<b>第四章 研究分析結果與討論</b>	
第一節 台中地區大學生對校內運動場館之使用情形 ...	54
第二節 台中地區大學生運動習慣與運動涉入之關係 ...	62
第三節 運動涉入、場館品質、滿意度與學校認同之 探討 .....	66
第四節 運動涉入、場館品質、滿意度與學校認同模型 分析 .....	71
<b>第五章 結論與建議</b>	
第一節 研究結論 .....	75
第二節 研究建議 .....	76
<b>參考文獻</b>	
一、 中文部分 .....	78
二、 英文部分 .....	82
<b>附錄</b>	
附件一 研究問卷 .....	88

## 表目錄

表 2-1-1	大專校院學校設置運動場館設施之校數及開放數	11
表 2-1-2	歷年大專校院學校數及平均場地數或設置比率	11
表 2-1-3	台中市大專校院運動場館設置彙整表	14
表 2-1-4	台中縣大專校院運動場館設置彙整表	18
表 2-3-1	消費者滿意度定義一覽表	25
表 2-3-2	顧客滿意度之衡量構面一覽表	26
表 2-4-1	涉入定義一覽表	28
表 2-5-1	認同定義一覽表	32
表 3-3-1	運動涉入量表項目分析摘要表	40
表 3-3-2	運動涉入量表因素分析摘要表	41
表 3-3-3	運動涉入量表信度分析摘要表	41
表 3-3-4	場館服務品質量表項目分析摘要表	42
表 3-3-5	場館服務品質量表因素分析摘要表	43
表 3-3-6	場館服務品質量表信度分析摘要表	44
表 3-3-7	整體滿意度量表項目分析摘要表	45
表 3-3-8	整體滿意度量表因素分析摘要表	46
表 3-3-9	整體滿意度量表信度分析摘要表	47
表 3-3-10	整體滿意度量表項目分析摘要表	48
表 3-3-11	整體滿意度量表因素分析摘要表	49
表 3-3-12	整體滿意度量表信度分析摘要表	49
表 4-1-1	人口背景變項與運動習慣之統計變項摘要表	54
表 4-1-2	大學生運動涉入屬性偏好比較表	58
表 4-1-3	大學生對於場館服務品質屬性偏好之比較表	59
表 4-1-4	大學生對於整體滿意度屬性偏好之比較表	60

表 4-1-5	大學生對於學校認同屬性偏好之比較表	61
表 4-2-1	性別在各研究變項之 t 檢定摘要表	62
表 4-2-2	運動時是否在運動涉入上之 t 檢定摘要表	63
表 4-2-3	運動時是否在運動涉入上之 t 檢定摘要表	63
表 4-2-4	每週平均使用場館次數在滿意度與學校認同之單因子變異數分析摘要表	64
表 4-2-5	每週平均運動次數在運動涉入之單因子變異數分析摘要表	64
表 4-2-6	性別在每週平均運動次數之交叉表	65
表 4-2-7	性別在是否有規律的運動習慣之交叉表	66
表 4-3-1	運動涉入構面解釋變異量摘要表	67
表 4-3-2	場館服務品質構面解釋變異量摘要表	68
表 4-3-3	滿意度構面解釋變異量摘要表	69
表 4-3-4	學校認同構面解釋變異量摘要表	70
表 4-3-5	絕對適配指標說明表	71
表 4-3-6	整體模式適配度評鑑分析結果表	72
表 4-3-7	路徑係數與因果關係	73
表 4-4-1	研究假設結果一覽表	74

## 圖目錄

圖 1-1-1	台灣地區體育運動場館數量圖	2
圖 2-4-1	ECT 架構圖	21
圖 3-1-1	研究流程圖	36
圖 3-1-2	研究架構圖	37
圖 4-3-1	整體結構模型路徑圖	71

# 第一章 緒論

行政院主計處社會發展趨勢調查（2004）顯示自實施週休二日以來，國人週末的自由時間較過去呈現增加的趨勢，運動平均時間亦較過去增加。葉公鼎（2005）認為由於週休二日制度的實施，民眾休閒的時間增加，運動休閒與鍛鍊身體的觀念也逐漸生根，對於場地設施的需求日提高。政府公共部門是推動我國體育運動的主要機關，負責各級學校、社會或國際體育運動事務發展所需的行政、人力與場地設施等相關經費。

本章共分五節，第一節為研究背景與動機；第二節為研究目的；第三節為研究問題；第四節為名詞解釋及操作性定義。

## 第一節 研究背景與動機

行政院體育委員會（以下簡稱體委會）成立之目的為「統籌國家體育事務」，故年度預算編列應以全國民眾為對象；資源配置理當全國均衡、全民健康與運動競技兼顧、軟硬體發展並重。然，體委會96年度預算48.58668億元，雖較95年度預算44.50722億元增加4.07946億元（增幅9.17%），但其編列卻未符合上述均衡、全面、硬軟體兼顧、競技與全民健康並重等原則性要求，明顯浮現下列問題：1.重競技輕全民、2.重硬體輕軟體、3.重虛（行銷活動）輕實（規劃、執行）、4.重南（高雄市）輕北（台北市）。96年度「推展全民運動」預算3.16511億元較上年度縮減0.29462億元（減幅8.52%），鑑

於國內人口老化嚴重、國民體能及健康素質持續弱化，及青少年體能、體型均遠不如鄰近國家的事實，體委會更應謹慎將經費挹注於推展全民健康維護、國人生命素質提昇之範疇（趙麗雲、曾慧青，2006）。

趙麗雲（2005）指出台灣地區平均每平方公里僅有休閒運動場館1.76座（如圖1-1-1），平均每千人的活動場所亦僅有2.76座，相較於美國國家遊憩與公園協會所建議的遊憩空間標準每千人應有30座遊憩場所及設施，我國運動休閒場館資源可謂十分匱乏。

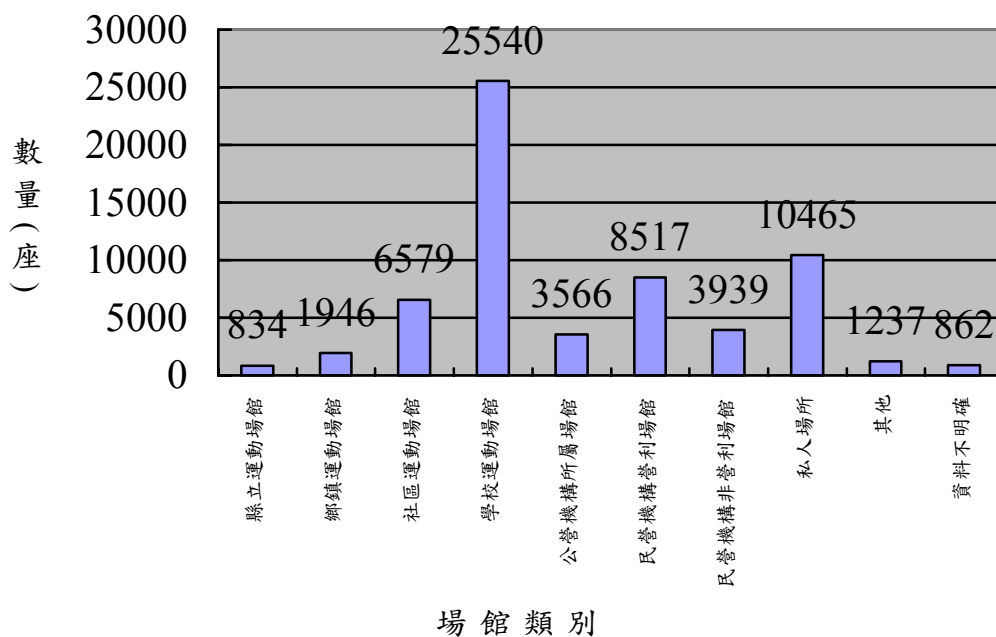


圖 1-1-1 台灣地區體育運動場館數量圖

資料來源：趙麗雲（2005）。人口老化危機中，台灣的休閒運動發展，國政研究報告。

國家體育運動政策的推展與學校體育教育目標的達成有著密不可分的關係存在。國內運動場館普遍存在著使用率不高及維護不易的問題，鄭志富（1999）指出長期以來，我國運動場館，包含各級學校運動場地設施、縣立體育場，因缺乏有效之管理，人力資源缺乏，經費不足等諸多因素下，影響運動場地設施發揮應有之功能。勞安如（2005）如何創新優良的學習環境，提供優質運動設施，使學生的身心能獲得良好的培育，將成為學生選擇求學環境的重要考慮因素，如能興建完善的運動休閒設施，以提供學生完善的活動機會，必能引起學生的興趣。

因此學校運動場館之設立與其設施品質就顯得相當重要，且每一個學校的設施品質將成眾多學校之間競爭的關鍵。加上對於平時養成運動休閒習慣有助於身心健康的觀念逐漸形成，對於運動休閒品質、環境設備的良窳、軟硬體設施的搭配標準日益提高，所以學校若是能提供品質良好且有利於學習、休閒、運動、社團活動的運動場館，將成為吸引學生到校就讀的重要原因之一。

然而，許多大學校院在成立之後，或許因為學校屬性不同、發展重點等差異性，因此在各項設施的充實上，產生明顯差異。有些學校運動場館的規劃相當完善，且重視學生使用的權利，讓使用者能充分運用，發揮了運動場館應有的效益；有些學校則忽略了學生運動休閒的需求，導致學生使用運動場館的機會大大減少，因而影響學生受教、使用的權利（李宗鴻，2002），遂引發本研究動機。

## 第二節 研究目的

本研究以了解台中地區大學生對使用校內場館之運動設施現況為目的，並以學生使用運動場館滿意度之概念為建構核心，加以比較分析地區大學生之運動涉入程度及運動場館設施品質，最後再分析學生使用運動場館之滿意度是否影響其對學校認同，進而提出本研究目的：

- 一、瞭解台中地區大學生對校內運動場館之使用情形。
- 二、瞭解台中地區大學生之運動習慣在運動涉入之差異。
- 三、探討台中地區大學生運動涉入、運動場館服務品質、整體滿意度及學校認同之因果模式。

## 第三節 研究問題

- 一、台中地區大學生校內運動場館使用情形為何？
- 二、台中地區大學生運動習慣與運動涉入之差異程度為何？
- 三、運動涉入及運動場館服務品質是否會透過整體滿意度對學校認同造成影響？

## 第四節 名詞解釋及操作性定義

### 一、運動場館

本研究採用黃金柱（1993）之定義，1.運動場館設施：指提供民眾和師生從事體育運動、休閒、舞蹈、健康與適能、和運動比賽等的室內體育館，所有權屬於政府所有。2.運動場地設施管理：意指附著於土地上的建築物，以及隨著建築物配置的器材設備和空間等管理。

### 二、運動涉入

本研究以 Solomon (2002) 與 Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001).對於涉入之定義，將運動涉入定義為「個體對某運動項目所感到有趣、重要性、關聯性與引起興趣時，稱之為運動涉入」。

### 三、滿意度

本研究採用 Woodside and Daly (1989) 提到消費者滿意度是一種消費型態的形成，並且是一種購後母體，以期反映出消費者在經驗後喜歡或不喜歡的程度表現。

### 四、運動場館服務品質

本研究採用 Wang, Lo and Hui (2003) 衡量產品品質之定義，將運動場館品質定義為「學生對於場館品質評估的一種主觀認定」。

### 五、學校認同

採用 Patchen (1970) 認同是與其他成員共享目標或經驗，有團結及身為組織一份子的感覺。學校即是組織，學生為學校組織成員。

## 第二章 文獻探討

本章共分五節進行文獻探討，第一節為學校運動場館相關理論及現況分析之研究；在第二節中對於運動涉入相關理論進行研究；於第三節內進行運動設施品質相關理論及滿意度之研究；第四節則為運動習慣相關理論之研究；最後第五節則就學校認同相關理論進行研究。

### 第一節 學校運動場館相關理論及現況分析之研究

#### 一、學校運動場館之意義及功能

運動場館係指學校中能夠進行運動、體育教學、訓練、休閒、競賽之場地，其功能等同於教室，除了能夠作為活動、學習、觀摩、互動的場所，亦是學生提升體適能、促進健康的重要環境。傳統上我們多認為學校是教育的場所，場地設施等資源，宜以教學為優先；然而，在現階段多元化的社會中，教學已不是學校設施唯一的功能（葉公鼎，2001）。然而從體育場館管理經營的角度分析，康世平（2001）認為體育館的功能除了運動競賽外，還有集會、展覽、舉辦演唱會等多元功能，甚至包括商品販賣、餐廳、會議等多方面的結合。

學校運動場館規劃占學校整體設施相當重要的成分，且和學生的生活、學習、休閒、活動有著密不可分的關係。所以儘管各學校屬性不盡相同，但是對於運動場館規劃卻是學校發展的重要指標之一，更直接並間接影響國家體育事業發

展（李宗鴻，2002）。

鄭志富（2002）將學校運動場地設施歸結具下列功能：

- （一）教學之功能—是實施體育教學活動的場所。
- （二）鍛鍊之功能—是實施學校代表隊訓練活動的場所。
- （三）團隊精神表現之功能—提供各種運動機會、運動節目及舉辦各種運動賽事的場所。
- （四）娛樂之功能—是學校行事活動的場所，如表演會、集會及展覽等活動。
- （五）社會之功能—營造學校與社區意識，建立良好互動的場所。
- （六）救難之功能—是發生災難時疏散的場所。

## 二、運動場館經營管理之內涵

今日學校運動場館經營面臨內、外部環境的挑戰日益增加，因此經營模式必須加以調整，才能順應社會需求，創造更高的價值（蔡秀華，2001）。而在一般人的觀念裡，「經營」表示組織外部或整體的運作方式，「管理」則是組織內部或細微的運作方式，以下即先介紹體育館經營管理之概念，再說明其管理模式之分類。

王慶堂（2002）認為各級體育場經營之重要目標工作有：

- （一）提供休閒運動場所。
- （二）提供運動指導。
- （三）提供運動競技場地。
- （四）訓練優秀運動選手。
- （五）辦理全民體育活動。
- （六）辦理運動競賽活動。

- (七) 提供民眾運動觀賞
- (八) 發展健康體適能活動。

又從「大專校院運動場館經營管理座談會」(莊仲仁, 2000)中,得知運動場館經營管理重要指標之內容如下:

- (一) 人力資源的規劃與管理。
- (二) 運動場館經營與顧客滿意。
- (三) 運動場館經營與財務管理。
- (四) 運動場館的營運管理與服務品質。

再從謝文偉(2001)台北縣新莊體育場營運績效評估指標之研究發現,影響運動場館營運的因素有:(一)工作與服務態度、(二)與民眾互動關係、(三)體育場硬體設施。(四)體育場的交通狀況、(五)體育場的運作。

國內的運動場館經常受限於人事、經費的不足,及科層體制的限制,使得功能無法完全發揮,反觀國外的場館經營多採用多樣化與企業化的經營方式,使得運動場館的運作得以較為順暢(何曉瑛,2000)。在此,葉公鼎(2001)提出三種民間機構參與學校運動場館經營模式如下:

(一) BOT(Build, Operation, and Transferring):是指興建、營運、移轉。由學校提供土地給企業單位進行興建運動場館,並同意給予一定年限的經營權,期滿後將運動場館所有權移轉回學校。

(二) OT(Operation and Transferring):是指營運與轉移。即所謂的外包制度。學校同意將運動場館交由民間機構經營管理,並同意給予一定年限的經營權,期滿後將運動場館所有權移轉回學校。

(三) BT(Build and Transfer):是指興建後移轉。即學校運

動場館交由民間機構興建後，將所有權移轉回方，類似捐贈行為。

然，從經濟學中生產因素組合的觀點，王凱立（2001）研究指出學校體育設施的經營模式，可以藉由結合產、官學、三方的合作，分別主導投資、營運以及管理的事務，且其營運盈餘也可分配給三方，以獲致三贏的營運目標，其所提出之營運模式分別為：

（一）公立運動設施管理單位主導模式：由學校上級體育運動主管單位，如縣市立體育場主導。

（二）大專院校主導模式：以大專院校體育科系師生專業人力為主導，發展的各單位合作模式。

（三）民間營利機構主導模式：由民間營利性企業單位為核心，帶動產、官、學的組織模式。

（四）營利性中介機構主導模式：由民間私人企業組織為中介機構，居中協調產、官、學界各組織，以共同協力推動展務的模式。

（五）非營利性中介機構主導模式：由如YMCA（Young Men's Christian Association）等非營利機構為主導，結合產、官、學界所形成的營運組織。

對於運動場館之經營理論探討，眾說紛紜。在管理的五大功能，分別是組織、規劃、領導、控制及人力資源管理（黃金柱，1997），管理功能是否能充分發揮，關係著運動場館的營運績效。任何的運動場地設施從興建到完成，皆需大量的時間與經費，所以建築前的詳細規劃與完工後的妥善經營管理，必須是環環相扣。官文炎（2003）認為運動場地設施的管理，可分為兩部分，首先為硬體設施的管理，及場地、

設備與器材的管理、其次為軟體設施的管理，亦為使用者相關法令制度之訂定與管理。高俊雄（2004）指出運動休閒事業在規劃、設計、製造、施工及營運等過程需要投入多樣的資源，並透過管理的功能才能夠有效為顧客創造價值。許逢泰（2003）以台北市各級縣立學校設有游泳池者為對象，進行學校游泳池經營模式之探討中發現學校游泳池採用委外經營可達到節省人力、減輕工作負荷、充實學校經費、提升游泳池之服務品質等效果。蔡秀華（2002）運動場館設施之經營管理，從過去偏重靜態管理（組織、設施規劃、人事、經費等）的形式，逐漸增加對動態經營（行銷、顧客滿意、服務品質、產品創新及交通規劃等）的重視。

綜上所述，運動場館經營不但需要具備專業技能與知識，且應注意學生的需求與流行趨勢，進而滿足學生，提升服務品質，同時也為推動全民運動提供學生更好的休閒活動場所。

### 三、大專校院運動場館設置之現況分析

#### （一）全國各級學校運動場館設置數量

近年來，國內大專校院數量驟增，根據統計，96學年度國內大專校院數量為163所（教育部，2007）。大專院校數量增加，也代表學校運動場館數量提升，如果每所大專校院皆能充分發揮其運動場館的功能，在滿足教育的需求外，能夠創造休閒、服務、競賽、傳遞文化等附加價值，對於提升運動人口及推廣休閒運動皆有正向的幫助。根據體委會95年體育統計年報，各級學校設置運動場館設施之校數及開放數，如表2-1-1所示：

表 2-1-1 大專校院學校設置運動場館設施之校數及開放數  
大專校院總數 (160) 所

項目	設有校數 (所)	開放校數 (所)	開放校數 (%)
體育館	129	106	82%
徑賽場	134	122	91%
田賽場	95	80	84%
籃球場	151	141	93%
室內游泳池	42	37	88%

資料來源：本表整理自行政院體育委員會 95 年體育統計年報 (行政院體育運動委員會，2006)。

李宗鴻 (2002) 亦針對全國大專校院運動場館數量、經營管理現況進行調查研究，並比較歷年來大專校院運動設施之數量與設置情形，如表 2-1-2 所示：

表 2-1-2 歷年大專校院學校數及平均場地數或設置比率

年度	68 年 (99 校)	75 年 (109 校)	81 年 (124 校)	87 年 (130 校)	92 年 (156 校)
<b>室外場地</b>					
田徑場	0.96	400m 跑道 45.6 %	0.93	0.89	0.92
游泳池	0.28	0.45	0.44	0.29	0.48
籃球場	3.88	4.02	4.04		4.88
排球場	3.59	3.21	3.56		3.85
手球場	0.33	0.18	0.25	0.48	0.47
羽球場	1.03		3.16		2.56

(續下頁)

表 2-1-2 (續)

年度 \ 類別	68 年 (99 校)	75 年 (109 校)	81 年 (124 校)	87 年 (130 校)	92 年 (156 校)
足球場	0.49	0.18	0.72		0.20
棒壘球場	0.33	0.18	0.25	0.48	0.47
網球場	1.34	2.76	2.67		2.89
溜冰場		0.19			0.23
射箭場					0.16
<b>室內場地</b>					
保齡球場					0.01
桌球室	0.07	0.86	3.56	0.64	0.88
柔道室	0.04	0.40	0.32		0.47
體操室				0.51	0.11
綜合體育館	0.15	0.32	0.55	0.68	0.69
重訓室	0.30	0.49		0.75	0.96
攀岩場					0.09
韻律室	0.18	0.18	0.56	0.63	0.91
游泳池	0.03			0.14	0.23
射箭場			0.08		0.04
網球場					0.24

資料來源：李宗鴻（2002）。全國大專校院運動場館現況調查與學生使用滿意度之研究。未出版碩士論文，國立屏東師範學院，屏東市。

根據上述大專校院運動場地設施調查之相關統計數據，經彙整後歸納出以下具體情況：

1. 國內大專校院總數及其運動場地設施數量有逐年增加之趨勢。
2. 歷年室外運動場地設置率皆高於室內運動場地。
3. 各校室內運動場地設置率偏低，但有增加之趨勢
4. 學校以設置室內小型運動場地比例較高，大型綜合體育館的設置率仍偏低。
5. 室內運動場地有多元化之趨勢。

#### (二) 台中市大專校院運動場館設置情形

張璟揚（2006）實地訪談調查發現中國醫藥大學、中山醫學大學、台中護理專科學校與中台科技大學未設置運動場館，其餘8所學校運動場館之各項設施資料如下表2-1-3所示：

表 2-1-3 台中市大專校院運動場館設置彙整表

學校校名	台中教育大學	臺灣體育學院	台中技術學院	中興大學	東海大學	逢甲大學	僑光技術學院	嶺東科技大學
學生數(人)	約 3000	約 2500	約 18000	約 15000	約 15000	約 18000	約 9800	約 7500
體育館名稱	中正樓	體育館	體育館	體育館	體育館	逢甲大學體育館	僑光館	亞萍館
興建年度 (西元)	1985	1965	1984	1985	1958	2003	2000	1993
可容納觀 眾數(人)	約 250	約 5500	約 2000	約 2700	約 200	約 4500	約 1000	約 1000
地板標線 種類	3 種 (手球、 羽球、排球)	1 種 (籃球)	3 種 (籃球、 羽球、排球)	3 種 (籃球、 羽球、排球)	3 種 (籃球、 羽球、排球)	4 種 (籃球、羽 球、排球、網球)	3 種 (籃球、 羽球、排球)	3 種 (籃球、 羽球、排球)
地板材質	山毛櫸木	楓木	木板	PU、楓木	木板	PU、PVC、櫸木	木板	木板
有無設置無 障礙空間	有	體育館入口有， 觀眾席無設置	有	有	無	有	無	有
主要設備	手球場：1 面 排球場：1 面 羽球場：6 面 器材室：1 間	籃球場：1 面 排球場：1 面 手球場：1 面 研究室：17 間 舞蹈教室：2 間 劍道教室：1 間	籃球場：1 面 排球場：1 面 羽球場：4 面	會議室：1 間 舞蹈教室：1 間 桌球室：2 間 (18 張球桌) 羽球場：12 面 健身房：1 間	籃球場：1 面 排球場：1 面 羽球場：8 面 器材室：1 間 辦公室：1 間	籃球場：3 面 排球場：3 面 羽球場：9 面 網球場：1 面 半戶外多功能 球場：1 座	籃球場：2 面 排球場：2 面 羽球場：8 面 桌球教室：1 間 撞球教室：1 間 武術教室：1 間	籃球場：1 面 排球場：2 面 羽球場：6 面

表 2-1-3 ( 續 )

一般教室：4 間	重訓室：1 間	武術場：1 座	技擊教室：1 間
	柔道、技擊室：1 間	戶外游泳池：1 座	有氧教室：1 間
	體適能教室：1 間	迴力教室：2 間	韻律教室：1 間
	地下室綜合球	舞蹈教室：2 間	體適能中心：1 間
	場：籃球場、排球	健身室：3 間	視聽教室：1 間
	場、網球場各 1 面	室內跑道	教室：9 間
		戶外表演平台	研究室：3 間
		視聽室：2 間	辦公室：3 間
		會議室：1 間	
		休憩聯誼區：1 間	
		休閒餐廳	
		商品販售與售票部	
		行政中心	
		貴賓室：1 間	
		教師研究室：24 間	
		綜合討論室：1 間	
		代表隊聯絡室：2 間	
		急救室：：1 間	
		器材室：：1 間	

表 2-1-3 ( 續 )

附屬設備	空調、衛浴、 飲水機、記分 板、音響	空調、飲水 機、記分板、 視聽設備、衛 浴、音控室	視聽設備、空 調、飲水機、 觀賞台	視聽設備、衛 浴、飲水機、 記分板	空調、衛浴、 飲水機、記分 板、音響視聽 設備	籃、排球電動 計分版 2 座 無線網路資訊設施 專業影視攝影系統 專業舞台音響系統 視聽設施 300 吋電動銀幕、 超強光投影機 球員休息室、更衣 室、淋浴設備 密碼置物櫃	空調、飲水 機、記分板、 視聽設備	空調、飲水 機、記分板、 視聽設備、儲 藏室、舞台
照明燈種類	白熾燈(55 盞)	水銀燈 4 盞	水銀燈(共 70 盞)	水銀燈(35 盞)	水銀燈(晝白光)	水銀燈(26 盞)	水銀燈(60 盞)	
主要功能	教學、集會、 租借展覽	教學、集會、 訓練、租借、 舉辦比賽	教學、集會、 租借展覽	教學、學校學 生及教職員使 用、租借	教學、校隊練 習、社團使用、 機關團體租借	教學、營運	教學、學生教職 員使用、活動租 借、舉辦比賽	
可供多少 項目運動 使用	3 種 (籃球、羽 球、排球)	5 種 (籃球、手 球、排球、舞 蹈、劍道)	3 種 (籃球、羽 球、排球)	8 種 (籃球、羽球、 排球、桌球、技 擊體適能、韻	5 種 (籃球、羽 球、排球、桌 球、舞蹈)	15 種 (籃球、羽球、 排球、桌球、網 球、舞蹈、武	9 種 (籃球、羽 球、排球、桌 球、撞球、武	4 種 (籃球、羽球、 排球、桌球)

表 2-1-3 ( 續 )

				律、健身)		術、健身、體適	術、韻律有氧		
						能、韻律國標	舞蹈、體適		
						舞、迴力球、飛	能、技擊)		
						輪、游泳、跑步)			
建築是否為 專用體育館	是	是	否	是	是	是	否	否	
有無專屬 停車場	無	有	有	有	有	有	有	有	

資料來源：本表整理自張璟揚(2006)。台中市大專校院體育館設施設置與經營管理之研究。未出版碩士論文，國立臺灣體育學院，台中市。

(三) 台中縣大專校院運動場館設置情形

從 2008 年中華民國大專院校體育總會體育教師名錄及各校網站發現，台中縣設有運動場館之大專校院為亞洲大學、朝陽科技大學、弘光科技大學、勤益科技大學及靜宜科技大學，5 所學校運動場館之各項設施資料如下表 2-1-4 所示：

表 2-1-4 台中縣大專校院運動場館設施彙整表

學校校名	學生人數	運動場館設施
亞洲大學	約 10,000 人	1.體育館
		2.籃球場
		3.排球場
		4.桌球室
		5.撞球室
		6.舞蹈教室
		7.重訓室
朝陽科技大學	約 15,700 人	1.體育館
		2.羽球場
		3.桌球場
		4.韻律教室
		5.柔道教室
弘光科技大學	約 11,176 人	1.健身中心
		2.室內籃球場
		3.室內排球場
		4.桌球室
		5.健身房
		6.跆拳道場
		7.武術場
		8.撞球室
		9.舞蹈教室

(續下頁)

勤益科技大學	約 11,500 人	1.體育館 2.技擊室 3.韻律室 4.桌球室 5.游泳池 6.撞球室 7.攀岩場 8.體適能教室
靜宜大學	約 12,202 人	1.綜合球館 2.游泳池 3.韻律教室 4.桌球室 5.重訓室 6.體操室 7.體適能測驗室

資料來源：本表整理自中華民國大專院校體育總會體育教師名錄（2008）及各校網站

由上述資料得知，台中縣市共有 13 所大專校院皆各擁有一座運動場館。體育館興建年度以東海大學最早，其中功能設備最完善、多元化的學校為逢甲大學，其餘學校設備差異不多。

## 第二節 運動習慣相關理論之研究

良好的運動習慣可以改善人的自信心及情緒，增加社會的互動及家庭的密切關係。運動設施使用者所扮演的角色與消費者雷同，學生去使用運動設施時，必定有某方面與程度的期待與期望，並且希望得到滿足，學校體育設施是提供學校體育教學，主要目的就是養成學生良好運動習慣。

### 一、習慣之定義與分類

柯永河（1981）提出「習慣」的概念很適合用來描述人類的各項行為。習慣

的意義，常常離不開「自動化」、「很自然地」等字眼所表達之意涵，另外也緊緊地和「學來的」、「過度學習而來的」等詞句連在一起。柯氏將「習慣」重新定義為「刺激與反應間的穩定連結或關係」，凡針對該刺激就一定會或幾乎一定會出現產生某動作或反應的現象，都可納入習慣的範疇。

游伯龍（1998）主張「習慣領域」一說，恰能以企業觀點探討個人的習慣領域，和團體其他成員的習慣領域之間所產生的關係與互動，並且認為培養習慣領域的重要方法是想到了就做，重複的做，不斷的做，最後它就自然，變成你的一部份。另外，依Lazarus（1976）所提出稱之為BASIC-ID的分類法，習慣可依反應因素的不同而區分為行為（Behavior）、情緒（Emotion）、感覺習慣（Sensation）、意象習慣（Imagery）、認知習慣（Cognition）、人際（Interpersonal）、藥物（Drug）等七種。

習慣亦可就其需要與各種理論，依其功能在研究及實務上而有不同的分類。例如臨床上，就心理治療或習慣改變工作來說，在「習慣覺察度」的觀點所做的分類成果，可提高助人工作的效率；或亦可依「習慣的適應程度」，將習慣分為良好習慣與不良習慣，根據某些判準（柯永河，1998）討論該習慣會帶來的好處或壞處，進而能協助個案改變或消除不良的習慣，增加良好的習慣而加強個案的心理及生活適應。

重新界定後之「習慣」概念，不僅增廣其應用範圍及涵蓋層面，如日常生活中植物、物理、化學等諸多現象，也都可從習慣的觀點去了解，研究、預測與改變。探討個體的人格和行為等心理現象時，將人格視為由一套習慣組成來加以處理，則無論在心理健康學、心理診斷學、心理治療學，或者環境心理衛生學上，都提供了一個簡潔可用的方式去介入和研究。余瑩瑛（2003）運動習慣一詞係指一個人平日運動的種類、方式、頻率、時間長短及維持的時日等參數來描述之。據前所述本文將運動習慣定義係某運動項目成為個體生活上一部份之行為習慣。

## 二、場館服務品質與運動習慣

本文引用「期望-確認」理論及持續涉入理論，將此兩理論對於設施品質和運動習慣加以連結，並闡述其相關性，期望說明有良好之運動設施品質，對於有運動習慣之使用者能有助於增加其運動之意願。

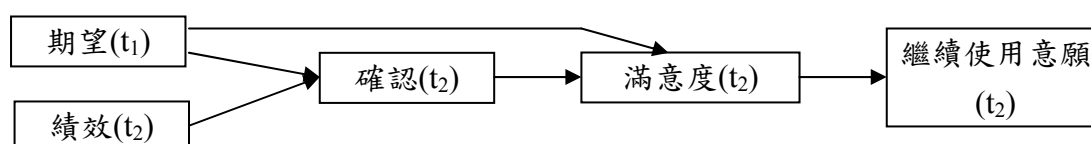
### （一）「期望-確認」理論對「繼續意願」之論述

本文引用「期望-確認」理論來對「繼續意願」做論述。1.期望-確認理論 (Expectation-Confirmation Theory, ECT)

Oliver (1980) 提出的期望-確認理論，其基本概念為消費者是以購前預期與績效表現的比較結果，判斷是否滿意。此一理論為一般消費者滿意研究模型的基礎架構。在過去探討消費者行為參考文獻中，ECT被廣泛的使用來評估消費者的滿意度、購後行為(如再購、抱怨等)和一般性的服務行銷。

在ECT 理論架構中 (Oliver,1980) ，消費者願意再購意願的過程如下：第一，消費者對某一特定的產品或服務的表現，剛開始形成某一期望，此期望影響消費者對產品的態度和購買的意願。第二，當接受和使用產品或服務之後，經過一段時間的體驗，消費者根據實際使用情況，對產品或服務的績效有了新的認知。第三，將績效認知與最初期望作相對比較。消費者最初的期望與購買後確認的程度，這兩項將影響消費者的滿意度。也就是說購買後，消費者會依據實際使用情況，對產品有了新的認知。

因此，原先所預期的可能會正面地失驗(Disconfirmation) (產品績效超過預期)、驗證 (產品績效等於預期) 或負面地失驗(Disconfirmation) (產品績效低於預期)。接著消費者購買前的預期和購買後的失驗程度，此二者將影響消費者的滿意程度。消費者的滿意程度也會重新塑造其產品的態度及購買產品的傾向，對消費者再次購行為會有所影響；滿意的消費者將會產生再度購買的意願；反之，則否 (Oliver,1980)。許多研究借用這個理論應用於某些領域中，也得到相同的驗證，如汽車再次購買 (Oliver,1993)、機構對於照相產品再度購買、公司持續接受企業專業服務 (Patterson, & Spreng,1997) 及民眾持續使用網路銀行 (Bhattacharjee,2001)。ECT主要架構及其相關性如圖2-4-1所示。



備註：t<sub>1</sub>=購買前；t<sub>2</sub>=購買後

圖 2-4-1 ECT 架構圖

資料來源：轉引自高睿環 (2002)

## (二) 持續涉入理論之要素

Kapferer and Laurent (1985) 認為持續涉入應包含一些面向，於是提出三個要素描述持續涉入：1.產品的重要性 (Importance)；2.由產品得到的愉悅與滿足 (Enjoyment/pleasure)；3.由產品得到自我表現 (Self-expression) 的知覺。在運動方面，持續涉入被稱之為一種正在進行中與與熱衷於身體性活動有關，而個人持續涉入於運動是根深蒂固的、有著強烈興趣、對運動著迷、並將運動是唯一一種嗜好 (Venkatraman, 1990)。

綜上所述，運動設施使用者所扮演的角色與消費者雷同，學生去使用運動設施時，必定有某方面與程度的期待與期望，並且希望得到滿足。因此，運動設施品質良好能使學生得到一定程度的滿足，並進一步激發學生繼續運動。

## 三、運動習慣與運動涉入之相關性

目前國人生活中沒有規律運動習慣的人口比率很高約佔75%，以先進國家—美國為例，其無規律運動者之人口比率為60%、青少年12-21歲無規律運動的人口則有50% (郭世傑、楊子孟、洪榮聰, 2003)，可顯示出我國無規律運動人口比率與美國相較仍有相當大的進步空間。

從教育部體育司 (2006) 調查可發現各級學校規律運動人口，每週至少運動三次的比例僅達39.5%，其中國小為52.9%、國中37.5%、高中25.4 %、大專20.9%，有學齡越高則規律運動人口比率有降低的趨勢。隨著教育部多元化入學方案的具體做法，使學生自由運用的時間增多，但是，高中學生在課後選擇運動做為休閒活動的卻只有30%左右 (林曉薇, 2003)。再者，從蔣益生 (2004) 研究發現學童參與運動休閒的阻礙因素包括沒有運動休閒習慣、課業壓力、時間不夠、沒有同伴、場地不夠、設備不佳、缺乏器材、缺乏運動技能、缺乏指導人員、運動休閒資訊不足等。

此外，翁敏哲、林章榜 (2007) 研究指出早期 (國小及國中階段) 運動參與的程度能有效預測學生畢業後 (高中) 運動的涉入程度。且Curis and Mcteer (1999) 研究也指出學生階段的運動涉入程度能有效預測成人階段的運動涉入程度，換言之，兒童若從小就能夠養成良好的運動習慣，往後持續運動的機率可能較高。

另一方面，宋孟遠 (2001) 曾指出大多數人在離開學校之後，就不再從事規

律運動，究其原因為在學校求學的過程中未能利用體育課培養屬於自己喜歡且能勝任的終生運動。然而在教導學生瞭解促進健康的方法，就是擁有健康的身體與保持良好的體適能，而要有良好的體適能，就需培養規律運動的習慣（教育部，2001）。

就Houston and Rothchild (1997) 對持續涉入之本質與余瑩瑛（2003）所提出運動習慣之定義來看，可顯示出有運動習慣者其平日參與運動之頻率、時間等較高；與運動涉入程高者對於運動所產生的持續性關切性與參與頻率較高，此兩者具有相關性。因而本研究認為平常有運動習慣的學生，對於運動相關事項會產生，如參與、觀賞或關心等行為表現，此即為持續涉入之現象，換言之運動習慣與運動涉入有其相關性。

### 第三節 運動場館服務品質相關理論與滿意度之研究

大學體育課程是一般青年學子們踏入社會之前，培養運動習慣及健康與體適能促進的最後階段。就學校體育設施管理來看，在校園內，運動設施是實現學校體育的基本要素之一，學生若能對其學校內的運動場地設施感到滿意將會影響學生再修習體育課的意願。如此，學生將會有更多的機會接觸運動場地設施，對於培養規律的運動習慣有莫大的幫助。

#### 一、品質定義與衡量構面

Garvin (1984) 以內部失敗(Internal Failure) 及外部失敗(External Failure)來衡量產品的品質。內部失敗指的是在產品離開工廠前檢查出的瑕疵；外部失敗指的是在產品離開工廠及安裝後所發生的瑕疵。Holbrook and Corfman (1985)曾對機械定義上的品質 (Mechanistic) 和人性定義上的品質(Humanistic) 作出區別，前者指一事物客觀上的外觀或是特徵，後者則牽涉人們對物品的主觀回應，是一種會因判斷的不同而呈現的結果。Juran (1988) 提出將產品品質定義為「適合使用」之產品，以及Zeithaml (1988) 提到品質是消費者的主觀判斷，品質認知乃消費者對一產品整體優勢性的評估。

品質認知也可以解釋為消費者在有意義的個人或是情境變數之下，有意識或無意識地處理一些與品質屬性相關的線索，進而影響其選擇的產品，此一價值

的判斷，即為品質認知。Bhuiyan (1997)在其研究中，對產品認知品質的定義為「消費者對產品規格一致性的判斷」及「消費者對附加於產品性能上的優越價值做評價」。因此我們不難發現，產品認知品質是一種消費者對於產品評估的一種主觀認定。

從Sebastianelli and Tamimi (2002) 參考Garvin 之產品績效、特性、可靠性、一致性、耐久性、可服務性、美觀度，以及知覺品質等八大構面來衡量產品品質。Wang, Lo and Hui (2003) 以產品便利性、產品可得性與整體產品品質來衡量產品品質。Agus (2005) 在探討全面品質管理、產品品質績效與商業績效之三者關係，其產品品質衡量仍依照Garvin之產品績效、特性、可靠性、一致性、耐久性、可服務性、美觀度以及知覺品質等八大構面。Kotler (2000) 曾提到消費者購買一項產品時，因為這產品對他們而言是有價值(Valuable)、流行(Fashion)、適合(Fitness)、方便取得(Convenience)與新鮮(Freshness)，因此這五項特性是產品的重要特性。錢紀明(2001)多數的運動行銷學者(如Sutton, Parrett, Mullin, Hardy等人)均同意以顧客導向為品質管理的重心。

## 二、消費者滿意度之定義及衡量構面

Cardozo (1965) 首先將顧客滿意度 (Customer Satisfaction; CS) 的概念引進至行銷學的領域，自此顧客滿意度開始成為一個正式的研究領域，陸續有許多的學者投入此領域的研究，然而學者對於「消費者滿意度」的定義仍有諸多看法。Howard and Sheth (1969) 認為滿意度是購買者對於犧牲其他選擇所獲得的適當或不適當報酬之認知狀態。而Woodside and Daly (1989) 提到消費者滿意度是一種消費型態的形成，並且是一種購後母體，以期反映出消費者在經驗後喜歡或不喜歡的程度表現。此外，Oliver (1981) 說明滿意度乃是在產品獲得消費經驗中驚訝之評價，它是一種不配合期望的情緒與先前消費經驗的感覺同時存在時，產生之綜合心理狀態。以下為各學者之見解，如表2-3-1所示。

表2-3-1 消費者滿意度定義一覽表

學者	消費者滿意度定義
Howard & Sheth (1969)	消費者對其購買產品的付出所獲得的報酬是否達到滿足的心理狀態。
Oliver (1981)	決定於顧客所預期的產品利益之實現程度，反映出預期與實際結果的一致性程度。
Woodside & Daly (1989)	消費者滿意度是一種消費型態的形成，以期反映出消費者在經驗後喜歡或不喜歡的程度表現。
Peter & Olson (1999)	顧客購買前的預期被實現或超過的程度。
Kotler (1999)	顧客滿意是一個人所感覺的愉悅程度高低，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。
Kotler (2000)	滿意度是指一個人所感覺的程度高低。 如果功能性遠不如所期望，則顧客將感到不滿意；如果功能性符合期望，則顧客感到滿意；如果功能性遠超過期望，則顧客有高度的滿意水準。
Gerpott, Rams & Schindler (2001)	顧客滿意指服務提供者滿足顧客所預期的對待。

資料來源：本研究整理。

顧客滿意度是一個複雜的概念，其本質呈多元化現象，故衡量方式各有不同，一般衡量方式分為「整體性衡量」與「多重項目衡量」兩種，茲將分別說明如下（江依芳，2004）：

（一）整體性衡量：是衡量消費者對產品的整體使用結果，視為一個整體性的評估。Czepiel (1974) 認為消費者滿意度可被視為一整體性的評估反應，而此一整體性的反應即代表了消費者對產品不同屬性的主觀反應之總和；另外，Day (1988) 亦認為衡量消費者對產品的使用結果(Outcome)，僅以單一整體滿意度進行衡量即可。例如林育璋（2003）台中20號倉庫服務品質與參觀者滿意度之研究；陳進丁（2004）固網通信服務品質之顧客滿意度、後續行為研究；林苑地（2004）主題樂園遊樂品質評量指標建立及遊樂滿意度評量模式發展之研究等，即以單一整體滿意度衡量受訪者的滿意程度。

(二) 多重項目衡量：是指針對產品或服務各屬性的滿意程度分別加以衡量，再予以加總。Singh (1991) 從服務行銷、社會心理學和組織理論中發現，滿意度是一種多重構面，也就是以多重項目針對產品各屬性績效之滿意度加以衡量。例如丁國璽 (2003) 影響飯店業服務品質因素之研究；廖榮聰 (2003) 民宿旅客投宿體驗之研究等，即以多重項目衡量滿意程度，各項目總合為受訪者的整體滿意度。

而Fecikova (2004) 認為顧客滿意度的衡量能使企業明確瞭解市場上的消費趨勢，同時也是獲得獲利的重要利器。至於顧客滿意度衡量項目有以下方式：

#### (一) 單一項目(Single-Item)

Czepiel and Rosenberg (1977) 認為顧客滿意程度可被視為一整體性的評估反應，而此一整體性反應代表了顧客對產品不同屬性的主觀反應之總和。換言之，即以「整體產品滿意程度」(Overall Satisfaction) 作為顧客滿意度的衡量項目。

#### (二) 多重項目(Multiple-Items)

Handy and Pfaff (1975) 並不贊同以單一的「整體產品滿意程度」作為衡量顧客滿意程度是最佳的方式，Handy and Pfaff (1975) 認為此種衡量方式會使顧客在面臨複雜的情況下，作出立即的與不嚴謹的反應，並因此而喪失許多重要的資訊。

以下根據各學者之研究彙整出顧客滿意度之衡量構面，如表2-3-2所示。

表2-3-2 顧客滿意度之衡量構面一覽表

學者	顧客滿意度衡量構面
Czepiel & Rosenberg (1977)	整體滿意度
Gronholdt, Martensen & Kristensen (2000)	整體滿意度
Host & Knie-Andersen (2004)	整體滿意度
Ostrom & Iacobucci (1995)	(1)產品價格 (2)服務效率 (3)服務態度 (4)整體表現
Nicholls, Gilbert & Roslow (1998)	(1)人員服務 (2)服務環境
Maxham (2001)	服務滿意度
Koo (2003)	產品滿意度
Babakus, Bienstock & Scotter (2004)	(1)整體滿意 (2)產品滿意 (3)服務滿意

資料來源：本研究整理。

### 三、品質與滿意度之相關研究

柯宜君(2000)對滿意度而言,知覺服務品質、知覺產品品質及知覺價格三者都具有相當重要的影響力。運用結構方程模式探討產品品質、服務品質、顧客滿意度、商店形象與顧客忠誠度之關係,產品品質顯著正向影響顧客滿意度(鄭凱若,2006)。然從陳美莉(2001)之研究可知,以台灣大學1,110名上體育課的大一至大四學生為研究對象,探討體育教學因素與教學滿意度的關係。結果發現:台灣大學生在體育教學的因素中,對「休閒樂趣」、「身體健康」、「社交聯誼」、「情緒放鬆」、「設備器材」及「場館維護」等變項的事前期望高於實際知覺,表示對這六個變項感到不滿意。其中「設備器材」及「場館維護」的落差達顯著水準。

再從江書良(2002)以台北縣2,936位國中生為研究對象,進行休閒運動參與傾向與場地設施關聯性的研究,獲得結論:(一)台北縣國中生休閒運動傾向與場地設施滿意度有相關;(二)台北縣國中生對場地設施滿意度在性別、年級、社團參與、學業成就、零用錢、學校區域等背景變項均有顯著的差異。而高士國(2002)抽樣台北市十所公立四、六年級國小學童700人進行問卷調查,經分析與討論,獲得以下結論:(一)不同年級的學童對學校運動場地的面積大小、數量多寡、配置、場地品質、活動空間、安全性、便利性、環境景觀等看法有顯著的差異;(二)愈高年級的學童愈不滿意學校運動場地現況。

### 四、品質與認同之相關研究

在各種行業中,服務品質皆是一項重要的企業成功因素。消費者追求良好的服務品質是永不改變的道理,品質是所有潛在服務構面中使消費者感到滿意的重要概念(Taylor & Baker, 1994)。由上述文獻,可得知業者在服務品質上加強,可影響消費者滿意度的提昇,以獲得消費者對餐廳的認同(陳怡均、李明聰, 2007)。在從Rodgers et al. (2005)在網路消費態度與滿意度研究中,發現網路購物經驗較豐富的消費者,對於網站品質因素所帶來的滿意度認同與忠誠度,會比較缺乏網路購物經驗的消費者感受更為強烈。

綜上所述,可知滿意度的高低是根據消費者實際感受產品品質或服務價值差距的程度,當產品或服務與消費者心中的價值較為接近時,則滿意度較高;反之,當產品或服務較不符合消費者心中的評判標準時,則滿意度偏低。再者,產品品質也會影響消費者認同感與忠誠度。

## 第四節 運動涉入相關理論之研究

### 一、運動涉入之定義

#### (一) 「涉入」定義

Blackwell, Miniard and Engel (2001) 認為涉入是個體在特定情境下，因刺激引發出的感受重要性和興趣的強度（廖文正，2003）。Sherif及Cantril在1947年為了衡量個人的態度，根據社會判斷理論（Social Judge Theory）而提出涉入的概念。涉入（Involvement）簡而言之係指個人對於標的物所感受到的相關程度，或者可說是某特定情境下，由某一刺激所激發而知覺到個人興趣的水準。Solomon (2002) 認為涉入是指「特定情況下，刺激所引起的對個人重要性或興趣認知」，可發現涉入均強調顧客對事物的主觀知覺。

楊文壽（2001）綜合整理國外學者對於涉入定義之解釋如表2-4-1。

表2-4-1 涉入定義一覽表

學者	涉入定義
Krugman (1965)	每分鐘訊息接受者，說服性刺激（persuasive stimulus）內容與自我生活建立連結的次數。
Howard & Sheth (1969)	涉入是個人需求與興趣所決定。
Hupfer & Gardner (1971)	涉入是個人對於事件保持某一種程度的興趣與關心，而無須考慮特別的立場。
Houston & Rothschild (1978)	涉入是從個人層級需求的價值觀所衍生的需求狀態。
Bettman (1979)	涉入是以收集資料為考慮變數、以作為涉入程度的衡量指標。
Mitchell (1981)	涉入是描述個人的覺醒、興趣或是某一種程度的興趣與關心，而無須考慮特別的立場。
Cacioppo & Petty (1983)	涉入是與個人攸關或能引起個人較多連結的程度。
Park & Mittal (1985)	涉入是個人對目標導向的激發容量。
Swinyard & Willoam (1993)	涉入是個人切身相關的程度，會影響消費者接受與處理訊息。

資料來源：楊文壽（2001）。行動電話手機消費者之涉入程度及購買決策相關因素之關連性研究。未出版碩士論文，國立交通大學，新竹。

## (二) 「運動涉入」定義

綜觀上述各定義得知，涉入程度與自身的興趣與攸關程度有著密切關係，並且是消費者對於某一特定目標或目的的意向心理狀態。在不同的涉入程度下，消費者會有不同的態度形成方式和不同程度的決策行為，因此不同的涉入程度有可能影響最終的消費行為。本研究以Solomon (2002) 與Blackwell et al. (2001) 對於涉入之定義，加以延伸探討「運動涉入」，並將運動涉入定義為「個體對某運動項目所感到有趣、重要性、關聯性與引起興趣時，稱之為運動涉入」。

## 二、涉入分類及影響因素

### (一) 涉入分類

涉入從本質來分類，Houston and Rothchild (1977) 認為以本質而言涉入可分為：

- 1.情境涉入(Situational Involvement)：情境涉入的起因是外在的，係指個人在特殊情境下對事物或物的短暫，而產品的價格、品質及推廣方式都可以決定情境涉入的高低。
- 2.持續涉入(Enduring Involvement)：持續涉入係指由於個人內在的原因，產生對事或物的持續性關切，經常使用該產品或活動參與頻率高者，會有較高的涉入。
- 3.反應涉入(Response Involvement)：反應涉入係指情境涉入與持續涉入結合所產生，對某事物的心理狀態。

### (二) 影響涉入程度之因素

- 1.個人因素：當決策結果會直接影響個人時，涉入程度會較高。例如：消費者購買運動產品時，傾向高度的涉入決策，因為運動產品品質及價格會影響消費者購後的使用滿意度。
- 2.情境因素：情境涉入包括一些因素，如產品購買是自用或送人、獨自消費或與他人共同消費。情境涉入會隨時間而改變，當情境消失則涉入亦隨之降低。
- 3.產品因素：

若購買與使用產品具有認知風險（如身體傷害風險、自我形象的負面影響）時，產品或品牌也會產生涉入。

### 三、涉入程度與滿意度相關之研究

綜觀來看，涉入程度是消費者本身對於某種事物或需求，感到興趣或攸關的程度，且多是個人的認知刺激與情境影響，兩者所構成的，而在不同的涉入程度下，消費者會有不同的訊息處理方法、不同的態度形成方式和不同程度的情報蒐集與購買決策行為等現象產生。陸運嫻（2004）提到了涉入程度會因為影響消費者的評量標準，進而影響到消費者對滿意度的衡量，因此涉入程度與滿意度有著密不可分的關係。賴昇宏（2006）研究發現UBA（University basketball Association）現場觀眾的滿意度會因為涉入程度的不同而有差異存在，且結果研究顯示「高涉入」族群的滿意度明顯比「低涉入」族群來得高。

林衢良（2004）提及涉入程度會對消費者滿意度的評量結果造成影響，並且發現高涉入程度與低涉入程度消費者兩者之間的消費行為有著顯著差異。李孟陵（2003）研究中指出，高涉入程度消費者在消費者滿意度各個量構面中，高涉入程度消費者滿意度都明顯高於低涉入程度消費者。陳彥豪（2004）針對職棒球迷涉入程度、球隊認同、參與滿意度與球迷忠誠度之關聯探討之相關研究發現，球迷涉入程度對參與滿意度與球迷忠誠度具正向顯著關係。胡家欣（2000）大學生的休閒活動涉入程度屬於中高程度，所呈現的休閒滿意度則是中度滿意。

綜上所述，可得知涉入程度會影響消費者心中的衡量標準，也同時影響消費者對滿意度的衡量。各情境涉入程度高低對消費者滿意度是有相關性且顯著差異；因此為使消費者保持對某產品之滿意度，須讓他們對某產品有高涉入程度。

### 四、涉入程度與品質之相關研究

Laurent and Kapferer（1985）認為不特定指出涉入類型時，涉入是由多構面組合而成，涉入包括了愉悅價值、符號價值、興趣與知覺風險等四個構面。當消費者在評估產品屬性時，即對產品有了涉入性，進而會對產品可能產生的不確定後果感到不安，亦即產生了知覺上的風險（Chaudhuri, 2000）。高涉入消費者會較有興趣獲得有關產品的資訊，也會傾向評估各項競爭方案（Zaichkowsky, 1985）。也就是說消費者涉入程度較高，了解較多，在評估知覺風險時受到服務品質的影響較低，反之則較高。陸運嫻（2004）於「產品涉入程度、滿意度與再購行為之相關性」之研究中，發現產品涉入程度會直接影響人員與實體設備服務接觸，其會影響消費者的態度，且對滿意度有間接之影響效果，因此產品涉入之程度相對於服務品質也會有影響的效果。

由上述文獻可得知，當消費者在評估產品屬性時，即是對產品有了涉入性，涉入程度越高會較有興趣獲得相關訊息，並且傾向作比較，因此了解較多，所受到服務品質的影響較低，反之則較高。

## 第五節 學校認同相關理論之研究

在教育市場競爭日趨激烈的時代中，學校要能永續經營必須要開始以學生的需求為思考重點。有學者認為學生是學校的顧客，學校的責任在提供高水準的教育品質，滿足學生的需求 (Guolla, 1999)。因此若能滿足學生之需求，則進而能讓學生對學校產生認同。本節就運動場館使用滿意度與學校認同之相關性闡述之。

### 一、認同定義

若將學校此一單位視為一組織而言，即可對其定義。「組織認同」的概念最早由社會認同理論而來，社會認同理論的定義由Tajfel (1974) 所提出，乃是指個人在對於所屬的社會團體有所認識和了解後，形成概念的一部分，以及本身對自己在團體內的價值所做出的評定 (Knippenberg & Schie, 2000)。對大多數人而言，能否將自己歸屬於某一個組織、品牌、團體或專業，並具備該一特定歸屬認定所代表的意義，往往勝過個人對自己所具有的性別、年齡或國籍等類別的認定 (徐瑋伶、鄭伯璫, 2002)。在Bhattacharya and Sen (2003) 研究中，消費者對於公司的認同，而該認同的產生則是由於公司幫助消費者滿足了一個或多個重要的自我定義需求。

自1963年以來，至少有七種定義用來界定組織認同在這些不同的定義中，似乎可以看到有兩個潛在相通的概念存於其中，一個是認同具有歸屬 (Belong) 的感覺，另一個則是認同與自我概念有關。其中，Mael and Asforth (1989, 1992) 的定義較為周延，同時涵蓋了此兩種概念。組織認同之發展理論，可從社會認同理論來推演得知。就社會認同理論 (Social Identity Theory; SIT) 中認為社會認同乃是一群一致性觀感看法，社會認同起源於對團體特色、團體名聲、及團體結合之分類，社會認同將導致認同的具體化，且協助團體間之認同感，並強化團體形成前的認同感。而根據社會認同理論，個人的自我概念乃是由個人認同及社會認同所構成，此兩種認同會在各種情況下對個人產生影響。社會認同理論 (SIM) 提出了四項增加個人對組織認同的指標 (Mael & Ashforth, 1989)：

- (一) 價值在相類似的團體中是較明顯的。
- (二) 組織的名聲，Mael (1989) 發現認同組織的名聲會去影響對組織的認同。
- (三) 認同似乎牽涉到外團體的特色，外團體特色的形成會影響團體內部的認同。
- (四) 組織形成的因素也會影響到認同。

從Patchen (1970) 研究所提組織認同廣泛的概念包括：

- (一) 個人知覺到自己與其他員工共有的特質
- (二) 個人與組織團結在一起的程度
- (三) 個人對組織支持的程度

而徐瑋伶、鄭伯勳 (2002) 提出一個概念模式，來說明組織認同發生的原因，其強調基於個體的自尊、愛或歸屬等需求，人們會透過分類、歸屬與依附的歷程，建立自己與組織間之關係。在此一關係建立的過程中，人們的自我概念會與其所知覺的組織認定發生關聯或連結，當其所知覺的組織認定優於或恰恰好符合個體自我概念之原有成份時，自我強化、自我區辨或自我延續性會因而產生，並進而產生真正認同，形成安全的依附關係，而對組織產生正面的情感或情緒。

就張桂芳 (1995) 則認為組織認同是個人對機關組織的認同程度，也就是組織成員願意接納組織的目標與價值，並對組織產生休戚與共、牽連及忠誠的意願 (陳淑錦, 2001)。而李總續 (2001) 則提出當成員受組織吸引，在不知不覺中，心理接受所服務組織的價值模式，使自己覺得隸屬於該組織，並珍惜這樣的一個地位，這就是組織認同。本文即整理相關學者對於認同所定義之內容整理如表2-5-1。

表2-5-1 認同定義一覽表

學者	定義
Brown (1969)	認同是一種自我定義的過程。
Patchen (1970)	認同是與其他成員共享目標或經驗，有團結及身為組織一份子的感覺。
Mael & Ashforth (1989, 1992)	人們以組織成員的身分定義自我 (self) 的一種狀態，或是一種屬於群體的知覺。
張桂芳 (1995)	認為組織認同是個人對機關組織的認同程度。

表2-5-1 (續)

學者	定義
陳淑錦 (2001)	組織成員願意接納組織的目標與價值，並對組織產生休戚與共、牽連及忠誠的意願。
李總續 (2001)	當成員受組織吸引，在不知不覺中，心理接受所服務組織的價值模式，使自己覺得隸屬於該組織。
Bhattacharya & Sen (2003)	認同的產生則是由於公司幫助消費者滿足了一個或多個重要的自我定義需求。

資料來源：本研究整理。

## 二、認同內容

Wan-Huggins (1998) 將組織認同視為個體與組織間的連結包含下列三點意義：

(一) 個人認同一個組織主要是為了加強個人自尊，因此，組織內的其他成員若能夠加強個人的自我概念，則其便會認同該組織。

(二) 將組織認同視為一種認知上的連結可使得其概念與其他概念有所區分，特別是組織認同與內化的概念。內化是個人為了維持與組織中其他成員的關係，接受組織的價值和態度；組織認同則是個人結合了組織中成員的態度和價值。簡而言之，內化是個人接受了組織的價值而成為自己的價值，組織認同則是個人在組織中對組織的價值有所認知及接受，而不是採用自己的價值。

(三) 將組織認同視為個人與組織的連結意味著個體將會評估組織其他的意義。大體上，個人對組織會有不同的評價，因此個人對組織的認同度就有所不同。因此可運用組織認同的概念解釋個人與組織內外的行為。

梁雙蓮 (1984) 所提出的組織認同構面為研究構面，其所代表的內容為：

(一) 休戚感 (Cohesion)：成員接納組織目標、介入並關注組織工作，自覺與組織融為一體，並分享組織的榮辱與成敗。

(二) 牽連感 (Involvement)：成員經常參與組織活動，視組織工作為生活的一部份，自認在組織居重要角色。

(三) 忠誠感 (Loyalty)：成員被組織吸引，自認與組織目標一致，對組織盡

忠職守，並願為組織目標努力奉獻。

(四) 疏離感 (Alienation)：成員自認在組織中人際關係不和諧，疏離工作無力感，不信任他人，自拒於人，對組織冷淡，缺乏凝聚力。

就Patchen (1970) 提出組織認同，即建構出組織認同的操作性架構，其認為組織認同是由三個構面，交錯編織而成的現象，分別為：

(一) 相似性 (Similarity)：該成員特質與組織有高度的相似性，或與其他成員有共享目標或經驗。

(二) 成員身分 (Membership)：該成員有與組織休戚與共、團結一致的情感，並對組織擁有強烈的歸屬感，以身為組織內部成員的一份子為榮。

(三) 忠誠 (Loyalty)：組織成員彼此互相支持與彼此忠誠，而對組織具有忠誠度的員工，會熱衷於組織目標的達成，因此可解釋為組織支持的效果。

### 三、涉入程度、滿意度與學校認同之相關性

就學校而言，學生為學校組織成員一份子，學校要如何提升學生對於學校之認同感，進而支持或忠誠於學校，將會使各學校在整體運作上更加順暢。從李昆衛 (2004) 研究發現內部顧客滿意與組織認同之間呈現正向的關係。所以學生對學校的滿意程度高時，不論是在學校整體或其他方面，其對學校的認同也相對地較高。又從Galen, Dean and Janet (2005) 在消費者滿意度與認同理論中，提出關於運動觀眾忠誠度的模型，探討球迷在預期滿意或預期不滿意、情緒、自尊、球隊認同與其忠誠度間的關係。球迷忠誠度是基於對球賽的滿足或是認同感，就行銷的觀點而言，觀眾的自尊會影響其對球隊的忠誠度，進而影響到對未來球賽的參與與球隊商品的購買。另外，Arnett and Laverie (2000) 也發現當球迷對於所支持球隊擁有較高認同感時，對其球隊相關產品、服務或球賽的再購意願與支持行為都將會被加強。林心晨 (2004) 球迷對棒球領域涉入程度與球隊認同的關係呈現正面顯著效果。從陳薇先、邵于玲 (2006) 「2004 ING台北國際馬拉松參賽者涉入程度、滿意度及再參加意願之研究」發現，參賽者涉入程度越高則對滿意度影響越大，故提升參賽者對賽會認同感進其涉入程度與在參與意願，將是舉辦賽會之重要關鍵。

綜上所述，可得知涉入程度、滿意度及認同感彼此間息息相關，過去參與賽會的經驗會影響到對未來比賽的參與、消費行為與商品的再購意願。因此可發現學生運動涉入、場館滿意度與學校認同度之間有其相關性存在。

## 第六節 研究假設

根據研究問題，本研究提出以下研究假設：

**假設 H1：大學生校內運動場館使用情形有顯著差異。**

**假設 H2：大學生運動習慣與運動涉入有顯著差異。**

**假設 H3：大學生運動涉入對整體滿意度有直接的影響，並透過運動場館服務品質產生間接的影響。**

此一假設有三個次假設所組成：

假設 H3A：大學生運動涉入對整體滿意度產生正向影響。

假設 H3B：大學生運動涉入對運動場館服務品質產生正向影響。

假設 H3C：學校運動場館服務品質對整體滿意度產生正向影響

**假設 H4：大學生運動涉入對學校認同造有直接的影響，並透過運動場館服務品質產生及整體滿意度造成間接的影響。**

此一假設包含 H1C 及三個次假設所組成：

假設 H4A：大學生運動涉入對學校認同有直接的影響。

假設 H4B：學校運動場館服務品質對學校認同產生正向影響。

假設 H4C：整體滿意度對學校認同產生正向影響。

### 第三章 研究方法與設計

本章為本研究之方法與設計，共分五節。第一節為研究架構與流程；第二節為研究範圍與對象；第三節為研究工具；第四節為資料收集與分析方法；第五節為研究限制。

#### 第一節 研究架構與流程

##### 一、研究架構

為完成本研究之目的，本研究架構如圖 3-1-1 所示。

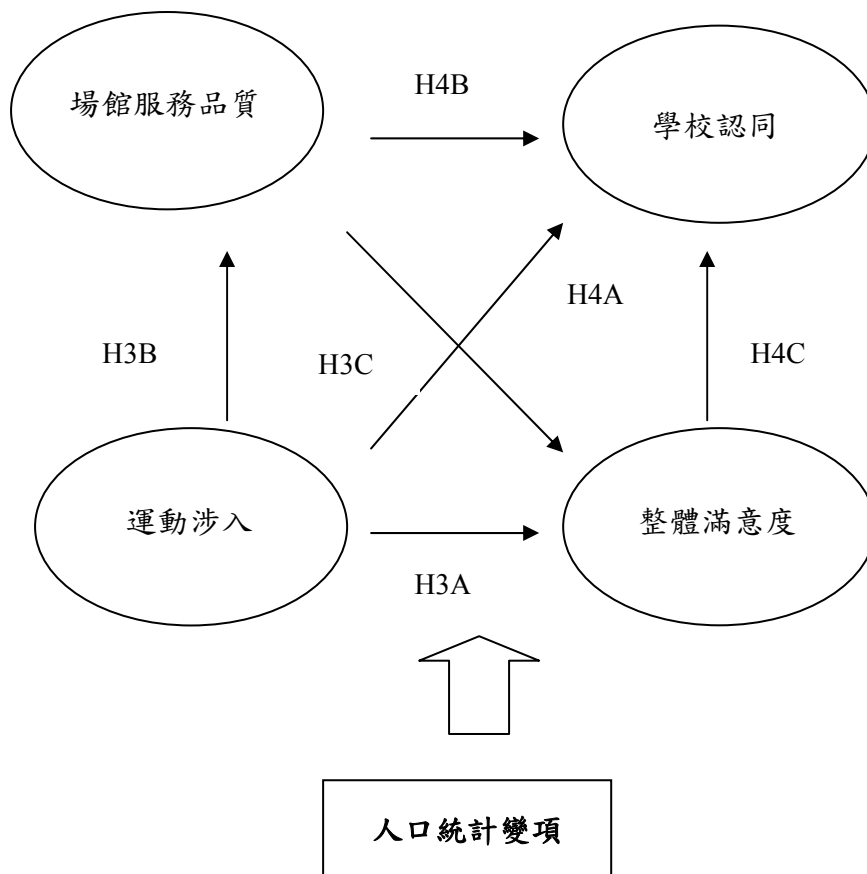


圖 3-1-1 研究架構圖

## 二、研究流程

以下謹以圖 3-1-2 呈現研究流程：

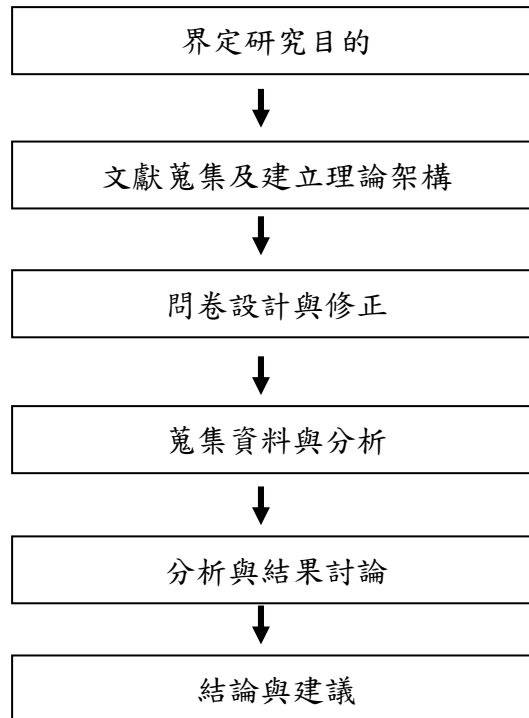


圖 3-1-2 研究流程圖

## 第二節 研究範圍與對象

### 一、研究範圍

本研究以台中地區設有運動場館之大專校院的學生為研究對象，探討大學生對運動涉入、場館設施品質、滿意度與學校認同之關係，其他地區之大專校院學生不包含在本研究範圍之內。

### 二、研究對象

本研究目的為探討台中地區大專校院之運動場館設施品質，並以學生使用運動場館滿意度之概念，加以比較分析學生運動涉入程度，最後再分析是否會影響學生對學校認同。台中市以台中教育大學、台灣體育大學、台中技術學院、中興大學、東海大學、逢甲大學、僑光技術學院及嶺東科技大學，及台中縣勤益科技大學、靜宜大學、弘光科技大學、朝陽科技大學、亞洲大學此 13 所大專校院學生為研究對象；其中台中護理專科學校、中山醫學大學、中台科技大學、修平技術學院、中國醫藥大學，前述 5 所學校因未設置運動場館，故此 5 所學校學生不列入研究對象。

## 第三節 研究工具

本研究之調查工具為問卷，共分為五個部份；第一部分為「基本資料」，內容除了解運動習慣也包含了性別、生活費、身體狀況、是否喜歡校內運動場館及場館服務品質是否影響運動意願。第二部分是「運動涉入量表」，第三部分是「場館服務品質量表」，第四部分「整體滿意度量表」，第五部分則是「學校認同量表」。

本研究問卷編制以蒐集、彙整先前研究並選擇與本研究較為相關之問卷作為參考，挑選其中題目搭配自行研擬之相關問題並確定後再施行預試。預試問卷回收後，以 SPSS12.0 統計套裝軟體進行資料建檔與統計分析，以編制完成正式問卷，並確定採用之資料分析方法。以下則詳述預試與各分量表的編製過程，最後

則為預試研究的結果以做為正是研究的參考。

## 一、預試

本研究以 196 名大學生為預試對象，採便利抽樣方式，在 2008 年 2 月份至弘光科技大學、亞洲大學及台灣體育大學進行問卷發放，共發出 250 份，問卷回收 218 份，剔除無效及作答不完整者，有效問卷共計 196 份，有效回收率為 78%。

預試問卷所需樣本大小根據張紹勳（2004）提出之建議，研究變數的個數越多時，所需的樣本就要越大，通常所需的樣本至少要為變數個數的五倍。因此，本研究預試問卷最多題項的場館服務品質量表共有 24 題，因此本研究預試對象必須達 120 人以上，有效回收 196 份已達此標準。

將預試問卷編碼輸入後，依據（1）項目分析：以獨立樣本 t 檢定逐題進行高低分組（27%）之平均數差異比較，刪除差異值未達.05 顯著水準之題項；（2）因素分析：以主成份分析法並配合最大變異法行正交轉軸，抽取特徵值大於 1 的因素且剔除轉軸後因素負荷量低於 0.5 者，做為選題標準。

## 二、運動涉入量表

本量表是採用張良漢（2006）所編制的活動涉入量表修改而成。原量表題項共有十四題，分為吸引性、中心性及自我表現三個構面。為顯示運動涉入獨特性，故修改部分選項題目，並在語意上加以修飾以其受試者能清楚題目內涵進而確實填答，修改過後分為「吸引性」及「自我表現」兩個構面。量表採用「李克特五分量表」（R. Likert），依據受試者在每個題項所填答案給分，選填非常不同意給 1 分，選填不同意給 2 分，選填沒意見給 3 分，選填同意給 4 分，選填非常同意給 5 分。將各因素的題目之分數加總後平均，分數越高者，代表該因素重視程度越高。本分量表經預試後，以項目分析了解各題項之鑑別度，以因素分析考驗量表之建構效度，並進行分析量表各層面的信效度考驗。

### （一）項目分析

本表經預試後，以 t 檢定逐題進行高低分組（27%）之平均數差異比較，保留差異值達.05 顯著水準的題項。所有題項皆達.05 之顯著差異水準，故全部予以保留。詳細結果見表 3-3-1。

表3-3-1 運動涉入量表項目分析摘要表

題項	顯著性	t值
重要的	.985	10.05***
很開心的	.181	10.47***
很有趣	.630	13.07***
很愉快	.216	11.91***
喜愛運動	.832	13.84***
生活中佔很大部分	.868	12.47***
扮演重要角色	.036	15.89***
佔有中心的地位	.316	3.99***
討論體育活動	.001	11.81***
朋友和運動有關	.033	9.84***
表現自己	.003	13.82***
侃侃而談	.349	12.52***
運動態度反應個性	.802	9.12***
運動時樂於他人看見	.564	12.00***

註：\* $p < 0.1$ ；\*\* $p < 0.05$ ；\*\*\* $p < 0.001$

## (二) 因素分析

項目分析完後進行因素分析，KMO為.900 > 0.5，表示宜進行因素分析，此外Barlett's球形考驗的 $p < .001$ ，達顯著差異水準，故此分量表適合用因素分析來了解其構面，且總解釋變異量為66.319%。又因為第八題「佔有中心的地位」共同性萃取僅有0.21，故此題刪除。再次進行因素分析，KMO為.900 > 0.5，總解釋變異量為70.572%。所保留題目之詳細結果見表3-3-2。

表3-3-2運動涉入量表因素分析摘要表

因素名	題目內容	運動知覺	重要性	共同性
吸引力	重要的	.856		.777
	很開心的	.899		.859
	很有趣	.899		.879
	很愉快	.748		.702
	喜愛運動	.640		.681
	運動態度反應個性	.620		.565
自我表現	生活中佔很大部分		.816	.689
	扮演重要角色		.734	.751
	討論體育活動		.704	.606
	朋友和運動有關		.778	.623
	表現自己		.665	.705
	侃侃而談		.744	.733
	運動時樂於他人看見		.594	.605

### (三) 信度分析

由信度考驗報表可以發現總分量表的 $\alpha$ 係數為.9443，代表此量表信度優（如表3-3-3所示）。

表3-3-3 運動涉入量表信度分析摘要表

量表	題目內容	刪除該題項 Cronbach's $\alpha$	總分量表
運動涉入	運動對我而言是重要的	.9404	.9443
	參與運動是一件很開心的事情	.9390	
	運動很有趣	.9380	
	運動很愉快	.9391	
	我非常喜愛運動	.9382	
	在我生活中運動佔很大的部分	.9429	
	在我生活中運動扮演重要的角色	.9376	
	我喜歡和朋友討論體育活動	.9415	
	我有許多的朋友都和運動有關	.9444	

(續下頁)

表 3-3-3 (續)

量表	題目內容	刪除該題項 Cronbach's $\alpha$	總分量表
	運動能夠真實表現自己	.9380	
	看到別人參與運動我可以侃侃而談	.9383	
	一個人對運動的態度可以反應出他的個性	.9400	
	當我運動時，我樂於其他人可以看見	.9411	

### 三、場館服務品質量表

本量表是採用張良漢（2006）所修正自 P.Z.B（1998）所編制的服務品質量表修改而成。原量表共有題項二十二題，將原量表搭配運動場館特性，修改部分選項題目，並在語意上加以修飾以其受試者能清楚題目內涵進而確實填答，修改過後分為「可靠性」、「有形性」、「關懷性」三個構面。

#### （一）項目分析

本表經預試後，以t檢定逐題進行高低分組（27%）之平均數差異比較，保留差異值達.05顯著水準的題項。所有題項皆達.05之顯著差異水準，故全部予以保留。詳細結果見表3-3-4。

表3-3-4 場館服務品質量表項目分析摘要表

題項	顯著性	t值
現代化設備	.063	9.19***
設施環境吸引人	.831	9.56***
服務親切	.392	9.03***
維護完善	.633	8.74***
及時完成	.473	9.45***
熱誠解決	.000	12.31***
感受完善服務	.002	12.11***
答應時間內提供服務	.112	10.66***
紀錄無誤	.785	8.38***
提醒同學	.649	9.73***

(續下頁)

表3-3-4 (續)

題項	顯著性	t值
適時提供服務	.512	13.86***
提供各項協助	.025	14.55***
快速反應及改進	.179	12.87***
讓同學信任	.038	14.01***
打球很安全	.168	11.83***
有禮貌	.000	12.70***
獲得學校適當支援	.001	14.03***
提供不同所需服務	.203	13.59***
給予關懷	.007	11.47***
清楚同學需求	.001	13.86***
放在心上	.000	14.19***
開放時間符合需求	.011	12.25***

註：\* $p < 0.1$ ；\*\* $p < 0.05$ ；\*\*\* $p < 0.001$

## (二) 因素分析

進行因素分析，KMO為.902 > 0.5，表示宜進行因素分析，此外Barlett's球形考驗的 $p < .001$ ，達顯著差異水準，故此分量表適合用因素分析來了解其構面，且總解釋變異量為72.598%。所保留題目之詳細結果見表3-3-5。

表3-3-5 場館服務品質量表因素分析摘要表

因素名	題目內容	可靠性	有形性	關懷性	共同性
可靠性	服務親切	.679			.691
	及時完成	.659			.642
有形性	設施環境吸引人		.736		.642
	維護完善		.651		.586
	紀錄無誤		.617		.618
	感受完善服務		.636		.642
	答應時間內提供服務		.737		.744
	熱誠解決		.626		.727

(續下頁)

表3-3-5 (續)

因素名	題目內容	可靠性	有形性	關懷性	共同性
關懷性	提醒同學			.789	.749
	適時提供服務			.800	.896
	提供各項協助			.753	.811
	快速反應及改進			.585	.727
	讓同學信任			.715	.787
	打球很安全			.751	.758
	有禮貌			.790	.763
	獲得學校適當支援			.762	.730
	提供不同所需服務			.710	.656
	給予關懷			.594	.720
	清楚同學需求			.619	.734
	放在心上			.561	.799
	開放時間符合需求			.701	.672

### (三) 信度分析

由信度考驗報表可以發現總分量表的Cronbach's  $\alpha$  係數為.9581, 代表此量表的信度優, 如表3-3-6所示。

表3-3-6 場館服務品質量表信度分析摘要表

題目內容		刪除該題項 Cronbach's $\alpha$	總分量表 Cronbach's $\alpha$
場 館 服 務 品 質	學校場館有現代化的設備	.9573	.9581
	學校場館的設施、環境吸引人	.9575	
	學校場館的員工穿著整齊、服務親切	.9569	
	學校場館的草皮維護相當完善	.9575	
	學校場館做出的承諾, 均會及時完成	.9570	
	當我遭遇問題時, 學校場館會熱誠的加以解決	.9555	
	我與學校場館第一次往來就能感受完善的服務	.9563	
	學校場館會於答應完成的時間內提供服務	.9561	
	學校場館的記錄無誤	.9569	
	學校場館會提醒同學服務何時開始	.9572	

表 3-3-6 (續)

題目內容	Cronbach's $\alpha$	總分量表
學校場館的人員會適時提供我適合的服務	.9554	
學校場館的人員很願意提供學生各項協助	.9557	
學校場館的人員對學生的抱怨快速反應及改進	.9555	
學校場館人員的行為能讓同學信任	.9554	
我覺得到學校場館打球很安全	.9562	
學校場館的人員對我很有禮貌	.9558	
學校場館的人員從事他們的工作時可以獲得學校適當的支援	.9561	
學校場館能針對不同的同學提供所需的服務	.9566	
學校場館的人員會給我關懷	.9554	
學校場館的人員很清楚我的需求	.9548	
學校場館會將我關心的事放在心上	.9543	
學校場館的開放時間均能符合同學需求	.9564	

#### 四、整體滿意度量表

本量表是採用李宗鴻(2002)所編制的大專校院運動場館學生滿意度量表修改而成。原量表共有題項 20 題，將原量表刪減且修改部分選項題目，並在語意上加以修飾以其受試者能清楚題目內涵進而確實填答，修改過後分為「滿意度」一個構面。

##### (一) 項目分析

本表經預試後，以 t 檢定逐題進行高低分組 (27%) 之平均數差異比較，保留差異值達 .05 顯著水準的題項。所有題項皆達 .05 之顯著差異水準，故全部予以保留。詳細結果見表 3-3-7。

表3-3-7 整體滿意度量表項目分析摘要表

題項	顯著性	t值
整體規劃感到滿意	.007	13.26***
保養與維護感到滿意	.032	14.54***
收費標準感到滿意	.000	11.61***
開放時間感到滿意	.000	12.57***
設施成效感到滿意	.192	14.37***

(續下頁)

表3-3-7 (續)

題項	顯著性	t值
服務態度感到滿意	.000	13.55***
專業能力感到滿意	.136	15.47***
解決問題能力感到滿意	.003	15.58***
設置殘障坡道感到滿意	.001	.13.96***
清潔情況感到滿意	.106	12.88***

註：\* $p < 0.1$ ；\*\* $p < 0.05$ ；\*\*\* $p < 0.001$

## (二) 因素分析

進行因素分析，KMO 為.878 > 0.5，表示宜進行因素分析，此外 Barlett's 球形考驗的  $p < .001$ ，達顯著差異水準，故此分量表適合用因素分析來了解其構面，且總解釋變異量為 61.813%。所保留題目之詳細結果見表 3-3-8。

表3-3-8 整體滿意度量表因素分析摘要表

因素名	題目內容	滿意度	共同性
滿意度	整體規劃感到滿意	.829	.610
	保養與維護感到滿意	.825	.681
	收費標準感到滿意	.814	.569
	開放時間感到滿意	.814	.616
	設施成效感到滿意	.799	.662
	服務態度感到滿意	.785	.663
	專業能力感到滿意	.781	.687
	解決問題能力感到滿意	.754	.638
	設置殘障坡道感到滿意	.735	.515
	清潔情況感到滿意	.718	.540

### (三) 信度分析

由信度考驗報表可以發現總分量表的 Cronbach's  $\alpha$  係數為.9288，代表此量表的信度優，如表 3-3-9 所示。

表3-3-9 整體滿意度量表信度分析摘要表

題目內容	Cronbach's $\alpha$	總分量表
滿意度	我對於學校運動場館的整體規劃感到滿意	.9222
	我對於學校場館運動場館的保養與維護感到滿意	.9192
	我對於學校所訂定的運動場館收費標準感到滿意	.9231
	我對於學校所訂定的開放使用的時間感到滿意	.9215
	我對於學校管理運動設施成效感到滿意	.9203
	我對於學校運動場館管理人員的服務態度感到滿意	.9198
	我對於學校運動場館管理人員的專業能力感到滿意	.9187
	我對於學校運動場館管理人員的解決問題的能力感到滿意	.9202
	我對於學校設置殘障坡道方便殘障學生參與運動感到滿意	.9258
	我對於學校運動場館的清潔情況感到滿意	.9241

### 五、學校認同量表

本量表是採用王瓊慧(2003)所編制的組織認同量表修改而成。原量表共有題項 9 題，將原量表刪減且修改部分選項題目，並在語意上加以修飾以期受試者能清楚題目內涵進而確實填答，修改過後分為「休戚感」與「忠誠度」兩個構面。

#### (一) 項目分析

本表經預試後，以t檢定逐題進行高低分組(27%)之平均數差異比較，保留差異值達.05顯著水準的題項。所有題項皆達.05之顯著差異水準，故全部予以保留。詳細結果見表3-3-10。

表3-3-10 學校認同量表項目分析摘要表

題項	顯著性	t值
1批評學校是一種侮辱	.249	12.38***
2如何看待我的學校感興趣	.584	9.88***
3學校成功也是我的成功	.639	9.82***
4注意有關學校的各項消息和活動	.000	12.75***
5付出額外心力	.309	9.47***
6告訴他人覺得光榮	.563	11.97***
7告訴他人學校很棒	.000	16.70***
8學校很照顧校內學生	.028	12.80***
9學校形象代表我自己	.800	10.84***
10我對學校具有忠誠	.285	11.79***
11滿意場館會增加學校認同	.558	9.67***
12校隊學生認同感比較高	.043	9.14***
13學校對我而言很有意義	.000	12.58***
14對學校情感勝過他校	.103	17.11***
15對學校具有強烈認同感	.000	19.72***
對學校及人有特殊情誼	.000	19.19***

註：\* $p < 0.1$ ；\*\* $p < 0.05$ ；\*\*\* $p < 0.001$

## (二) 因素分析

進行因素分析，KMO 為.903 > 0.5，表示宜進行因素分析，此外 Barlett's 球形考驗的  $p < .001$ ，達顯著差異水準，故此分量表適合用因素分析來了解其構面，且總解釋變異量為 68.401%。又第四題「注意有關學校的各項消息和活動」，因素負荷量  $< .5$ ，故刪除此題。再次進行因素分析，KMO 為.912，且總解釋變異量為 69.723%。所保留題目之詳細結果見表 3-3-11。

表3-3-11 學校認同量表因素分析摘要表

因素名	題目內容	休戚感	忠誠感	共同性
休戚感	校隊學生認同感比較高	.800		.733
	如何看待我的學校感興趣	.719		.676
	學校成功也是我的成功	.790		.739
	付出額外心力	.562		.536
	滿意場館會增加學校認同	.660		.657
	批評學校是一種侮辱	.818		.746
忠誠度	學校對我而言很有意義		.506	.557
	對學校情感勝過他校		.780	.779
	對學校具有強烈認同感		.824	.787
	對學校及人有特殊情誼		.795	.795
	告訴他人覺得光榮		.612	.853
	告訴他人學校很棒		.728	.732
	學校很照顧校內學生		.675	.656
	學校形象代表我自己		.756	.615
	我對學校具有忠誠		.637	.533

### (三) 信度分析

由信度考驗報表可以發現總分量表的 Cronbach's  $\alpha$  係數為.9370，代表此量表的信度優，如表 3-3-12 所示。

表3-3-12 學校認同量表信度分析摘要表

題目內容	Cronbach's $\alpha$	總分量表
學校 當有人批評我的學校時，我會覺得對我個人是一種侮辱	.9345	.9370
認同 我對於別人如何看待我的學校感到有興趣	.9346	
同 學校的成功也是我的成功	.9331	
我願意為了學校額外付出一些心力	.9337	
對於告訴別人我在這間學校就學，我覺得很光榮	.9304	
我會告訴他人我所就讀的學校是一間很棒的學校	.9300	

(續下頁)

表 3-3-12 (續)

	題目內容	Cronbach's $\alpha$	總分量表
學 校 認 同	我認為我所就讀的學校很照顧校內學生	.9312	.9370
	我認為學校的形象相當能夠代表我本人自己	.9341	
	我對於我所就讀的學校是具有忠誠度的	.9331	
	我認為對運動場館設施越滿意越可以增加我對學校的認同感	.9352	
	我認為運動代表隊學生對於學校認同感會比非代表隊學生高	.9377	
	學校對我而言很有意義	.9329	
	我對學校的情感勝過其他學校	.9302	
	我對學校有強烈的認同感	.9308	
	我對學校以及在這裡的人有特殊的情誼	.9296	

## 第四節 資料收集與分析方法

### 一、資料收集

由於本研究欲探討台中地區大學生運動涉入對學校認同之影響，調查樣本為台中地區有運動場館的大專校院學生，因此本研究乃採取分層隨機抽樣法，期能就此瞭解台中地區大學生部分全體的情形。本研究於2008年2月至3月之間進行問卷發放，共計發出600份，回收有效樣本為456份，有效回收率達76%。

### 二、分析方法

為配合研究架構與變數衡量尺度，本研究所採用的統計資料分析為描述性統計、信效度檢定、t檢定、單因子變異數分析及結構方程模式。統計方法分述如下所示。

(一) 內容效度：指量表「內容的適切性」，即量表內容是否涵蓋所要衡量的構念。內容效度可分為抽樣效度及表面效度，端賴專家主觀的評判(張紹勳，2004)。

(二) 信度檢定：信度是指一個測量工具包含「變數誤差」的程度，即是測量的可靠性，係指測量結果的一致性或穩定性(張紹勳，2004；邱浩政，2002)。Cuieford(1965)提出Cronbach's  $\alpha$ 值  $< 0.35$  為低信度， $0.35 \leq$  Cronbach's  $\alpha$ 值  $\leq 0.7$  則尚可，Cronbach's  $\alpha$ 值  $\geq 0.7$  屬於高信度。

(三) 描述性統計

用於樣本基本資料之分析，包含性別、就讀年級、運動次數、使用運動場館次數及運動習慣等。

(四) t考驗

用以檢定大專校院學生性別及身體狀況在運動涉入程度、運動習慣及場館使用滿意度之差異情形。

(五) 單因子變異數分析 (One -Way ANOVA)

用以檢定大專校院學生之運動次數、使用運動場館的次數及使用運動設施時間等在運動涉入程度、運動習慣及場館使用滿意度差異情形。

(六) SEM

結構方程模式 (structural equation modeling；SEM) 通常包括「測量模式」(measurement model) 與「結構模式」(structural model)，測量模式是觀察

變數（量表或問卷等測量工具所得的數據）與潛在變數（latent variable）（觀察變數間所形成的特質或抽象概念）之間的相互關係；而結構模式則是潛在變數與潛在變數間所形成的關係（吳明隆、涂金堂，2005）。本研究主要以結構模式分析來檢測研究架構模型，並驗證相關假設，確切衡量運動涉入程度、運動習慣、場館設施品質、場館使用滿意度與學校認同之模式適切性及線性結構關係。

（七）顯著水準訂為  $p < 0.05$

本研究中 $p$ 值小於0.05即視為達顯著水準，以進行群組間之差異性考驗。

## 第五節 研究限制

- 一、本研究方法為問卷調查法，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，僅能假設受試者全都能據實回答。
- 二、本研究對象為僅限於台中地區大專校院學生，故所得之結論不一定能推廣至其餘地區的大專校院學生。
- 三、受限於研究時間較短，故無法對台中縣市大專校院學生做一長期縱向系列調查。

## 第四章 研究分析結果與討論

本研究乃探討大學生運動涉入程度對學校認同之影響以場館服務品質及滿意度為中介機制，本章根據研究問題與假設，將資料分析結果分為四節加以討論。第一節為「台中地區大學生對校內運動場館之使用情形」，藉以了解研究對象人口背景變項與各分量表得分情形；第二節為「T檢定與單因子變異數分析」，藉以了解人口背景變項與各構面屬性之差異；第三節為「研究架構模型分析」，以AMOS統計方法驗證大學生對運動涉入、場館服務品質、滿意度及學校認同四者之間的線性結構模式；第四節則為「討論」針對實證結果加以討論並檢視研究假設。

### 第一節 台中地區大學生對校內運動場館之使用情形

本研究問卷調查時間為2008年2-3月間，以台中縣市具有校內運動場館大專院校之學生為對象，共發出600份，剔除無效問卷後，合計有效問卷數為456份，有效回收率達76%。

#### 一、樣本結構分析

問卷題項在人口背景變項與運動習慣部分共計13項，以描述性統計之次數分配表與百分比表示。研究對象之相關資料分布情形如表4-1-1。

表4-1-1 人口背景變項與運動習慣之統計變項摘要表

題項	類別	次數	百分比(%)
性別	男	143	31.4
	女	313	68.6
每月生活費用	3,000元以下	98	21.5
	3,001元-6,000元	264	57.9
	6,001元-9,000元	61	13.4
	9,001元以上	33	7.2

(續下頁)

表4-1-1 (續)

題項	類別	次數	百分比(%)
身體狀況是否適宜做運動	是	432	94.7
	否	24	5.3
平均每週運動次數	2次以下	320	70.0
	3-5次	124	27.2
	6-7次	12	2.6
是否有規律的運動習慣	是	146	32.2
	否	310	68.0
是否加入校隊	是	21	4.6
	否	435	95.4
是否有參加運動性社團	是	132	28.9
	否	324	71.1
每週使用場館次數	無	110	24.1
	1-2次	280	61.4
	3-4次	49	10.7
	5次以上	17	3.7
每次使用運動設施時間	30分鐘以下	142	31.1
	31-60分鐘	153	33.6
	61-90分鐘	94	20.6
	91-120分鐘	53	11.6
	121分鐘以上	14	3.1
運動時是否喜歡使用校內場館設施	是	355	77.9
	否	101	22.1
場館設施品質是否影響運動意願	是	417	91.4
	否	39	8.6

## (一) 性別

在抽樣對象之性別比例，男性共有143名，佔31.4%；女性共有313名，佔68.6%，顯示女性佔多數。

(二) 每月生活費用

抽樣對象之生活費每個月在3,000元以下的有98位，佔全體21.5%；在3,001元-6,000元共有264位，佔57.9%；在6,001元-9,000元共有61位，佔13.4%；在9,001元以上共有33名，佔7.2%。結果顯示有五成學生之生活費在3,001-6,000元之間。

(三) 身體狀況是否適宜做運動

抽樣對象中身體狀況適宜做運動者共432名，佔94.7%；不適宜者共24名，佔5.3%。由此顯示出大部分大學生身體狀況適宜從事運動活動。

(四) 平均每週運動次數

抽樣對象中平均每週運動2次以下者共有320位，佔全體70.2%；運動3-5次共有124位，佔27.2%；運動6-7次共有12名，佔2.6%。顯示六成學生平均每週運動次數都在2次以下。

(五) 是否有規律的運動習慣

抽樣對象中有規律的運動習慣者共146名，佔全體32%；沒有規律運動習慣者共310名，佔全體68%。結果顯示有近七成以上學生沒有規律的運動習慣。

(六) 是否加入校隊

在抽樣對象中，加入校隊之學生共有21名，佔4.6%；非校隊者共有435名，佔95.4%。結果顯示加入校隊之學生極為少數。

(七) 是否有參加運動性社團

在抽樣對象中，有參加運動性社團人數共132人，佔全體28.9%；沒有參加運動性社團者有324人，佔71.1%。結果顯示約七成學生沒有參加運動性社團。

(八) 每週使用場館次數

在抽樣對象中，每週使用場館次數為0次者共110名，佔全體24.1%；使用1-2次者共280名，佔全體61.4%；使用3-4次者共49名，佔全體10.7%；使用5次以上者共17名，佔全體3.7%。從數據顯示出有六成以上學生每週使用場館次數在1次至2次。

(九) 每次使用運動設施時間

在每次使用運動設施時間上，結果顯示使用時間在30分鐘以下者共有142

名，佔31.1%；每次使用在31-60分鐘者共有153名，佔33.6%；使用時間在61-90分鐘者共有94名，佔20.6%；91-120分鐘者共有53名，佔11.6%；121分鐘以上者共有14名，佔3.1%。從結果可得知約六成學生每次使用運動設施時間在一小時以內。

#### (十) 運動時是否喜歡使用校內場館設施

抽樣對象回答運動時喜歡使用校內場館設施者共有355名，佔77.9%；不喜歡使用者共有101名，佔22.1%。從顯示出有七成五以上學生運動時喜歡使用校內場館設施。

#### (十一) 場館服務品質是否影響運動意願

在受訪者中，認為場館設施品質會影響其運動意願者共417名，佔91.4%；不會影響者共39名，佔8.6%。從結果得知九成以上學生認為場館服務品質會影響其運動意願。

根據本研究結果，可得知台中地區大學生使用校內場館之現況為有六成以上大學生每週平均使用場館在1次至2次；每次使用運動設施時間在一小時左右；有七成五以上的學生運動時喜歡使用校內運動場館設施；九成以上的學生認為運動場館品質會影響其運動意願。

## 二、大學生對於運動涉入屬性偏好之統計

比較大學生對於運動涉入之偏好，從表4-1-2可發現運動涉入屬性偏好各構面得分中，以「吸引力(M=3.92)」為最高分，其次為「自我表現(M=3.37)」。

就整體「運動涉入屬性偏好」量表而論，平均數皆介於3至4之間，顯示全體抽樣者均「同意」運動涉入屬性偏好之題項，其中運動知覺構面平均數達3.92，顯示多數偏向為同意。整體量表結果顯示以同意「很愉快(M=3.95)」為最高、其次為「很開心的(M=3.94)」、「喜愛運動(M=3.92)」、「很有趣(M=3.90)」、「重要的(M=3.89)」、「運動態度反應個性(M=3.77)」、「表現自己(M=3.60)」、「朋友和運動有關(M=3.40)」、「侃侃而談(M=3.35)」、「運動時樂於他人看見(M=3.31)」、「扮演重要角色(M=3.27)」、「討論體育活動(M=3.23)」、「生活中佔很大部分(M=3.04)」。

表4-1-2 大學生運動涉入屬性偏好比較表

構面	題目內容	平均數	標準差	排名	構面平均數
吸引力	很愉快	3.95	.84	1	3.92
	很開心的	3.92	.84	2	
	喜愛運動	3.92	.92	3	
	很有趣	3.90	.84	4	
	重要的	3.89	.83	5	
自我表現	運動態度反應個性	3.77	.79	6	3.37
	表現自己	3.60	.84	7	
	朋友和運動有關	3.40	.96	8	
	侃侃而談	3.35	.86	9	
	運動時樂於他人看見生	3.31	.89	10	
	扮演重要角色	3.27	.93	11	
	討論體育活動	3.23	.88	12	
	活中佔很大部分	3.04	.97	13	

### 三、大學生對於場館服務品質屬性偏好之統計

比較大學生在使用場館時對於場館服務品質屬性偏好的情形，從表4-1-3可得知「關懷性 (M=3.27)」為最高分，其次為「可靠性 (M=3.17)」、「有形性 (M=3.17)」，表示大學生認為學校場館的反應態度與服務皆比場館硬性設施來得重要。

就場館服務品質量表研究結果顯示，大學生所重視的屬性其分數依序為「打球很安全 (M=3.55)」、「提供各項協助 (M=3.39)」、「獲得學校適當支援 (M=3.36)」、「讓同學信任 (M=3.33)」、「適時提供服務 (M=3.30)」、「維護完善 (M=3.29)」、「提醒同學 (M=3.29)」、「提供不同所需服務 (M=3.29)」、「開放時間符合需求 (M=3.29)」、「有禮貌 (M=3.26)」、「設施環境吸引人 (M=3.25)」、「紀錄無誤 (M=3.20)」、「快速反應及改進 (M=3.25)」、「及時完成 (M=3.17)」、「服務親切 (M=3.17)」、「感受完善服務 (M=3.12)」、「答應時間內提供服務 (M=3.12)」、「給予關懷 (M=3.09)」、「放在心上 (M=3.09)」、「熱誠解決 (M=3.08)」、「清楚同學需求 (M=3.08)」。

表4-1-3 大學生對於場館服務品質屬性偏好之比較表

構面	題目內容	平均數	標準差	排名	構面平均數
可靠性	及時完成	3.17	1.56	9	3.17
	服務親切	3.17	2.19	9	
有形性	設施環境吸引人	3.25	.84	7	3.17
	維護完善	3.29	.81	6	
	紀錄無誤	3.20	.63	8	
	感受完善服務	3.12	.77	10	
	答應時間內提供服務	3.12	.72	10	
	熱誠解決	3.08	.74	12	
關懷性	提醒同學	3.29	.79	6	3.27
	適時提供服務	3.30	.72	5	
	提供各項協助	3.39	.73	2	
	快速反應及改進	3.20	.74	8	
	讓同學信任	3.33	.71	4	
	打球很安全	3.55	.76	1	
	有禮貌	3.26	.72	6	
	獲得學校適當支援	3.36	.69	3	
	提供不同所需服務	3.29	.71	6	
	給予關懷	3.09	.70	11	
	清楚同學需求	3.08	.72	12	
	放在心上	3.09	.74	11	
	開放時間符合需求	3.29	.85	6	

#### 四、大學生對於整體滿意度屬性偏好之統計

就整體滿意度量由表4-1-4表結果顯示，大學生所重視的屬性分數依序為「清潔情況感到滿意 (M=3.48)」、「設置殘障坡道感到滿意 (M=3.36)」、「設施成效感到滿意 (M=3.35)」、「專業能力感到滿意 (M=3.32)」、「整體規劃感到滿意 (M=3.32)」、「服務態度感到滿意 (M=3.30)」、「保養與維護感到滿意 (M=3.30)」、「開放時間感到滿意 (M=3.21)」、「解決問題能力

感到滿意 (M=3.26)」、「收費標準感到滿意 (M=3.26)」。

表4-1-4 大學生對於整體滿意度屬性偏好之比較表

構面	題目內容	平均數	標準差	排名	構面平均數
滿意度	整體規劃感到滿意	3.32	.75	4	3.30
	保養與維護感到滿意	3.30	.78	5	
	收費標準感到滿意	3.11	.78	8	
	開放時間感到滿意	3.21	.87	6	
	設施成效感到滿意	3.35	.75	3	
	服務態度感到滿意	3.30	.74	5	
	專業能力感到滿意	3.32	.77	4	
	解決問題能力感到滿意	3.26	.70	7	
	設置殘障坡道感到滿意	3.36	.76	2	
	清潔情況感到滿意	3.48	.76	1	

#### 五、大學生對於學校認同屬性偏好之統計

比較大學生在學校認同屬性偏好的情形，從表4-1-5可得知「休戚感 (M=3.60)」為最高分，表示大學生自覺與學校融為一體，並分享組織德榮辱與成敗。

就學校認同量表結果顯示，以「如何看待我的學校感興趣 (M=3.79)」得分最高，顯示大學生對於其他人如何看待自己學校感到興趣，其餘依序為「批評學校是一種侮辱 (M=3.64)」、「學校成功也是我的成功 (M=3.62)」、「滿意場館會增加學校認同 (M=3.58)」、「校隊學生認同感比較高 (M=3.53)」、「告訴他人學校很棒 (M=3.52)」、「學校對我而言很有意義 (M=3.50)」、「對學校及人有特殊情誼 (M=3.48)」、「付出額外心力 (M=3.48)」、「告訴他人覺得光榮 (M=3.48)」、「我對學校具有忠誠 (M=3.48)」、「對學校具有強烈認同感 (M=3.39)」、「學校很照顧校內學生 (M=3.39)」、「學校形象代表我自己 (M=3.39)」、「對學校情感勝過他校 (M=3.38)」。

表4-1-5 大學生對於學校認同屬性偏好之比較表

構面	題目內容	平均數	標準差	排名	構面平均數
休戚感	校隊學生認同感比較高	3.53	.78	5	3.60
	如何看待我的學校感興趣	3.79	.72	1	
	學校成功也是我的成功	3.62	.78	3	
	付出額外心力	3.48	.73	8	
	滿意場館會增加學校認同	3.58	.78	4	
	批評學校是一種侮辱	3.64	.79	2	
忠誠度	學校對我而言很有意義	3.50	.77	7	3.44
	對學校情感勝過他校	3.38	.80	10	
	對學校具有強烈認同感	3.39	.77	9	
	對學校及人有特殊情誼	3.48	.76	8	
	告訴他人覺得光榮	3.48	.81	8	
	告訴他人學校很棒	3.52	.82	6	
	學校很照顧校內學生	3.39	.84	9	
	學校形象代表我自己	3.39	.84	9	
	我對學校具有忠誠	3.48	.76	8	

## 第二節 探討台中地區大學生之運動習慣與運動涉入之關係

### 一、獨立樣本t檢定

#### (一) 性別

研究結果顯示「性別」在規律運動習慣、運動次數、運動涉入的「運動知覺」、「自我同儕看法」及場館服務品質的「可靠性」均達顯著水準。如下表4-2-1：

表4-2-1 性別在各研究變項之t檢定摘要表

研究變項	顯著性	t值
規律的運動習慣	.000	-5.543***
運動知覺	.008	4.773***
自我同儕看法	.000	5.232***
可靠性	.091	-2.725
有形性	.002	-1.068
關懷性	.622	.191
滿意度	.283	-.989
休戚感	.000	-1.502
忠誠感	.000	-.850

註：\* $p < 0.1$ ；\*\* $p < 0.05$ ；\*\*\* $p < 0.001$

台中地區大學生在「性別」上對「規律的運動習慣」、「運動涉入」與「場館服務品質的可靠性」有顯著差異存在。江書良（2002）以台北縣2,936位國中生為研究對象，進行休閒運動參與傾向與場地設施關聯性的研究，獲得結論：（1）台北縣國中生休閒運動傾向與場地設施滿意度有相關；（2）台北縣國中生對場地設施滿意度在性別、年級、社團參與、學業成就、零用錢、學校區域27等背景變項均有顯著的差異。

#### (二) 運動時是否喜歡使用校內場館

研究結果如表4-2-2顯示，除「運動知覺」尚未達顯著水準外，其餘變項上皆達顯著水準。

表4-2-2 運動時是否喜歡使用校內場館在各研究變項之t檢定摘要表

研究變項	顯著性	t值
運動知覺	.000	8.159
自我同儕看法	.641	5.647***
可靠性	.000	-6.989***
有形性	.479	2.001***
關懷性	.717	3.595***
滿意度	.518	2.168***
休戚感	.395	3.206***
忠誠感	.048	3.580***

註：\* $p < 0.1$ ；\*\* $p < 0.05$ ；\*\*\* $p < 0.001$

大學生運動時喜歡與不喜歡使用場館的學生對「場館服務品質」、「滿意度」及「學校認同」有顯著差異。再從蔣益生（2004）研究發現學童參與運動休閒的阻礙因素包括沒有運動休閒習慣、課業壓力、時間不夠、沒有同伴、場地不夠、設備不佳、缺乏器材、缺乏運動技能、缺乏指導人員、運動休閒資訊不足等。

### （三）規律的運動習慣

研究結果顯示，「規律的運動習慣」在運動涉入上有達顯著差異水準。如表4-2-3所示：

表4-2-3 規律的運動習慣是否在運動涉入上之t檢定摘要表

構面	顯著性	t值
運動知覺	.312	6.324***
自我同儕看法	.056	12.121***

註：\* $p < 0.1$ ；\*\* $p < 0.05$ ；\*\*\* $p < 0.001$

從本研究結果推論可得知有規律運動習慣之大學生其運動涉入程度也相對較高。可從Houston and Rothchild (1997) 對持續涉入之本質與余瑩瑛（2003）所提出運動習慣之定義來看，可顯示出有運動習慣者其平日參與運動之頻率、時間等較高；與運動涉入程高者對於運動所產生的持續性關切性與參與頻率較高，此

兩者具有相關性。

## 二、單因子變異數分析

### (一) 每週平均使用場館次數

以單因子變異數分析結果顯示，每週平均場館使用次數在滿意度與學校認同上有顯著差異水準，如表4-2-4。此差異是由滿意度、休戚感及忠誠感所造成。

表4-2-4 每週使用場館次數在滿意度與學校認同之單因子變異數分析摘要表

變異來源	依變數	平方和	自由度	均方和	F	事後比較
使用 次數	滿意度	443.48	3	147.82	4.57***	d>c>b>a
	休戚感	101.88	3	33.96	2.77**	d>c>b>a
	忠誠感	705.75	3	235.25	7.40***	d>c>b>a

註：a-0次b-1-2次；c-3-4次；d-5次以上；\*p<0.1；\*\*p<0.05；\*\*\*p<0.001

再以Scheffe法事後比較分析得知，每週平均場館使用次數「五次以上」的大學生對於滿意程度大於其他使用次數者，可見場館使用次數越多者滿意度越高；使用次數「五次以上」的大學生對於學校認同大於其他使用次數者，可見使用次數越多者對學校認同程度越高。與（鄭凱若，2006）運用結構方程模式探討產品品質、服務品質、顧客滿意度、商店形象與顧客忠誠度之關係，產品品質顯著正向影響顧客滿意度相符。

### (二) 平均運動次數

以單因子變異數分析結果顯示，運動次數在運動知覺及自我同儕看法上有顯著水準，如表4-2-5。

表4-2-5 每週平均運動次數在運動涉入之單因子變異數分析摘要表

變異來源	依變數	平方和	自由度	均方和	F	事後比較
運動 次數	運動知覺	754.05	2	377.02	26.95***	c>b>a
	自我同儕	2416.18	2	1208.09	49.86***	c>b>a

註：a-2次以下b-3-5次；c-6-7次；\*p<0.1；\*\*p<0.05；\*\*\*p<0.001

再以Scheffe法事後比較分析得知，每週平均運動次數在「6-7次」的學生在運動涉入上大於其他次數者，可見運動次數較高者對於運動涉入程度較高。

### 三、卡方檢定

以卡方檢定分析，性別在每週平均運動次數及是否有規律的運動習慣有以下結果顯示，如表4-2-6及4-2-7。

表4-2-6 性別在每週平均運動次數之交叉表

	2次以下	3-5次	6-7次	總和
男 個數	69	62	12	143
期望個數	98.5	38.9	5.6	143.0
性別內的%	48.3%	43.4%	8.4%	100.0%
運動次數內的%	22.0%	50.0%	66.7%	31.4%
總和的%	15.1%	13.6%	2.6%	31.4%
女 個數	245	62	6	313
期望個數	215.5	85.1	12.4	313.0
性別內的%	78.3%	19.8%	1.9%	100.0%
運動次數內的%	78.0%	50.0%	33.3%	68.6%
總和的%	53.7%	13.6%	1.3%	68.6%
總和 個數	314	124	18	456
期望個數	314.0	124.0	18.0	456.0
性別內的%	68.9%	27.2%	3.9%	100.0%
運動次數內的%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
總和的%	68.9%	27.2%	3.9%	100.0%

表4-2-7 性別在是否有規律運動習慣之交叉表

	是	否	總和
男 個數	70	73	143
期望個數	45.8	97.2	143.0
性別內的%	49.0%	51.0%	100.0%
運動次數內的%	47.9%	23.5%	31.4%
總和的%	15.4%	16.0%	31.4%
女 個數	76	237	313
期望個數	100.2	212.8	313.0
性別內的%	24.3%	75.7%	100.0%
運動次數內的%	52.1%	76.5%	68.6%
總和的%	16.7%	52.0%	68.6%
總和 個數	146	310	45
期望個數	146.0	310.0	456.0
性別內的%	32.0%	68.0%	100.0%
運動次數內的%	100.0%	100.0%	100.0%
總和的%	32.0%	68.0%	100.0%

從以上卡方檢定得知，男生每週平均運動次數6-7次者高於女生，女生近七成五以上每週運動次數在2次以下；在是否有規律的運動習慣方面，男女生無規律運動習慣者皆高於有規律運動習慣者。

### 第三節 運動涉入、場館品質、滿意度與學校認同之探討

本節主要為依照相關文獻建立模式架構，進而進行資料分析。由於本研究欲探討運動涉入、場館服務品質、滿意度與學校認同之間的線性結構關係，因此本研究分析方法以AMOS 7.0版統計分析軟體設立結構方程模式，進行結構模式分析。

#### 一、運動涉入

運動涉入量表共有13題，由表4-3-1得知，除了「朋友和運動有關」之解釋變異量小於0.5，其餘皆大於0.5以上，由高至低依序為「很有趣」、「很愉快」、

「很開心的」、「喜愛運動」、「重要的」、「扮演重要角色」、「表現自己」、「生活中佔很大部分」、「侃侃而談」、「運動時樂於他人看見」、「運動態度反應個性」、「討論體育活動」。將解釋變異量小於0.5的題項刪除，其餘皆保留。

表4-3-1 運動涉入構面解釋變異量摘要表

題項	SRW Estimate	t值(C.R)
重要的	.820	---
很開心的	.883	32.337***
很有趣	.904	33.600***
很愉快	.880	32.141***
喜愛運動	.850	30.435***
生活中佔很大部分	.621	19.765***
扮演重要角色	.708	23.385***
討論體育活動	.518	15.910***
朋友和運動有關	.467	14.131
表現自己	.696	22.865***
侃侃而談	.613	19.433***
運動態度反應個性	.541	16.746***
運動時樂於他人看見	.547	16.962***

註：1.\*p<0.1；\*\*p<0.05；\*\*\*p<0.001

## 2.SRW=Standardized Regression Weights

### 二、場館服務品質

場館服務品質量表共有22題，由表4-3-2得知，除了「現代化設備」、「服務親切」、「維護完善」及「及時完成」之解釋變異量小於0.5，其餘皆大於0.5以上，由高至低依序為「放在心上」、「讓同學信任」、「清楚同學需求」、「獲得學校適當支援」、「給予關懷」、「提供各項協助」、「快速反應及改進」、「適時提供服務」、「提供不同所需服務」、「感受完善服務」、「熱誠解決」、「答應時間內提供服務」、「紀錄無誤」、「提醒同學」、「開放時間符合需求」、

「打球很安全」、「設施環境吸引人」。將解釋變異量小於0.5的題項刪除，其餘皆保留。

表4-3-2 場館服務品質構面解釋變異量摘要表

題項	SRW Estimate	t值(C.R)
現代化設備	.156	---
設施環境吸引人	.562	4.378***
服務親切	.166	3.286
維護完善	.497	4.333
及時完成	.289	3.986
熱誠解決	.693	4.435***
感受完善服務	.694	4.435***
答應時間內提供服務	.669	4.427***
紀錄無誤	.645	4.418***
提醒同學	.619	4.407***
適時提供服務	.753	4.452***
提供各項協助	.759	4.454***
快速反應及改進	.756	4.453***
讓同學信任	.769	4.456***
打球很安全	.569	4.382***
有禮貌	.741	4.449***
獲得學校適當支援	.764	4.455***
提供不同所需服務	.747	4.451***
給予關懷	.759	4.454***
清楚同學需求	.767	4.456***
放在心上	.789	4.461***
開放時間符合需求	.588	4.392***

註：1.\*p<0.1 \*\*p<0.05 \*\*\*p<0.001

2.SRW=Standardized Regression Weights

### 三、整體滿意度

整體滿意度量表共有10題，由表4-3-3得知，解釋變異量皆大於0.5以上，由高至低依序為「服務態度感到滿意」、「專業能力感到滿意」、「解決問題能力感到滿意」、「設施成效感到滿意」、「保養與維護感到滿意」、「整體規劃感到滿意」、「開放時間感到滿意」、「設置殘障坡道感到滿意」、「清潔情況感到滿意」、「收費標準感到滿意」。

表4-3-3 滿意度構面解釋變異量摘要表

題項	SRW Estimate	t值(C.R)
整體規劃感到滿意	.711	---
保養與維護感到滿意	.734	20.684***
收費標準感到滿意	.522	14.740***
開放時間感到滿意	.684	19.295***
設施成效感到滿意	.814	22.933***
服務態度感到滿意	.846	23.825***
專業能力感到滿意	.833	23.448***
解決問題能力感到滿意	.820	23.098***
設置殘障坡道感到滿意	.614	17.308***
清潔情況感到滿意	.559	15.772***

註：1.\*p<0.1 \*\*p<0.05 \*\*\*p<0.001

2.SRW=Standardized Regression Weights

### 四、學校認同

學校認同量表共有15題，由表4-3-4得知，解釋變異量皆大於0.5以上，由高至低依序為「我對學校具有忠誠」、「對學校具有強烈認同感」、「學校對我而言很有意義」、「告訴他人學校很棒」、「對學校情感勝過他校」、「學校形象代表我自己」、「告訴他人覺得光榮」、「學校很照顧校內學生」、「付出額外心力」、「學校成功也是我的成功」、「滿意場館會增加學校認同」、「對學校及人有特殊情誼」、「校隊學生認同感比較高」、「如何看待我的學校感興趣」、「批評學校是一種侮辱」。

表4-3-4 學校認同構面解釋變異量摘要表

題項	SRW Estimate	t值(C.R)
批評學校是一種侮辱	.565	---
如何看待我的學校感興趣	.605	14.458***
學校成功也是我的成功	.677	15.601***
付出額外心力	.681	15.666***
告訴他人覺得光榮	.747	16.613***
告訴他人學校很棒	.783	17.086***
學校很照顧校內學生	.688	15.772***
學校形象代表我自己	.764	16.836***
我對學校具有忠誠	.818	17.514***
滿意場館會增加學校認同	.658	15.319***
校隊學生認同感比較高	.614	14.609***
學校對我而言很有意義	.805	17.354***
對學校情感勝過他校	.781	17.053***
對學校具有強烈認同感	.814	17.468***
對學校及人有特殊情誼	.649	15.177***

註：1.\*p<0.1 \*\*p<0.05 \*\*\*p<0.001

2.SRW=Standardized Regression Weights

#### 第四節 運動涉入、場館品質、滿意度與學校認同之模型分析

本研究之理論模式，以AMOS統計軟體進行結構模式分析，並根據理論模式產生本研究四個構面，分別為「運動涉入」、「場館服務品質」、「整體滿意度」、「學校認同」，整體結構模式結果，如圖4-3-1所示。

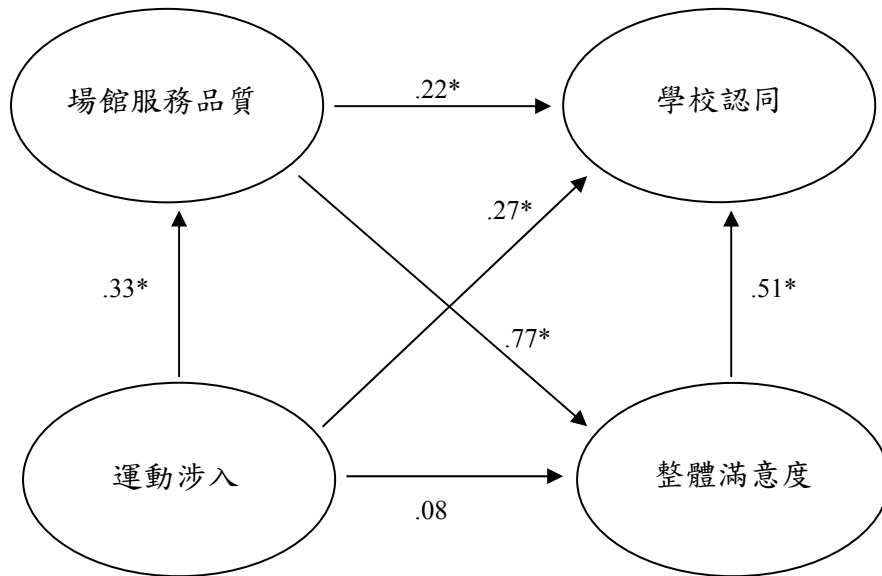


圖4-3-1 整體結構模型路徑圖

註：\*P<.05

##### 一、絕對適配指標

絕對適配指標共有四個指標分別為「卡方值比率」、「RMR」、「RMSEA」、「GFI」，其說明如表4-3-5。

表4-3-5 絕對適配指標說明表

指標	說明
卡方值比率	係指卡方值除以自由度所得數值。一般而言，若卡方值比率小於3，則表示整體模式在解釋觀察資料時具有相當的解釋力，本研究之卡方值比率為2.777。
RMR	RMR為「殘差均方和平方根」(root mean square residual)，RMR值越小，表示模式的適配度越佳，其值在.05以下是可接受的適配模式。
RMSEA	RMSEA為「漸進殘差均方和平方根」(root mean square error of approximation)，其數值小於0.05表示模式適配度優良。

(續下頁)

表4-3-5 (續)

指標	說明
GFI	GFI為「適配度指數」(goodness-of-fit index)，其數值介於0~1間，越接近1，表示模式的適配度越佳。Browne & Cudeck (1993)建議GFI的標準值需大於0.8，只要GFI 指標大於0.8 以上水準，即表示模型與資料間具有相當的契合度。

二、將整體模式統計結果根據適配度指標分析，所得結果如表4-3-6所示。本模式之絕對適配指數，「卡方值比率」為2.777、「GFI」為.832、「RMR」為.030及「RMSEA」為.043皆符合絕對適配指數。

表4-3-6 整體模式適配度評鑑分析結果表

絕對適配度指數			
統計檢定量	適配標準或臨界值	檢定結果數據	模式適配判斷
卡方值比率	<3	2.777	符合
GFI	>.80	.832	符合
RMR	<0.05	.030	符合
RMSEA	<0.08	.043	符合
NFI	<.90	.906	符合
簡約適配度指數			
統計檢定量	適配標準或臨界值	檢定結果數據	模式適配判斷
PGFI	>.50	.711	符合
PNFI	>.50	.723	符合
PCFI	>.50	.781	符合
CN	>200	302	符合

本研究採用卡方值比率、GFI、CFI、RMR、RMSEA、NFI、PGFI、PNFI、PCFI、CN等指標，評鑑整體模式與觀察值資料的適配度，經由AMOS統計軟體驗證後，運動涉入、場館服務品質、整體滿意度與學校認同之關係在適配度指標方面，得到的卡方值比率為2.777、GFI為.832、RMR為.030、NFI為.906以及RMSEA為.043，顯示出整體模型適配度良好。

### 三、路徑係數與因果關係

從表4-3-7可得知「場館服務品質」影響「滿意度」的路徑係數(.77)大於「運動涉入」影響「滿意度」(.08)，即表示對於大學生場館使用滿意度而言，場館服務品質影響較大；此外，從「滿意度」影響「學校認同」的路徑係數(.51)，大於「運動涉入」影響「學校認同」(.27)、「場館服務品質」影響「學校認同」(.22)，可得知對大學生而言，滿意度對影響學校認同較大。

表4-3-7 路徑係數與因果關係

路徑	路徑係數	C.R.
運動涉入→場館服務品質	.33	7.412*
場館服務品質→滿意度	.77	11.632*
運動涉入→學校認同	.27	7.130*
場館服務品質→學校認同	.22	3.617*
運動涉入→滿意度	.08	-.054
滿意度→學校認同	.51	7.220*

註：\* $p < .05$

經由AMOS線性結構方程式分析顯示，以台中地區設有運動場館之大專校院：

#### (一) 大學生運動涉入會透過場館服務品質對滿意度造成影響

大學生運動涉入對學校運動場館服務品質產生正向影響，學生運動涉入程度高，表示學生經由運動而使用學校場館設施，認為運動場館服務品質高；場館服務品質對滿意度產生正向影響，當學校運動場館服務品質越高，學生對其整體滿意度也會提高。

#### (二) 大學生運動涉入會透過場館服務品質對學校認同造成影響

場館服務品質對學校認同會產生正向影響，當學生認為場館服務品質高，其對學校認同程度也會提高；大學生的整體滿意度對學校認同產生正向影響，當整體滿意度提高，對學校認同程度亦會提高。

#### (三) 大學生運動涉入對學校認同產生正向影響

當大學生運動涉入程度高時，對學校認同也會提高。

綜合而論，學校若想提高學生對學校認同程度，應藉由提升運動場館服務品質來提高學生使用滿意度，進而增進學生對學校之認同感。未來欲有效解釋與預

測大學生運動涉入程度對於學校認同之影響，可考慮學校運動場館服務品質及滿意度。

#### 四、研究假設檢定

根據上述結果，台中地區大學生「運動涉入」會透過「場館服務品質」進而影響「滿意度」、大學生「運動涉入」會透過「滿意度」進而影響「學校認同」以及大學生「運動涉入」會對「學校認同」產生正向顯著影響。綜合上述分析結果彙整如表4-4-1。

表4-4-1 研究假設結果一覽表

	研究假設	結果
假設H1	大學生校內運動場館使用情形有顯著差異。	成立
假設H2	大學生運動習慣與運動涉入有顯著差異。	成立
假設H3	大學生運動涉入對整體滿意度有直接的影響，並透過場館服務品質產生間接的影響。	部分成立
假設H3A	大學生運動涉入對整體滿意度產生正向影響。	不成立
假設H3B	大學生運動涉入對場館服務品質產生正向影響。	成立
假設H3C	學校運動場館服務品質對整體滿意度產生正向影響	成立
假設H4	大學生運動涉入對學校認同造有直接的影響，並透過運動場館服務品質產生及整體滿意度造成間接的影響。	成立
假設H4A	大學生運動涉入對學校認同有直接的影響。	成立
假設H4B	學校運動場館服務品質對學校認同產生正向影響。	成立
假設H4C	整體滿意度對學校認同產生正向影響。	成立

## 第五章 結論與建議

本研究主要在探討台中地區大學生運動參與之涉入對學校認同之影響情形，以場館服務品質及滿意度為中介機制，探討構面間的線性結果關係。依據文獻探討與研究結果發現，本章得出研究結論，並依此提出具體建議，俾以提供學校對於大學生學校認同程度之重視，作為學校之參考。

### 第一節 研究結論

本研究根據文獻探討與研究結果發現得出結論，如下：

一、台中地區大學生對校內運動場館之使用現況。

台中地區大學男女生在運動時，是否喜歡使用校內場館，是受到場館服務品質、滿意度及學校認同所影響，使用次數越高者對於滿意度及學校認同程度上高於使用次數較低者。

二、台中地區大學生之運動習慣與運動涉入之關係。

運動次數較多者對於運動涉入程度較高，大學生有運動習慣者，其運動涉入程度也相對較高。

三、台中地區大學生運動涉入、運動場館服務品質、整體滿意度及學校認同之研究模式。

本研究採用AMOS7.0統計軟體分析後，運動涉入、場館服務品質、整體滿意度與學校認同之關係在適配度指標方面，得到的卡方值比率為2.777、GFI為.832、RMR為.030、RMSEA為.043以及NFI為.906，顯示出整體模型適配度良好。

經由AMOS線性結構方程式分析顯示，以台中地區設有運動場館之大專校院：

(一)大學生運動涉入對整體滿意度不會有直接影響，但會透過場館服務品質對滿意度造成間接影響。

(二)大學生運動涉入對學校認同有直接影響，並且透過運動場館服務品質及整體滿意度對學校認同造成間接影響。

綜合而論，學生在運動時大部分會選擇使用校內運動場館設施，而校內運動場館設施品質的好壞，會影響學生運動之意願；且校內運動場館之品質也會影響學生之整體滿意度，而整體滿意度會影響學生對學校之認同。學校若想提高學生對學校認同程度，應藉由提升運動場館服務品質來提高學生使用滿意度，進而增進學生對學校之認同感。

## 第二節 研究建議

### 一、研究建議

研究結果發現大學生運動涉入會透過場館服務品質對整體滿意度造成影響，大學生運動涉入會透過場館服務品質對學校認同造成影響。因此本研究針對台中地區設有運動場館之學校，提供以下建議：

#### (一) 重視校內運動場館服務品質

我國運動場館，包含各級學校運動場地設施，因缺乏有效之管理，人力資源缺乏，經費不足等諸多因素下，影響運動場地設施發揮應有之功能。對學生來說，學校運動場館是影響學生對其學校認同程度的重要因素，學校應注重提升運動場館服務品質問題，藉由提高滿意度進而影響學生對學校之認同感。

#### (二) 創造優良運動空間

學校應創造優良的運動環境，提供優質運動設施，以提供學生完善的運動活動機會，除了能使校內學生培養規律的運動習慣外，也能成為吸引學生到校就讀之重要原因之一。

### 二、後續研究建議

#### (一) 研究對象方面

由於本研究的對象僅限於台中地區具有運動場館設施的大專校院學生，而非針對所有群體，因此研究結果推論有其限制，可能較無法推論應用到其他地區。往後若要進行相關研究，建議後續研究者可擴大研究範圍或與台灣各地區大專校院做比較分析。

#### (二) 研究方法方面

本研究所採用的問卷調查係屬量化研究方法，在問卷回收上有其不確定性，且易受填答者的不誠實或不認真答題影響，而無法了解真正現象，因此在解釋上可能會因此受限，建議未來後續相關研究能兼顧量化與質性之研究方法，增加深入訪談等研究方法，以便能更深入的瞭解與預測大學生之運動涉入程度影響對學校認同之情形。

## 參考文獻

### 一、中文部份

- 丁國璽 (2003)。影響飯店業服務品質因素之研究。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。
- 中華民國大專院校體育總會 (2008)。97 年體育教師名錄。台北市，中華民國大專院校體育總會。
- 王凱立 (2001)。台北市市立國民中學學校游泳池設施經營模式之研究。未出版碩士論文，國立台灣體育學院，台中市。
- 王慶堂 (2002)。我國公共體育場營運策略與行動。未出版研究計劃，行政院體委會，台北市。
- 江依芳 (2004)。生態旅遊服務品質、滿意度及行為意向關係之研究—以日月潭步道生態之旅為例。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。
- 江書良 (2002)。台北縣國中生休閒運動參與傾向與場地設施及休閒參與機會之關聯性研究。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北市。
- 行政院主計處 (2004)。時間運用概況。取自 93 年度社會發展趨勢調查 <http://www129.tpg.gov.tw/mbas/society/index.html>。
- 何曉瑛 (2000)。臺灣地區公立棒球場委託民間企業經營管理之個案研究—以潭南市立棒球場為例。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 吳碧蓮 (2002)。影響婦女規律運動行為之相關研究。中華民國大專院校九十一年度體育學術研討會專刊 (上)，223-230。
- 吳明隆 (2000)。SPSS 統計應用實務。臺北市：松崗。
- 吳明隆、涂金堂 (2005)。SPSS 與統計應用分析。台北：五南圖書出版股份有限公司。
- 余瑩瑛 (2003)。醒吾技術學院學生運動習慣與體適能之研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 李總縝 (2001)。組織氣候、組織認同、組織效能之關聯性研究—以非營利組織國際獅子會台灣地區分會為實證對象。未出版碩士論文，中原大學，桃園縣。
- 李宗鴻 (2002)。全國大專校院運動場館現況調查與學生使用滿意度之研究。未出版碩士論文，國立屏東師範學院，屏東縣。

- 李孟陵 (2003)。消費者滿意度、涉入程度對其忠誠度影像之研究-以台北市咖啡連鎖電為例。未出版碩士論文，國立交通大學，新竹縣。
- 宋孟遠 (2001)。勤益技術學院學生對體育教學重視度及滿意度之調查研究。大專體育，52 期，42-48。
- 李昆衛 (2004)。員工福利制度認知、內部顧客滿意與組織認同之關聯性分析。未出版碩士論文，國立台灣海洋大學，基隆市。
- 邱皓政 (2002)。量化研究與統計分析：SPSS 中文視窗版資料分析範例解析。臺北市：五南。
- 林曉薇 (2003)。應用跨理論模式於台北市高中職學生規律運動行為之探討。未出版碩士論文，國立陽明大學，台北市。
- 林衢良 (2004)。大學生撞球參與者撞球場館滿意度、涉入程度與忠誠度之關係研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 林育璋 (2003)。台中 20 號倉庫服務品質與參觀者滿意度之研究。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。
- 林苑地 (2004)。主題樂園遊樂品質評量指標建立及遊樂滿意度評量模式發展之研究—以國內民營綜合主題樂園為例。未出版碩士論文，真理大學，台北縣。
- 林心晨 (2004)。以職棒球迷認同感來探討運動贊助的效果。未出版碩士論文，國立台北大學，台北市。
- 官文炎 (2003)。運動場地設施管理入門—運動管理學。台北市：華格納。
- 胡家欣 (2000)。大學生的休閒認知、涉入與體驗—兼論人格特質的影響。未出版碩士論文，高雄醫學大學，高雄市。
- 柯永河 (1981)。心理衛生學 (上冊) —理論部分。台北市：大洋。
- 柯永河 (1998)。習慣心理學。台北市：張老師文化事業股份有限公司。
- 柯宜君 (2000)。消費者認知之產品品質、服務品質及價格對滿意度及忠誠度之影響-於三種有形性比重不同服務業之比較。未出版碩士論文，國立政治大學，台北市。
- 高士國 (2002)。台北市公立國民小學學童使用運動場地現況及安全之研究。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北市。
- 徐瑋伶、鄭伯璿 (2002)。組織認同：理論與本質之初步探索分析。中山管理評

- 論，10 (1)，45-64。
- 徐志輝、李素香 (2002)。大一學生運動習慣、吸煙行為與身體組成及心肺耐力研究—以朝陽科技大學為例。朝陽學報，7 (1)，頁241-259。
- 高睿璟 (2002)。影響非同步網路教學系統持續使用意願因素之研究。未出版碩士論文，淡江大學，台北縣。
- 高俊雄 (2004)。運動休閒事業管理-理論與實務。台北市：台灣體育運動管理學會。
- 翁敏哲、林章榜 (2007)。如何把體育課經營得更好。取自 2007 年 1 月 31 日 體學科中心電子報 <http://163.22.153.153/pedoc/96epaper01/96epaper01.htm>
- 康世平 (2001)。人物專訪—行政院體育委員會康主任世平。台北市：中華民國體育學會。
- 莊仲仁 (2000)。運動場館經營與顧客滿意。大專校院運動場館經營管理座談會手冊 (頁 8-18)。台北市：中華民國體育學會。
- 許逢泰 (2003)。學校游泳池經營模式之探討-以台北縣為例。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北市。
- 梁雙蓮 (1984)。中央行政機關公務員組織認同之研究。未出版碩士論文，國立台灣大學，台北市。
- 張桂芳 (1995)。員工對推動企業識別系統之態度分析—以電信事業為例。未出版碩士論文，國立中興大學，台中市。
- 張紹勳 (2004)。研究方法。台中市：滄海。
- 張璟揚 (2006)。台中市大專校院體育館設施設置與經營管理之研究。未出版碩士論文，國立台灣體育學院，台中市。
- 郭世傑、楊子孟、洪榮聰 (2003)。大專院校學生生活方式與體適能狀況調查研究。大專體育學刊，5(2)，87-93。
- 陸運嫻 (2004)。產品涉入程度、滿意度與再購行為之相關性—以產婦的醫療服務接觸為例。未出版碩士論文，義守大學，高雄縣。
- 陳美莉 (2001)。國立台灣大學體育教學因素與教學滿意度—落差理論之驗證。中華民國體育學會體育學報，30，21-31 頁。
- 陳彥豪 (2004)。職棒球迷涉入程度、球隊認同、參與滿意度、與球迷忠誠度之關聯探討。未出版碩士論文，國立嘉義大學，嘉義市。

- 陳進丁 (2004)。固網通信服務品質之顧客滿意度、後續行為研究—以中華電信高雄市市內電話用戶為例。未出版碩士論文，義守大學，高雄縣。
- 陳淑錦 (2001)。組織精簡情境中員工態度之探討—以A公司為例。未出版碩士論文，國立中山大學，高雄市。
- 陳薇先、邵于玲 (2006)。2004 ING 台北國際馬拉松參賽者涉入程度、滿意度及再參加意願之研究。北體學報，14，146-156。
- 陳怡均、李明聰 (2007)。服務品質、滿意度與行為意向之相關性研究—以高雄市西式餐廳消費者為例。挑戰2007亞洲地區觀光旅遊發展及新趨勢學術研討會。桃園市：銘傳大學。
- 游伯龍 (1998)。HD：習慣領域—IQ和EQ沒談的人性軟體。台北：時報。
- 黃金柱 (1993)。體育管理。台北：師大書苑。
- 黃金柱 (1997)。體育管理。台北：師大書苑。
- 勞安如 (2005)。學校運動場館委外經營之探討—以逢甲大學多功能體育館為例。未出版碩士論文，國立臺灣體育學院，台中市。
- 楊文壽 (2001)。行動電話手機消費者之涉入程度及購買決策相關因素之關連性研究。未出版碩士論文，國立交通大學，新竹市。
- 葉公鼎 (2001)。學校體育運動設施之經營管理。二十一世紀體育人文社會科學國際研討會研習手冊。台南市，台南師院。
- 葉公鼎 (2001)。掌握時勢發展學校體育運動設施經營的新契機。學校體育雙月刊，11 (4)，13-21。
- 葉公鼎 (2005)。提升台灣公共運動設施營運人員專業知能的策略。國民體育季刊，34 (2)，24-30。
- 趙麗雲 (2005)。人口老化危機中，台灣的休閒運動發展。2005年5月11日取自國政研究報告 <http://www.npf.org.tw/PUBLICATION/094/EC-R-094-008.htm>
- 趙麗雲、曾慧青 (2006)。2006年10月2日，取自九十六年度行政院體育委員會單位預算評析 <http://www.npf.org.tw/particle-2032-3.html>
- 廖文正 (2003)。球鞋業產品涉入程度與促銷活動對產品屬性影響之研究。未出版碩士論文，淡江大學，台北縣。
- 廖榮聰 (2003)。民宿旅客投宿體驗之研究。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中縣。

- 鄭志富等 (1999)。我國運動場地設施的現況及發展策略。台北市：行政院體育委員會。
- 鄭志富 (2002)。學校運動場館經營與管理。學校體育雙月刊, 70, 2-4。
- 鄭凱若 (2006)。運用結構方程模式探討產品品質、服務品質、顧客滿意度、商店形象與顧客忠誠度之關係—以咖啡連鎖店為例。未出版碩士論文, 國立東華大學, 花蓮縣。
- 蔣益生 (2004)。高雄縣國小高年級學童運動休閒之調查研究。未出版碩士論文, 國立台東大學, 台東縣。
- 蔡秀華 (2001)。大學運動場地設施管理的新趨勢。國民體育季刊, 30(1), 34-43。
- 蔡秀華 (2002)。大學體育館營運績效指標之個案研究—以國立台灣大學綜合體育館為例。未出版碩士論文, 國立台灣師範大學, 台北市。
- 錢紀明 (2001)。大專體育運動場館經營管理。國民體育季刊, 30 (1), 18-22。
- 賴昇宏 (2006)。大專籃球聯賽現場觀眾滿意度、涉入程度與品牌權益之相關研究。未出版碩士論文, 國立台南大學, 台南市。
- 謝文偉 (2001)。臺北縣立新莊體育場營運績效評估指標之研究。未出版碩士論文, 輔仁大學, 台北縣。
- 教育部 (2001)。體適能檢測安全注意事項。教育部九十年四月十一日台(九〇)體自第九〇〇〇四九四六三號函, 台北市：教育部。
- 教育部體育司 (2006)。教育部95年各級學校學生運動參與情形調查。台北市：教育部體育司。
- 教育部體育司 (2007)。96年學校體育統計年報。台北市：教育部體育司。

## 二、西文部份

- Agus, A. (2005). The structural linkages between TQM, product quality performance, and business performance: Preliminary empirical study in electronics companies. *Singapore Management Review*, 27 (1), 87-105.
- Arnett, D. B., & Laverie, D. A. (2000). Fan characteristics and sporting event attendance : Examining in attendance . *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship* , 2 , 219-238 .
- Babakus, E., Bienstock, C. C., & Scotter, J. R.V. (2004). Linking perceived quality and customer satisfaction to store traffic and revenue growth. *Decision Sciences*,

35 (4), 713-737.

- Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2003). Consumer-company identification: A framework for understanding consumers' relationships with companies. *Journal of Marketing*, 67 (2), 76-88.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, 25 (3), 351-370.
- Bhuiyan, S. N. (1997). Marketing cues and perceived quality: Perceptions of Saudi consumers toward products of the U.S., Japan, Germany, Italy, U.K. and France. *Journal of Quality Management*, 2 (2), 217-235.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior* (9th ed.). Ohio: South-Western.
- Bloch, P. H., & Richins, M. L. (1983). A theoretical model for the study of product importance Perceptions. *Journal of Marketing*, 47, 69-81.
- Brown, M. (1969). Identification and some conditions of organizational involvement. *Administrative Science Quarterly*, 14, 346-355.
- Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of customer effort, expectation, and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2, 244-249.
- Caruana, A. (2002). Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36 (7), 811-828.
- Clarke, K., & Belk, R. (1978). The effects of product involvement and task definition on anticipated consumer effort. *Advances in Consumer Research*, 5, 313-318.
- Curtis, J., & McTeer, W. (1999). Exploring effects of sport Experiences on sport participation in later life. *Sociology of Sport Journal*, 16, 348-365.
- Czepiel, J. A. (1974). Perspective on customer satisfaction. *AMA Conference Proceedings*, 8, 119-123.
- Czepiel, J. A. and Rosenberg, L. J. (1977). Consumer satisfaction: Concept and measurement. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 5 (4), 403-411.
- Chaudhuri, A. (2000). A Macro Analysis of the Relationship of Product Involvement and Information Search : The Role of Risk. *Journal of Marketing*, 64, 1-12.

- Day, R. L. (1978). Extending the concept of consumer satisfaction. *Atlanta Association of Consumer Research*, 4 (2), 149-154.
- Engel, J. F., Kollat, D., & Blackwell, R. D. (1982). *Consumer Behavior (4th ed.)*, Chicago Dryden Press, 678.
- Fecikova (2004). An index method for measurement of customer satisfaction. *The TQM Magazine*, 16 (1), 57-66.
- Garvin, D. A. (1984). What does product quality really mean. *Sloan Management Review*, 26, 25-43.
- Greenwald, A. G., & Clark, L. (1984). Audience involvement in advertising : four levels. *Journal of Consumer Research*, 11, 221-240.
- Greenwald, A. G., & Leavitt, C . (1984). Audience Involvement in Advertising : Four Levels . *Journal of Consumer Research* ,11, 581-592 .
- Guolla, M. (1999). Assessing the teaching quality to student satisfaction relationship: Applied customer satisfaction research in the classroom. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7 (3), 87-97.
- Galen , T.T., Dean , F. A ., & Janet , S . F. (2005). Consumer satisfaction and identity theory : a model of sport spectator conative loyalty. *Sport Marketing Quarterly*, 14 , 98-111 .
- Gerpott, T. J., Rams, W., & Schindler, A. (2001). Customer retention, loyalty, and satisfaction in the German mobile cellular telecommunications market. *Telecommunications Policy*, 25(4), 249-269.
- Gronholdt, L., Martensen, A. & Kristensen, K. (2000). The relationship between customer satisfaction and loyalty: Cross-industry differences. *Total Quality Management*, 11 (5), 509-516.
- Handy, C. R. & Pfaff, M.N. (1975). Consumer satisfaction with food products and marketing services. *Economic Research Service, U. S. Department of Agricultural al Economic Report*, 281.
- Holbrook, & Kim, P. C. (1985). Quality and value in the consumption experience: Phaedrus riders again. in *Perceived Quality*, J. Jacoby and J. Olson, eds.

- Lexington, MA Lexington Books, 31-57.*
- Host, V., & Knie-Andersen, M. (2004). Modeling customer satisfaction in mortgage credit companies. *The International Journal of Bank Marketing*, 22 (1), 26-42.
- Houston , Michael, J ., & Rothchild , M. L . (1997) . Aparadigm for research on consumer involvement. *Working Paper*, No.11-17-46, University of Wisconsin-Madison.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. John Wiley & Sons Inc., New York.
- Juran, J. M. (1988). Managing for quality. *The Journal for Quality and Participation*, 11 (1), 8-13.
- Kapferer, J., & Laurent, G. (1985). Consumer s ' involvement profile : New empirical results . *Advances in Consumer Reseach* ,12 , 290-295.
- Knippenberg, D., & Schie, E. C. M. (2000). Foci and correlates of organizational identification,”*Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73 (10), 137-147.
- Koo, D. M. (2003). Inter-relationship among store images, store satisfaction, and store loyalty among Korea discount retail patrons,” *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 15 (4), 42-71.
- Kotler, P. (1999). *Marketing management : Analysis, planning, implementation and control*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. International Edition, Prentice Hall.
- Lazarus , A. A. (1976). *Multimodal behavior therapy*. New York : Springer.
- Laurent,G., andJ.N.Kapferer.(1985).Measuring Consumer Involvement Profiles, *Journal of Marketing Research*, 22 (2), 41-53.
- Mael, F. A., & Ashforth, B. E. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14 (1), 20-39.
- Mael, F. A., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123.
- Maxham, J. G. (2001). Service recovery’s influence on consumer satisfaction,

- positive word-of-mouth, and purchase intentions. *Journal of Business Research*, 54 (1), 11-24.
- Nicholls, J. A. F., Gilbert, G. R., & Roslow, S. (1998). Measurement of customer satisfaction. *Journal of Consumer Marketing*, 15 (3), 239-252.
- Oldridge, N. B. (1982). Compliance and exercise in primary and secondary prevention of coronary heart disease a review. *Preventive Medicine*, 11, 56-90.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive model for the antecedents and consequences of Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing setting. *Journal of Retailing*, 57 (3), 25-48.
- Oliver, R. L. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, 20 (3), 418-430.
- Ostrom, A., & Iacobucci, D. (1995). Consumer trade-offs and the evaluation of services. *Journal of Marketing*, 59 (1), 17-28.
- Patchen, M. (1970). *Participation, Achievement, and Involvement on the job*. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice Hall.
- Patterson, P. G., & Spreng, R. A. (1997). Modeling the determinants of customer satisfaction for business-to-business professional services. *Journal of the Academy of Marketing Sciences*, 25 (1), 4-17.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1999). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (5th ed.). Burr Ridge, Irwin, IL.
- Rodgers, W., Negash, S., & Suk, K. (2005), "The moderating effect of online experience on the antecedents and consequences of online satisfaction", *Psychology and Marketing*, 22(4), 313-331.
- Sebastianelli, R., & Tamimi, N. (2002). How product quality dimensions relate to defining quality. *The International Journal of Quality & Reliability Management*, 19 (4), 442-453.
- Singh, J. (1991). Understanding the structure of consumer satisfaction evaluation of service delivery. *Journal of Academy Marketing Sciences*, 19 (3), 223-234.

- Solomon, M. R. (2002). *Consumer Behavior-Buying, Having and Being*. NJ: Prentice-Hall.
- Speed, R., & Thompson, P. (2000). *Determinants of sports sponsorship response*. *Academy of Marketing Science*, 28 (2), 226-238.
- Tajfel, J. (1974). Social identity and intergroup behavior. *Social Science Information*, 13 (5), 65-93.
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of Retailing*, 70, 163-178.
- Venkartaman, M .P (1990). Opinion leadership,enduring involvement and characteristic of opinion leaders:A moderating or mediating relationship? In E.M.Goldberg.,G.Gerald., & W.P.Richard ( Eds. ) ,*Advances in consumer research*, 17,60-67. Provo,UT:Association for Consumer Research.
- Wang, Y., Lo, H. P., & Hui, Y. V. (2003). The antecedents of service quality and product quality and their influences on bank reputation: Evidence from the banking industry in China. *Managing Service Quality*, 12 (1), 72-83.
- Wan-Huggins, Veronica, N. (1998). The development and longitudinal test of a model of organizational identification. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 724-749.
- Warrington , P. & Shim, S. (2000). An empirical investigation of the relationship between produc involvement and brand commitment. *Psychology & Marketing*, 17, 761-782 .
- Woodside, G., A. & Daly, R. T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction, and behavioral intention. *Journal of Care Marketing*, Dec., 5-7.
- Zaichkowsky,J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of consumer research*, 12, 341-352.
- Zaichkowsky, J. L. (1986). Conceptualizing involvement. *Journal of Advertising*, 15 (6), 1-14.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52 (3), 2-22.

## 附錄

### 附件一、正式問卷

親愛的同學您好：

這是一份學術性的調查問卷，主要目的在瞭解您對學校運動設施使用滿意度、運動涉入、運動習慣及學校認同，採匿名方式填答，所有題目測量的實際知覺看法，沒有所謂「對」與「錯」。由非常不同意至非常同意中勾選最能代表您實際感覺的文字，所有資料僅供學術研究之用，請放心填答。若有任何問題，歡迎隨時詢問，相當感謝您的協助，謝謝。

敬祝

身體健康、心想事成

國立台灣體育學院運動管理學系碩士班

指導教授 王慶堂 博士

研究生 林慧菁

敬上

1. 性別：(1) 男 (2) 女
2. 就讀學校：\_\_\_\_\_
3. 就讀年級：(1) 一年級 (2) 二年級 (3) 三年級 (4) 四年級
4. 平均每月生活費用：  
3,000 元以下 3,001 元—6,000 元 6,001 元—9,000 元 9,001 元以上
5. 您的身體狀況是否適宜做運動：(1) 是 (2) 否
6. 平均每週運動的次數：(1) 2 次以下 (包含無) (2) 3-5 次 (3) 6-7 次
7. 是否有規律的運動習慣(每週 3 天以上、每次持續 30 分鐘以上、且心跳約 130 下)：  
(1) 是 (2) 否
8. 在大學期間是否加入校隊：(1) 是 (2) 否
9. 在大學期間是否參加運動性社團活動：(1) 是 (2) 否
10. 每週使用運動場館的次數約：(1) 無 (2) 1-2 次 (3) 3-4 次 (4) 5 次以上
11. 您每次使用運動設施時間約：  
30 分鐘以下 31-60 分鐘 61-90 分鐘 91-120 分鐘 121 分鐘以上
12. 我運動的時候喜歡使用校內的運動場館設施：(1) 是 (2) 否
13. 我認為運動場館的設施品質優劣會影響我運動的意願：(1) 是 (2) 否

◎ 運動涉入量表

	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
1. 運動對我而言是重要的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 參與運動是一件很開心的事情	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 運動很有趣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 運動很愉快	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我非常喜愛運動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 在我生活中運動佔很大的部分	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 在我生活中運動扮演重要的角色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我喜歡和朋友討論體育活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我有許多的朋友都和運動有關	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 運動能夠真實表現自己	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 看到別人參與運動我可以侃侃而談	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 一個人對運動的態度可以反應出他的個性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 當我運動時，我樂於其他人可以看見	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

◎ 運動場館服務品質量表

1. 學校場館有現代化的設備	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 學校場館的設施、環境吸引人	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 學校場館的員工穿著整齊、服務親切	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 學校場館的草皮維護相當完善	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 學校場館做出的承諾，均會及時完成	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 當我遭遇問題時，學校場館會熱誠的加以解決	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我與學校場館第一次往來就能感受完善的服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 學校場館會於答應完成的時間內提供服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 學校場館的記錄無誤	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 學校場館會提醒同學服務何時開始	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
11.學校場館的人員會適時提供我適合的服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.學校場館的人員很願意提供學生各項協助	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.學校場館的人員對學生的抱怨快速反應及改進	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.學校場館人員的行為能讓同學信任	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.我覺得到學校場館打球很安全	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.學校場館的人員對我很有禮貌	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.學校場館的人員從事他們的工作時可以獲 校適當的支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.學校場館能針對不同的同學提供所需的服 務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.學校場館的人員會給我關懷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.學校場館的人員很清楚我的需求	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.學校場館會將我關心的事放在心上	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.學校場館的開放時間均能符合同學需求	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>◎ 整體滿意度量表</b>					
1.我對於學校運動場館的整體規劃感到滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我對於學校場館運動場館的保養與維護感 到滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我對於學校所訂定的運動場館收費標準感 到滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.我對於學校所訂定的開放使用的時間感到 滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.我對於學校管理運動設施成效感到滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.我對於學校運動場館管理人員的服務態度 感到滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
7.我對於學校運動場館管理人員的專業能力感到滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.我對於學校運動場館管理人員的解決問題的能力感到滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.我對於學校設置殘障坡道方便殘障學生參與運動感到滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.我對於學校運動場館的清潔情況感到滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

◎ 學校認同量表

1.當有人批評我的學校時，我會覺得對我個人是一種侮辱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我對於別人如何看待我的學校感到有興趣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.學校的成功也是我的成功	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.我願意為了學校額外付出一些心力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.對於告訴別人我在這間學校就學，我覺得很光榮	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.我會告訴他人我所就讀的學校是一間很棒的學校	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.我認為我所就讀的學校很照顧校內學生	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.我認為學校的形象相當能夠代表我本人自己	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.我對於我所就讀的學校是具有忠誠度的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.我認為對運動場館設施越滿意越可以增加我對學校的認同感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.我認為運動代表隊學生對於學校認同感會比非代表隊學生高	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.學校對我而言很有意義	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	非常 不同 意	不 同 意	沒 意 見	同 意	非常 同 意
13.我對學校的情感勝過其他學校	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.我對學校有強烈的認同感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.我對學校以及在這裡的人有特殊的情誼	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

問卷到此結束 感謝您的填答