

國立臺灣體育大學運動管理學系碩士班  
碩士學位論文

學校運動場館委外經營服務品質與使用者滿意度  
之研究 - 以臺北市立南湖高中為例

**Service Quality and User Satisfaction of the  
School Sport Facility Operation –  
A Case Study Of Taipei Nanhu High School**



研 究 生：黃士軒  
指 導 教 授：王慶堂 博士

中 華 民 國 九 十 八 年 七 月  
台 中 市

論文名稱:學校運動場館委外經營服務品質與使用者滿意度之研究 - 以臺北市南湖高中為例

總頁數:118 頁

院校所組別: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:九十七學年度第二學期碩士學位論文

研究生:黃士軒

指導教授:王慶堂 博士

## 中文摘要

「促參法」施行後，開啟了民間參與公共建設的大門，臺北市政府教育局據此訂定「臺北市推動民間參與各級學校運動設施營運管理作業要點」，南湖高中為2006年首波申請辦理委託民間營運學校之一，且範圍包含游泳池、韻律教室、綜合球場與健身中心等設施。本研究針對南湖高中活動中心委外經營之服務品質與使用者滿意度進行調查，旨在探討使用人口分布情形與服務品質、滿意度現況及其關係。於2009年5月1日至25日進行施測，有效問卷計387份，有效問卷回收率為83.9%，並以描述性統計、獨立樣本t檢定、相依樣本t檢定、單因子變異數分析及多元逐步迴歸進行分析。研究結果發現期望服務品質顯著高於感受服務品質，且感受服務品質與使用者滿意度呈顯著正相關；感受服務品質對使用者滿意度有正面之影響。本研究建議營運單位可針對學生與非學生族群規劃適合之消費方案；採積點和紅利之方式吸引固定客源和提升使用頻率，增加活動中心整體使用率。最後，以長期觀點方面營運者應持續維持與提升服務品質，滿足使用者之需求，以增進使用者滿意度。

**關鍵字:服務品質、使用者滿意度、委外經營**

**Title of Thesis:**Service quality and user satisfaction of the school sport facility operation - A case study of Taipei Nanhu senior high school.

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

**Graduate date:** June 2009

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

**Name of student:**Huang, Shih-Syuan

**Advisor:** Dr. Wang Ching-tang

### **Abstract**

Outsourcing has become an important way for the public school to maintain its sport facilities operate without government subsidy. While the private investments and operation is brought into public good, making profit is the first priority and goal for the outsourcing corporation. This research is a case study of the Taipei Nanhu senior high school sport center in three aspects: service quality, satisfaction and demographic statistics among the users. The differences of user anticipation against service quality perception were been analyzed first, followed by the analysis of the relevance between service quality received by user and user's satisfaction as well as the projection on the service quality perceived and degrees of satisfaction.

This research is conducted through questionnaire survey, convenience sampling. The total samples given out are 500 copies, and the effective samples collected were 387, effective sample collection percentage is 83.9%. Data was analyzed by the method of descriptive and inferential statistics, including one-way ANOVA, Pearson product- moment correlation, and multiple stepwise regression. It was found that there is significant difference between the anticipate and precieved service quality, the anticipate part is higher than the precieved part. Second, age, education, marriage, facilities utilization method, income, and facilities utilization time are influential factors trigger users' satisfaction towards sports center. Third, the result shows the precieved service quality is positively relevant ro users' satisfaction. Finally, the preieved service quality could be the predictor toward users' satisfaction.

**Keywords:** Service quality, Users' satisfaction, Outsourcing

## 謝誌

回想兩年前，從繁華的台北市，到樸實的朴子市；從毫無關聯的國民教育系，進入陌生的運動管理領域。經歷延畢、休學與漫長且繁重的研究生活，完成論文的那一剎那，痛苦與煎熬的感覺消失了，伴隨而來的是一份莫名的空虛。在等當兵的這段時間，同時作論文最後的收尾，我突然領悟到一個研究的歷程、一個領域的專業，並不是因學歷成正比的匹配，而是自己過去、現在與未來是否能夠始終如一地走下去，在這樣的過程中產生的智慧、遇到的人事物，才是無法抹滅的價值。以下感謝這段時間內陪伴我完成論文的貴人：

首先感謝王教授慶堂的指導，從起初的方向、確定主題到解決撰寫論文過程中所遇到的困難，以及口試委員林教授房儻、張教授良漢在論文上不吝建議；班導張振崗教授與黃彥翔主任協助我在課業與生活上融入這個領域，以及助教靜宜學姐不厭其煩地幫忙與提醒。

其次感謝炮哥、猴子學長總是在我感到挫折時給我鼓勵與分享；總是互相扶持和吐苦水的室友中村、陪我宣洩壓力和體重的球友可強、唯一的菸友甲霖、大師兄兼經紀人郁然以及就感心的徐瑜、小黑和蓓蓓；還得感謝鳳梨讓我在台北有個遮風避雨的地方，俊谷、懷文、立暉和老友仲柏，讓生活增添更多色彩。

最後，感謝老媽，總是得包容我的壞脾氣，並默默地在背後支持我。以及曾經關心、幫忙和陪伴我的大家，族繁不及備載，僅以本論文獻給最摯愛的各位。

## 目錄

<b>第一章 緒論</b> .....	<b>1</b>
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究目的 .....	3
第三節 研究問題 .....	3
第四節 研究範圍 .....	4
第五節 研究限制 .....	4
第六節 名詞操作性定義 .....	4
<b>第二章 文獻探討</b> .....	<b>6</b>
第一節 滿意度相關理論 .....	6
第二節 運動場館滿意度相關文獻探討 .....	13
第三節 服務品質相關文獻探討 .....	18
第四節 各級學校運動場館現況 .....	31
第五節 運動場館委外經營相關文獻探討 .....	39
第六節 本章總結 .....	45
<b>第三章 研究方法</b> .....	<b>47</b>
第一節 研究架構 .....	47
第二節 研究假設 .....	48
第三節 研究流程 .....	49
第四節 研究對象 .....	50
第五節 研究工具 .....	52
第六節 研究過程 .....	64
第七節 資料統計與處理方法 .....	64
<b>第四章 結果與討論</b> .....	<b>67</b>
第一節 活動中心使用者人口統計變項之分佈情況 .....	67
第二節 使用者期望與感受服務品質之現況 .....	75
第三節 使用者滿意度之現況 .....	79
第四節 使用者期望服務品質與感受服務品質之差異情形 .....	81
第五節 人口統計變項對使用者滿意度之差異情形 .....	82
第六節 使用者感受服務品質與使用滿意度之相關分析 .....	95

第七節 使用者感受服務品質對使用滿意度之影響.....	98
<b>第五章 結論與建議 .....</b>	<b>103</b>
第一節 結論.....	103
第二節 建議.....	106

## 表目錄

表 2-1 滿意度相關學者之定義	7
表 2-2 滿意度量表題項與因素結構	15
表 2-3 臺灣地區公立大學體育館營運績效顧客構面指標	18
表 2-4 服務品質定義彙整表	20
表 2-5 SERVQUAL 量表構面與問項彙整表	29
表 2-6 學校運動場地經營管理問題之面向與內容整理表	35
表 2-7 臺北市政府教育局暨所屬機關委外經營且涉對外服務場館一覽表	41
表 3-1 南湖高中活動中心各樓層空間之運用項目	51
表 3-2 使用者期望服務品質(ES)量表項目分析摘要表	54
表 3-3 使用者感受服務品質(PS)量表項目分析摘要表	55
表 3-4 使用者滿意度量表項目分析結果摘要表	57
表 3-5 使用者期望服務品質(ES)量表因素結構摘要表	59
表 3-6 使用者滿意度(US)量表因素結構摘要表	61
表 3-7 期望服務品質量表各構面信度摘要表	63
表 3-8 使用滿意度量表各構面信度摘要表	64
表 4-1 南湖高中活動中心使用者人口統計變項分配表	70
表 4-2 南湖高中活動中心使用者運動設施使用情形分配	73
表 4-3 期望服務品質現況分析摘要表	76
表 4-4 期望服務品質各構面現況分析摘要表	77
表 4-5 感受服務品質現況分析摘要表	78
表 4-6 感受服務品質各構面現況分析摘要表	79
表 4-7 使用滿意度現況分析摘要表	79
表 4-8 使用者滿意度各構面現況分析摘要表	81
表 4-9 期望服務品質與感受服務品質之變異數分析摘要表	82
表 4-10 不同性別對使用者滿意度之差異分析摘要表	83
表 4-11 不同年齡對使用者滿意度之差異分析摘要表	83
表 4-12 不同學歷對使用滿意度差異分析摘要表	85
表 4-13 不同職業對使用滿意度之差異分析差異表	86
表 4-14 不同居住地區對使用者滿意度之差異分析摘要表	87
表 4-15 不同居住地區對使用者滿意度之差異分析摘要表	88
表 4-16 不同婚姻狀況使用者差異之分析摘要表	88
表 4-17 不同使用方式使用者對滿意度差異分析摘要表	89
表 4-18 不同平均月收入使用者對滿意度差異分析摘要表	91
表 4-19 使用頻率對使用者滿意度之差異分析摘要表	92
表 4-20 最常使用運動設施對使用滿意度差異分析摘要表	93
表 4-21 最常使用時段對使用者滿意度之差異分析摘要表	94

表 4-22	有形性構面與使用滿意度之相關分析摘要表	96
表 4-23	保證性構面與使用滿意度之相關分析摘要表	96
表 4-24	關懷性構面與使用滿意度之相關分析摘要表	97
表 4-25	回應性構面與使用滿意度之相關分析摘要表	97
表 4-26	「服務人員態度」構面多元迴歸分析摘要表	99
表 4-27	「使用價格與氣氛」構面多元迴歸分析摘要表	100
表 4-28	「環境衛生與安全」構面多元迴歸分析摘要表	100
表 4-29	「組織規劃與維護」構面多元迴歸分析摘要表	101
表 4-30	「場地與設備規劃」構面多元迴歸分析摘要表	101

## 圖目錄

圖 2-1 顧客滿意度之整體意涵 .....	12
圖 2-2 服務品質概念圖 .....	25
圖 2-3 服務品質模式圖 .....	28
圖 2-4 民間參與學校游泳池興建計畫作業流程 .....	43
圖 3-1 研究架構圖 .....	48
圖 3-2 研究流程 .....	49
圖 3-3 正式問卷流程圖 .....	53

## 第一章 緒論

隨著週休二日的來臨與國民生活水準的提升，民眾對日常從事動態生活的需求與日俱增，然而目前國內民眾休閒運動與藝文活動空間的需求卻相形不足。因應政府政策之「普及全民運動風氣」、「建構優質運動環境」之原則下，行政院體育委員會積極推動「運動人口倍增計畫」來倡導民眾參與運動，並透過多元化推廣政策與積極開放公立運動場館與學校運動設施提供民眾使用，冀望達成運動人口倍增之目標，因此政策與目標的推動，讓學校運動場地設施使用定位由單一以教學活動為主逐漸轉為教學與民眾休閒雙導向的趨勢。

### 第一節 研究背景與動機

以國內各級學校游泳池為例，依據教育部自2005年至2008年實施之「確立海洋臺灣的推動體系—推動學生游泳能力方案」，4年內興建40座游泳池，每座補助4,500萬，共計新臺幣18億元；4年內整建80座游泳池，每座補助300萬，共計新臺幣2.4億元，總經費新臺幣20.4億元，然若以學校新設戶外25公尺游泳池每座全年可服務總人次4,000人計算，需再興建501座游泳池方能達成供需平衡（教育部，2005b）。大部份國立高中職學校游泳池經營的困難不外乎人力短缺與經費不足（王凱立，2001），游泳池反而成為學校財政的負擔。

由此可見，補助學校運動場館興建不僅是當前重要課題，事前與建後經營規劃與評估才是值得關注的問題，政府相關單位與各級學校主管機關須提出詳細營運方針與評估策

略，經由各部會人事協調，分配職掌、開放規範、經營與財務管理等步驟研擬妥善計畫，不應使學校運動場館成為財務包袱，造成無法維護、提昇品質和使用率不足的狀況，甚至變成學校風險管理上的危機。

2000年2月9日，經總統公布施行促進民間參與公共建設法，以下簡稱「促參法」，從法制的基礎提供民間參與公共建設之管道，為健全民間投資公共建設之法制環境邁進一步。

臺北市政府依據促參法及教育部「民間參與學校游泳池興建營運作業要點」之相關規定，特訂定「臺北市推動民間參與各級學校運動設施營運管理作業要點」，授權臺北市教育局辦理各校民間參與學校運動設施營運管理工作。2006年首波申請辦理之學校有高中2所（臺北市立華江高級中學、臺北市南湖高級中學）、國中2所（臺北市立雙園國民中學、臺北市立龍門國民中學）、國小1所（臺北市信義區博愛國民小學），共計5所。其中以臺北市立南湖高級中學運動設施委託民間營運之範圍最廣，不同於其他學校僅以單一游泳池委外，南湖高中委外之範疇包括25公尺標準游泳池、韻律教室、活動中心、健身中心，範圍之大已成全國高級中學以下學校運動設施委託經營之創舉，因此成為本研究動機之一。

而基於企業化經營導向，增加使用率是未來研究重點，過去不少學者均指出服務品質與滿意度能有效影響忠誠度與再購意願。因此，南湖高中活動中心勢必導入營利取向之經營思維，除了鄰近區域的民眾，在校師生同為使用者，不僅是固定消費者，亦是口耳相傳的媒介，因此如何開發潛在顧客、與舊有的顧客保持良好的長期關係，並了解其各項需求

與滿意度，隨時提供最佳的服務品質、產品內容，實為南湖高中校方與委外單位永續經營，應特別關切的重要議題，亦是本研究動機之二。

## 第二節 研究目的

本研究主要針對臺北市立南湖高中活動中心使用者服務品質之認知、使用滿意度等構面來加以探討，具體目的如下：

- 一、瞭解活動中心使用者人口統計變項之分佈情況。
- 二、瞭解活動中心使用者服務品質認知之構面。
- 三、瞭解活動中心使用者滿意度之構面。
- 四、瞭解活動中心使用者期望與感受服務品質各構面間之差異情形。
- 五、瞭解不同人口統計變項之活動中心使用者於使用滿意度因素間之差異情形。
- 六、瞭解活動中心使用者感受服務品質與使用滿意度之相關情形。
- 七、瞭解活動中心感受服務品質對使用滿意度的因果關係。

## 第三節 研究問題

根據前述的研究目的，本研究問題如下：

- 一、探討活動中心使用者人口統計變項之分佈情況為何？
- 二、探討活動中心使用者期望與感受之服務品質現況為何？
- 三、探討活動中心使用者之滿意度現況為何？
- 四、探討活動中心使用者對服務品質期望與感受是否有顯著差異？
- 五、探討不同人口統計變項之使用者滿意度是否有顯著差異？

六、探討活動中心使用者對服務品質感受程度及滿意度是否有顯著相關？

七、探討活動中心服務品質感受程度對使用滿意度有是否預測能力？

#### **第四節 研究範圍**

本研究針對學校委外經營之運動場館使用者進行服務品質與使用滿意度之調查，以南湖高中活動中心為研究範圍，主要調查的對象為南湖高中活動中心使用者，調查時間由2009年5月1日起至2009年5月25日止。

#### **第五節 研究限制**

本研究呈現結果可供營運者做決策之用，屬於個案探討之方式，臺北市各地區使用者背景及消費習性不同，因此不能代表所有學校之運動場館。

#### **第六節 名詞操作性定義**

##### **一、學校運動場館**

本研究將運動場館定義為室內運動場館，包括體育館、柔道房、室內游泳池、室內籃球場、室內排球場、室內羽球場、重量訓練室、體操房、武術室、韻律房和桌球室等。

##### **二、委外經營**

O.T. (Operate and Transfer, O.T.)是公共建設對政府（學校）投資興建完成後，委託民間機構營運，期滿後營運權歸還政府。

##### **三、服務品質認知**

服務品質認知為使用者接受服務之前，對服務的期待與預期程度，與接受服務之後，對服務的實際感受間的差異。對運動中心而言，服務品質認知即為參與活動中心服務的使用者對其所提供之相關運動服務，使用前期望的感覺與使用後實際的感受，兩者之間差距的主觀感受。

#### 四、使用者滿意度

滿意乃是一種特定交易的反應。使用滿意是在特定使用情境下，對於使用產品所獲得的價值程度，一種立即性的情緒反應。本研究所指滿意度為使用者對其消費的服務或產品而有所感受，包括人員服務、場地設施、運動服務、環境衛生等項目的滿意狀況。

## 第二章 文獻探討

本章將針對本研究之相關文獻，加以回顧與整理，以建立本研究之架構與假說。以下依序就第一節、滿意度相關理論；第二節、運動場館滿意度相關文獻探討；第三節、服務品質相關文獻探討；第四節、各級學校運動場館現況；第五節運動設施委外經營相關文獻探討；第六節本章總結等，進行相關文獻探討。

### 第一節 滿意度相關理論

顧客滿意度是許多企業追求的目標，也是企業經營管理最重要的評估指標。Kotler(1999)認為顧客滿意度會產生再購、愉悅與他人討論該公司產品、對公司的品牌具忠誠度。因此，近年來世界各主要先進國家，莫不致力於建立顧客滿意評量制度，以作為產業競爭力的評量指標(郭德寶，1999)。

Muller(1991)提出顧客滿意度將成為未來企業成功的關鍵因素之論點，因為顧客滿意度與否直接影響到品牌忠誠、抱怨、口碑、市場佔有率與企業形象，進而改變競爭態勢，最後對企業之獲利率也將造成衝擊(徐達光，2003)。

#### 一、顧客滿意度之定義

侯錦雄(1990)認為「滿意度」向來是各研究用來測量人們對產品、工作、生活品質或各項服務品質等方面之看法的工具，是一項相當有用的衡量行為指標。相當多研究滿意度的文獻中都發現，消費者不同的社經特徵，在不同的文化影響下，產生多樣的態度偏好及動機，並以不同的方式影響其對滿意度及品質的知覺。針對各學者所提出之滿意度定義

整理如表 2-1。

表 2-1 滿意度相關學者之定義

學者	年代	定義內容
Hampel	1977	顧客滿意度是決定於顧客期望產品或服務之實現程度，其反映在「期望」與「實際」結果之一致程度。
Churchill & Surprenant	1982	顧客滿意度乃是購買與使用之結果，此結果由顧客之購買報酬、購買成本與期望比較而來，其滿意度函數關係為：滿意度 = f(期望、績效)。
Woodside & Daly	1989	顧客滿意度是一種購後母體，反映出購買者在經驗之後，喜歡不喜歡之程度，也就是說，顧客滿意度是一種以經驗為基礎的整體性態度。
Goodman	1989	顧客滿意度是顧客之需求慾望、與期望配合或超過時，所產生的重複購買以及持久的忠誠度。
Engel, Blackwell & Miniard	1990	顧客使用產品後，會對產品績效和購買之前信念兩者之間一致性加以評估，當兩者間有相當一致性時，顧客將獲得滿足，反之，若消費者對產品之信念和產品實際績

效兩者不一致時，則顧客將產生不滿意。

表 2-1 滿意度相關學者之定義(續)

學者	年代	定義內容
Peterson Wilson	& 1992	顧客滿意度是企業政策與競爭策略的重要情境因素，從「服務品質」的文獻中可瞭解經營服務業的本質，從「顧客滿意度」的探討，可學習瞭解探索顧客聲音的方法。
Woodruff Jenkins	& 1993	消費者使用情緒性的語句來表達出對使用產品的感覺，以代表消費者滿意時所感覺的情緒。
Kolter	1999	顧客滿意度是一種購買者在購前期望下對產品品質之購後評價。
蘇武龍	2000	滿意度係指一群具有代表性的消費者，在沒有事先約定的情況下，於某一個時間點或期間，個別性的參加某次服務傳遞過程而對於該次服務的平均滿足程度。
衛南陽	2002	顧客滿意是建構在事前顧客對產品與服務的期望與購買後知覺的經驗，兩者間的差距表示滿意與不

---

滿意的程度，當期望的知覺大於實際的經驗，顧客產生不滿意的程度，當實際的知覺大於期望，則產生滿意的程度。

---

資料來源：改編自林昌國（2004）

綜合以上學者對顧客滿意之定義，顧客對於滿意度的決定，會受購買前付出「報酬」（或成本）所抱持的「期望」與購買後「實際」認知的「績效」影響，顧客滿意是顧客對於「產品」或「服務」在使用後或感受後經過評價與比較由心理直接反映出來的喜歡或不喜歡、滿意或不滿意的一種態度（鄭順聰，2001）。

## 二、滿意度的構成項目

顧客對企業是否滿意，並非單一現象所構成，而是融合了經營管理的各種現象以及雙方互動，形成一種複雜情形，衛南陽（2002）認為影響顧客滿意的構成項目，可以從期望差異論、四基礎論、實體項目論、時間印象論，整體論等觀點分析，歐美學者 Churchill Surprenant (1982)整合了許多不同學者的論點，歸納出影響顧客滿意「期望差異論」的幾個因素：

- （一）顧客期望：顧客購買之前，心中預期產品能帶來的利益，事實上，這也是消費者心中預期的產品績效。

- (二) 產品績效：顧客在購買之後，實際體驗到產品使用績效，這是一種比較之後的標準，經常用來與購買前的期望相比較。
- (三) 不一致性：顧客購買之後，實際體驗到的產品使用績效，這是一種比較之後的標準，經常用來與購買前的期望相比較。
- (四) 顧客滿意：顧客心中購買使用之後，對待產品的整體態度。實際比預期更佳，顧客會滿意，實際比預期更差，顧客會不滿意。

學者 Lele & Sheth (1988)認為顧客滿意的構成，可以參考

四基礎論，包括：

- (一) 產品：產品設計、市場資訊回饋與設計者的設計動機、掌握資源與製造控制。
- (二) 銷售活動：訊息的取得、態度的訓練、中間商的努力。
- (三) 銷售後：支援活動、回饋與賠償。
- (四) 文化：正式的形象系統、非正式的形象系統。

日本產能大學教授持本志行認為，顧客滿意可以從「實體項目」論分析。他認為顧客滿意的構成內容，可以分成三種實

體項目：第一種是與商品有關的項目（價格、品質優良點與品

質不良點），第二種是與印象有關的項目（經營評價、商品評價及企業形象評價），第三種是和服務有關的部份（人員服務、商品服務及活動設計）。

衛南陽（2002）將顧客滿意的構成內容依照時間的先後  
次  
序分成三種顧客滿意印象，分別是外表印象（當顧客開始知  
道  
這一家企業的第一次接觸時的印象），接受印象（當顧客與  
企業接觸後，進一步的感受印象，是一種受到各種主客觀影  
響下，  
隱藏在顧客心中的看法）及公益印象（也就是銷售行為結束  
後  
與平日的連續印象）。上述的各種研究結果，都是從「顧客  
滿意」這個現象內容去分解，顧客滿意專家Stanley Brown  
(1995)，提出整體論指出，不能單純只觀察顧客滿意，必須  
將內部顧客滿意、利潤連結起來，這樣企業才能瞭解顧客滿  
意的整體意涵（衛南陽，2002）。

由圖 2-1 可知，對於服務業而言，內部員工可視為消費  
者，  
管理者必須與員工有良好的溝通，並使其對工作產生熱忱，  
惟  
有滿意的員工，才有滿意的顧客，也才可能達成股東滿意。  
因  
為，當員工滿意的時候，才有可能生產或提供讓顧客滿意的  
產  
品或服務，並吸引其成為公司最忠實的顧客。

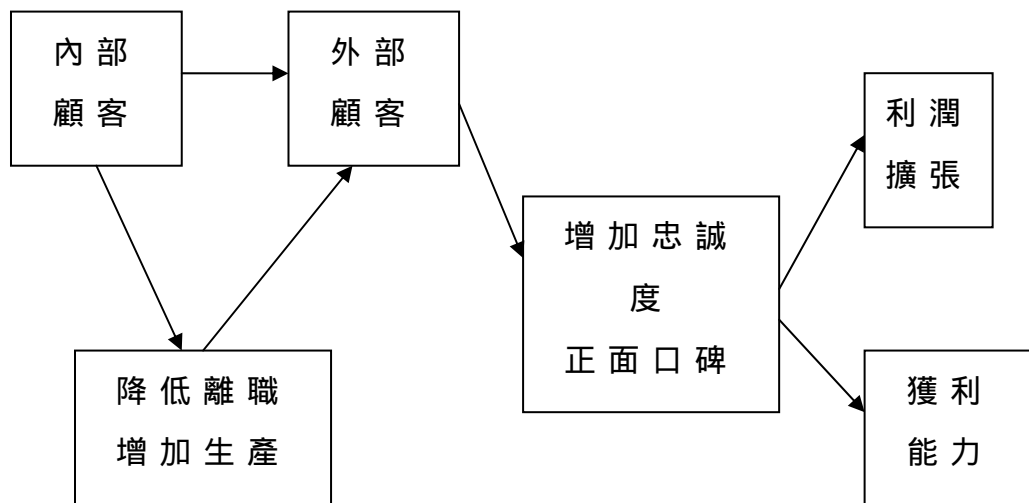


圖 2-1 顧客滿意度之整體意涵

資料來源：衛南陽（2002）。*顧客滿意經營的六大觀點：衛南陽談顧客滿意*。臺北縣：商兆文化股份有限公司，61。

### 三、滿意度相關的衡量尺度

Flanagan and Frederick (1993)認為顧客滿意度的衡量能使企業明確了解市場上的消費趨勢，同時也是獲得市場優勢的重要利器，因此，企業對於顧客滿意度的解釋十分重要的。一般衡量方式大致分「整體滿意度」及「分項滿意度」二種。整體滿意度是衡量消費者，對產品的整體使用結果，視為一個整體性的評估；分項滿意度則是指產品各屬性的滿意度(彭博彥，2006)。有關顧客滿意度的衡量，許多學者曾運用不同的「衡量尺度」來衡量，以求精確、可靠的資料。根據毛曉夫(1997)的分類，用來衡量顧客滿意度的尺度可以分為以下五類：

(一) 簡單滿意尺度 (simple satisfaction scale)

從「完全滿意」、「非常滿意」、到「很少滿意」、「沒有滿意」等，分為三個、五個或七個尺度，而「很少滿意」或「沒有滿意」通常即表示不滿意。

(二) 混合尺度 (mixed scale)

從「非常滿意」、「滿意」、到「不滿意」、「非常不滿意」等，分成三個、五個或七個尺度，而「滿意」和「不滿意」是位於連續帶上的兩端。

(三) 期望尺度 (expectational scale)

衡量產品的表現較顧客預期的好或壞。此尺度隱含的觀念是：若產品的表現比顧客預期的好，則顧客會感到滿意；反之，若產品的表現比顧客預期的差，則顧客會感到不滿意。

(四) 態度尺度 (attitude scale)

從「非常喜歡」、「喜歡」、到「不喜歡」、「非常不喜歡」等，分成三個、五個或七個尺度，目的在衡量顧客的態度和信仰；顧客越喜歡某一產品，代表他對該產品的滿意程度越高。

(五) 情感尺度 (affect scale)

衡量顧客在情感面的反應，顧客若有正面的情感反應，表示對該產品感到滿意，反之，顧客若有負面的情感，則表示顧客對該產品不滿意。

## 第二節 運動場館滿意度相關文獻探討

國內探討學校運動場地設施滿意度的研究，早在1970年代就已出現(吳萬服，1972；蘇文得，1974；蔡崇濱，1976)，

或許是升學率低的關係，主事者未曾認同學生的感受，以致後續研究未再以使用者的立場主動探討學校運動場地設施可以改善的空間（陳啟誠，2003）。

方信淵（1998）對於國立臺灣師範大學本、分部室內溫水游泳池與國立清華大學室內溫水游泳池對外開放之會員滿意度比較研究中發現：不同公立大學游泳池的顧客滿意度有差異，其中國立臺灣師範大學分部的顧客滿意度最優、國立臺灣師範大學本部的顧客滿意度次之、國立清華大學最差。服務品質與顧客滿意度之評價有截然不同的結果；服務品質最好的游泳池在顧客滿意度上卻有最差的評價。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、再購行為與抱怨次數。

陳啟誠（2003）對於臺北市立國中生使用校內運動場地設施滿意度調查研究中發現：學生對校內運動場地設施的整體性使用滿意度為「普通」，學生對校內各項室內、外運動場地設施感到不滿意的前五項原因依序為：器材不好、課餘不開放、數量不足、骯髒雜亂、通風不良。學生的不同「性別」、「年級」、「成員身分」、「學校區域」、「使用時段」、「使用次數」、「持續使用時間」、「運動同伴」、「再次使用意願」等因素，會影響國中生使用學校運動場地設施滿意度的高低。

余泳樟（2004）以臺北市北投區市民運動中心為研究對象，探討使用者對運動中心服務品質認知、使用滿意度及人口統計變數之差異情形，再分析使用者感受服務品質與使用滿意度之相關情形與認知服務品質對使用滿意度的預測情形。結果顯示在使用者滿意度各構面之排行依序為：（一）環

境安全與衛生；(二)服務人員態度；(三)組織形象與運動氣氛；(四)場地設施規劃；(五)訂價標準。各構面指標如表 2-2，其中不同「年齡」、「學歷」、「使用方式」、「平均月收入」、「最常使用之運動設施」之變項對使用滿意度呈顯著差異。

李真玲(2005)於「公立體育場域民眾運動參與動機與滿意度之研究-以臺中縣為例」，探討民眾到公立體育場館運動的參與動機以及對於體育場館所提供服務品質滿意的程度，依據相關文獻探討及參酌 Parasuraam、Zeithaml & Berry (1988)「SERVQUAL 量表」和編製顧客滿意度量表，以到臺中縣立體育場館運動的民眾為對象，採問卷調查方式，主要係指民眾到公立體育場館參與活動對於體育場館所提供硬體設施與軟體服務品質之顧客滿意度評價，衡量構面包括有形性、可靠性、反應性、信賴性、勝任性、禮貌性、安全性、溝通性、瞭解性及接近性。研究結果顯示，民眾對於到公立體育場館運動，就服務品質各面向所感受的顧客滿意程度僅為中等程度，顯示體育場館不論在軟體或硬體設施上都有再加強改善的空間。在服務品質滿意度上，除了性別、月收入狀態於各構面無顯著差異外，其他不論是年齡、學歷、婚姻、職業、運動項目與運動頻率分別在服務品質的十構面中多少都有差異性的存在。

表 2-2 滿意度量表題項與因素結構

構面名稱	題項
服務人員態度	服務人員的專業素質 服務人員的服務態度

	服務人員能處理我的個別需求 服務人員能及時提供服務 服務人員對會員申述的處理與態度
環境安全與衛生	運動中心內運動場地的安全性 運動中心內運動設備器材的安全性 運動中心內運動場地的環境衛生 運動中心內附屬設施的環境衛生 運動中心內附屬公共設施的環境衛生 運動中心內盥洗設備的環境衛生
組織形象與運動氣氛	運動中心內中央空調的舒適度 運動中心所提供之運動服務規劃內容 運動中心所提供之運動相關資訊 運動中心內動線規劃 運動中心之設施保養與維修 運動中心內營造的運動氣氛 運動中心的交通便利性
場地設施規劃	運動中心內運動設備器材的規劃內容 運動中心內運動場地規劃內容 運動中心內附屬設施規劃內容 運動中心內附屬公共設施規劃內容
訂價標準	運動中心課程服務的付費標準 運動中心場地使用的付費標準

資料來源：本研究整理

根據鄭志富、呂宛蓁、曹校章（2005）「臺灣地區各縣市體育館營運績效指標評估之實證研究」，針對臺北市等18縣市立體育場場長（或相關主管）為對象，透過訪談法及文獻分析法，兼以平衡計分卡之觀點，探討臺灣地區體育館現

行營運績效現況調查結果發現，臺灣地區各縣市體育館營運績效指標構面中，顧客構面佔有最高之權重值，且顧客滿意度佔顧客構面之關鍵驅動因素權重超過七成，顯示顧客需求將是未來各縣市體育館之營運核心。而從各構面之累加評估值可知，顧客構面之執行率偏低，居於四大構面之末。從顧客構面上，各縣市體育場屬於公部門的一環，從服務市民的角度而言，焦點以滿足顧客需求為最終達成的使命與達成的使命與願景（鍾文貴，2003）。顧客構面行動指標整理如表2-3。而由研究者從實際評估及深度訪談可知，在顧客構面之行動指標實際執行上，各縣市體育館對於「良好空間規劃」、「場地清潔維護」、「交通及周遭狀況」等行動指標有較高的執行度，而表現上亦較良好，在主動訪查價格滿意度與場地開放時段方面，則仍不足，因此，研究評估結果認為未來各縣市的體育館的經營如能強化顧客策略的規劃，將有助於營運績效的表現。

藉由彙整運動場館滿意度相關文獻可推導出本研究所需分析之項目，滿意度主要可分為「外部環境」與「內部服務」兩構面，總體而言即使用或消費過程中所接觸的硬體設備與軟體服務。運動場館經營者提供服務以增加營收；而使用者因不同背景、參與行為產生不一之滿意度，進而產生忠誠度與再購意願。

表 2-3 臺灣地區公立大學體育館營運績效顧客構面指標

指標構面	關鍵驅動因素	行動指標
顧客	顧客滿意度	1、訪查價格滿意度
		2、訪查場地開放時段滿意度
		3、增進顧客使用意願
		4、積極處理客訴案件
	環境滿意度	1、良好空間規劃
		2、防護器材設置
		3、維護場地清潔衛生
		4、重視安全管理
		5、交通及周邊狀況

資料來源：本研究整理

### 第三節 服務品質相關文獻探討

本節將探討服務品質理論，分為三個部分依次討論：首先說明服務之意義與特性，其次為服務品質的定義，最後討論服務品質構面與量表，以期明確瞭解服務品質之理論。

#### 一、服務之意義與特性

##### (一) 服務之意義

服務(Service)一詞，源自於拉丁語 Servitium，原意為「奴隸奉承」，但經時代演進，意義也隨之改變(陳景森，1996)。服務因情境相異而有多種定義，以下為較常見之定義：美國行銷協會(1960)將服務定義為「單純由銷售或伴隨貨品銷售而提供之活動、效益或滿足感」。

Stanton(1987)提出服務是一種可以被區分以滿足需求的

活動或行為。且伴隨實體性產品而產生的服務並不會轉移服務的所有權。Kotler(1988)將服務定義為「係指由某一方提供他方的任何活動或利益，其本質上是無形的，且無法產生事物的所有權。服務的生產可能與某項實體產品有關，也可能無關。」

杉本辰夫(1986)則將服務定義為「直接或間接以某種型態，有代價地提供給需求者所要求之事務，是以滿足顧客之需求為前提，達到企業目的並獲取必要的利潤所採行的行動」。

## (二) 服務的特性

Parasruaman et al.(1985, 1988)綜合服務行銷文獻認為服務應具有下列的特性：

- 1、無形性(intangibility)：服務並非是一種實體，消費者看不見也摸不著，因此要設定服務品質標準是非常困難的。
- 2、同時性(simultaneity)：服務進行時服務者與被服務者必須同時存在，也就是說服務與消費是同時發生的。
- 3、異質性(heterogeneity)：服務的過程具有高度的變動性，使得服務品質在不同的時間、消費者與生產情況會有不同的品質。
- 4、易消逝性(perishability)：服務產品無法儲存，因此在服務的供給與需求控制上較難執行。

Kotler(1991)則將服務特性歸納為無形性、不可分離性、可變性與易逝性等四大特性，分述如下：

- 1、無形性(intangibility)：服務是無形的，它不像一般實體產品，在購買之前並無法看到結果。因此，為了降

低消費者的不確定性，消費者通常會要求服務品質的保證或具體事實，所以服務的提供者主要任務在於使無形的事物化為有形，以提供給消費者信心。

- 2、不可分離性(inseparability)：通常服務的產生與消費者是同時進行的，這和實體產品製造、儲存、配送、銷售、消費的程序並不相同。大多數服務的接受者與供應者必須同時在場，而且彼此之間互動的關係會影響服務產出的結果。
- 3、可變性(variability)：隨著服務提供者的不同，或提供服務的時間與地點不同，都會使服務的效果有所改變，因此，服務具有相當高的可變性。由於服務具有此一特性，所以當服務購買者在選擇服務提供者時，都會仔細考慮之後才做決定。
- 4、易逝性(perishability)：服務是無法儲存的，不向一般實體產品可以儲存求售。一般而言，只有在顧客出現時，服務才有其價值性。因此當市場需求起伏過大時，服務的提供者將產生極大的困擾。

## 二、服務品質的定義

隨著時代變遷與產業轉型，服務業發展日益蓬勃，品質的概念漸漸融入服務之中，服務品質可以說是目前服務業最重要的概念，以下將提出相關文獻針對服務品質的定義，本研究加以整理成表 2-4。

表 2-4 服務品質定義彙整表

學者	年份	定義
Parasuraman, Zeithaml & Berry	1985	界定其操作性定義為「顧客對服務之期望水準與實際所提供服務水準之認知之差距」。
Parasuraman, Zeithaml & Berry	1988	服務品質是在服務傳遞過程，服務提供者和顧客互動過程中所產生服務優劣的程度；強調服務品質是由「顧客方」定義，而非由「管理方」定義。
賴仲庸	1995	顧客期望的服務水準與認知的服務水準有顯著差異；顧客認知的服務水準對顧客整體的滿意度有顯著相關性；服務品質差距對於顧客整體的滿意程度有顯著的相關性。
梁志隆	2000	在服務品質之五項構面與顧客滿意之連結關係上，經檢定後，發現 Parasuraman et al. 服務品質構面與顧客滿意度有密切的關係。
薄喬萍	2001	要想提高服務品質，必須先要瞭解影響服務品質的特性，知道這些特性之後，方可據以對症下藥，加以有效地管理。共區分為五大特性：時間、服務人員、服務方式、所提供的服務產品、設施與位置方面。

資料來源：本研究整理

### 三、服務品質構面與量表

## (一) 服務品質構面

- 1、服務品質的構面最早由 Sasser, Olsen and Wyckoff(1978) 提出，服務業的產出具有無形、不可儲存以及顧客參與服務流程的程度較高等特性，而這些特性都會影響的品質，因此認為服務品質應由以下七個構面來衡量：
  - (1) 安全性 (security)：指服務系統值得顧客信任的程度。
  - (2) 一致性 (consistency)：好的服務品質應該是整齊、穩定的，不會隨著人員、場地或時間的不同而有所差異。
  - (3) 態度 (attitude)：服務人員的態度應有禮貌，使顧客感受到親切、舒適。
  - (4) 完整性 (completeness)：指服務設施應周全、足夠。
  - (5) 彈性 (condition)：能依據不同顧客需求而調整服務的能力。
  - (6) 可用性 (availability)：指顧客接受服務的方便程度。
  - (7) 即時性 (timing)：能在顧客期望的時間內完成服務的能力。
- 2、Armistead(1985)則認為，服務品質取決於五種構成因素：
  - (1) 組織 (organization)：指公司提供之服務範圍、公司的形象與商店的位置。
  - (2) 人員 (people)：指服務人員之儀容、服務態度應對之禮貌。
  - (3) 過程 (process)：指對顧客接待、服務迅速且為顧客著想。
  - (4) 設備 (facilities)：指為了提供服務而配置的設備。
  - (5) 商品 (materials)：指為顧客需要而提供之有形商品。

- 3、Parasuraman et al.(1985)對銀行、信用卡公司、證券經紀商、產品維修業進行探索性研究後，提出十項服務品質的衡量構面，分別為：接近性(access)、溝通性(communicate)、勝任力(competence)、禮貌性(courtesy)、信賴性(credibility)、可靠性(reliability)、反應力(responsiveness)、安全性(security)、有形性(tangible)、及瞭解顧客需求(understand customer demand)。
- 4、Juran(1986)認為服務品質應包含可見與不可見的品質，並可分為五個構面，任一個構面皆會影響服務品質的評價，其中硬體品質與內部品質係指服務環境的提供，與對服務設施的保養、準備工作。而軟體品質、即時反應與心理品質，發生於消費者接受服務時，其內容為服務速度與正確性、人員態度與消費者的感受。
- 5、Haywood Farmer(1988)認為服務有三個重要項目，可作為服務品質的構面及元素，即為「服務品質3P」：
  - (1)實體設備、過程及程序(physical facilities、process and procedures)：包括地理位置及擺設，服務場所大小及裝潢，設備可靠度，流程、容量及流程控制，過程的彈性，及時性與速度，服務提供的範圍與溝通。
  - (2)服務人員行為(people's behavior)：包括及時性及速度，溝通，溫馨、友善、機智、態度及聲調，穿著、乾淨及禮貌，殷切，願意處理抱怨及解決問題。
  - (3)專業性判斷(professional judgement)：包括診斷，建議、輔導及創新，誠實與值得信任，彈

性及區別力，知識與技能。

6、Parasuraman et al.(1988)等三位學者又進一步進行實證研究，挑選產品維修業、銀行、長途電話公司、證券經紀商和信用卡公司五種服務業為研究對象，將十個構面減為五個構面：

- (1)有形性(tangible)：乃指實際的設施、設備、員工、以及外在溝通資料。週遭實體的狀態是對顧客表示關心的外顯證明。此構面亦牽涉到服務提供時，其他顧客所建立的部份。
- (2)信賴性(reliability)：乃指可靠地與正確地執行已承諾的服務之能力。可信賴的服務績效是顧客的期望，意謂著每一次均能準時地、一致地、無失誤地完成服務工作。
- (3)回應性(responsiveness)：乃指協助顧客與提供立即服務的意願。體會到顧客等待會造成不必要之負面認知。當服務失敗發生時，秉持著專業精神迅速地恢復服務，則可造成非常正面的品質認知。
- (4)保證性(assurance)：指員工的知識、禮貌，及傳達信任與信心的能力。其特徵包含：執行服務的能力、對顧客應有的禮貌與尊重，與顧客有效地溝通，以及時時考量顧客之最佳利益的態度。
- (5)關懷性(empathy)：乃指提供顧客個人化關心之能力。此構面之特徵包括：平易近人、敏感度高、以及盡力地瞭解顧客的需要。

## (二)服務品質模式與量表

Mazis, Ahtola and Klippel(1975)認為單純以知覺來衡量顧客滿意會較好，並且認為應對服務品質構面給予不同權重，以彰顯消費者的特殊偏好，此即為「重要性加權模式」(adequacy importance)。Cronin and Taylor(1992)認同Mazis et al.(1975)的看法，但認為沒有必要進行加權，直接衡量知覺的績效即可作為服務品質的指標，此即「SERVPERF(為SERVice PFRFormance之字頭組合)模型」。

Parasuraman et al.(1985)利用探索性研究，發現「服務品質」就是顧客對服務的「事前期望」與「事後感受」的一種相互認知的關係。如下圖 2-2 所示：

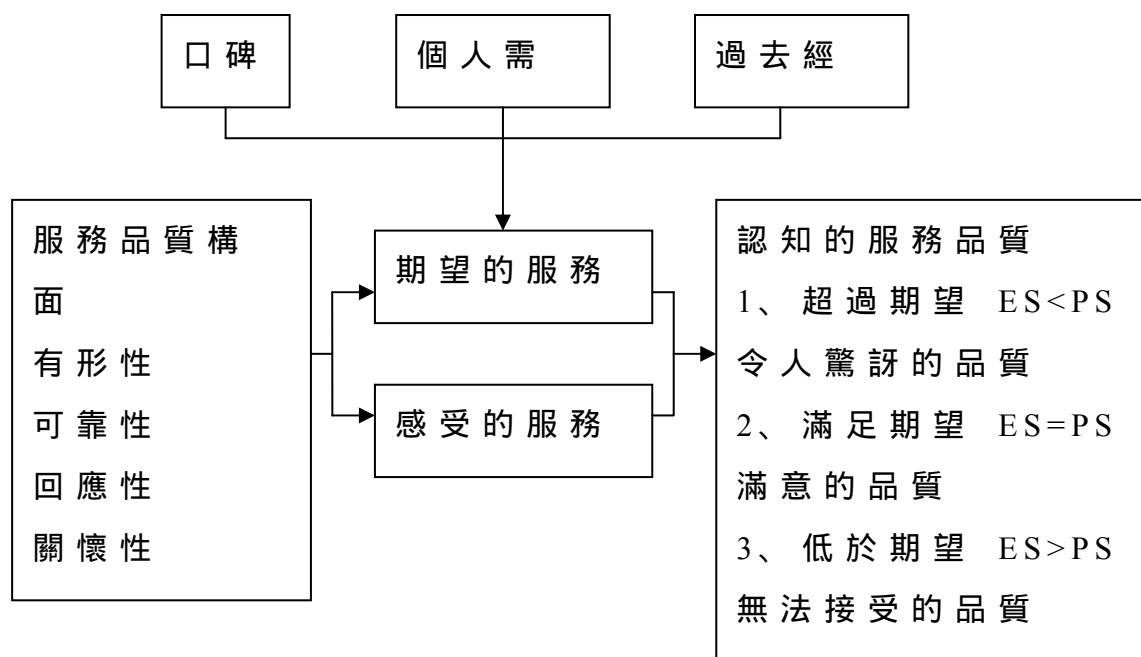


圖 2-2 服務品質概念圖

Note. From "SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," by Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L., 1985,

Parasuraman et al.(1985)也發現在管理者的認知及服務傳送給顧客的任務中，存在著差異及缺口(Gap)，而這些缺口可能是企業提供高品質服務給顧客的主要障礙，此模式包含了五個缺口，如圖2-3所示：

1、缺口一：顧客期望和管理者認知的差距

提供服務的經營者無法瞭解顧客心中所希望得到的服務為何，造成管理者所提供的服務不符合顧客需求，且服務品質也和顧客所預期有所差異，因此會造成第一個服務缺口。

2、缺口二：管理者認知與服務品質規格的差距

此缺口產生的原因，可能是由於相關資源的不足、市場變動快速或是經營者漠不關心，以致經營者無法提供符合顧客期望的服務水準及品質，進而產生管理者認知和服務品質標準的差距。

3、缺口三：服務品質規格與服務傳遞的差距

服務人員在提供服務的過程中，對服務品質有相當大的影響，但由於經營者難以建立標準化的服務品質，以致於服務人員提供服務間的品質不一，造成顧客對服務品質的認知差異。

4、缺口四：服務傳遞與外部溝通的差距

此缺口是來自於經營者利用媒體，宣傳誇大不實的廣告，或給予顧客過度的承諾，造成顧客心中期望的服務品質提高，但是實際上的服務品質卻無法達到宣稱的品質標準或顧客所設定的預期標準，因而造成服務傳遞和外部溝通的差距。

#### 5、缺口五：顧客期望與顧客認知的差距

顧客期望之服務品質與顧客認知的服務品質間之差距。即顧客在接受服務後對所提供之服務品質與期望之服務品質有所差異，其原因可能由上述各項缺口所造成。

是以  $GAP5 = \text{Function}(GAP1, GAP2, GAP3, GAP4)$ ，缺口五為缺口一至四的函數。

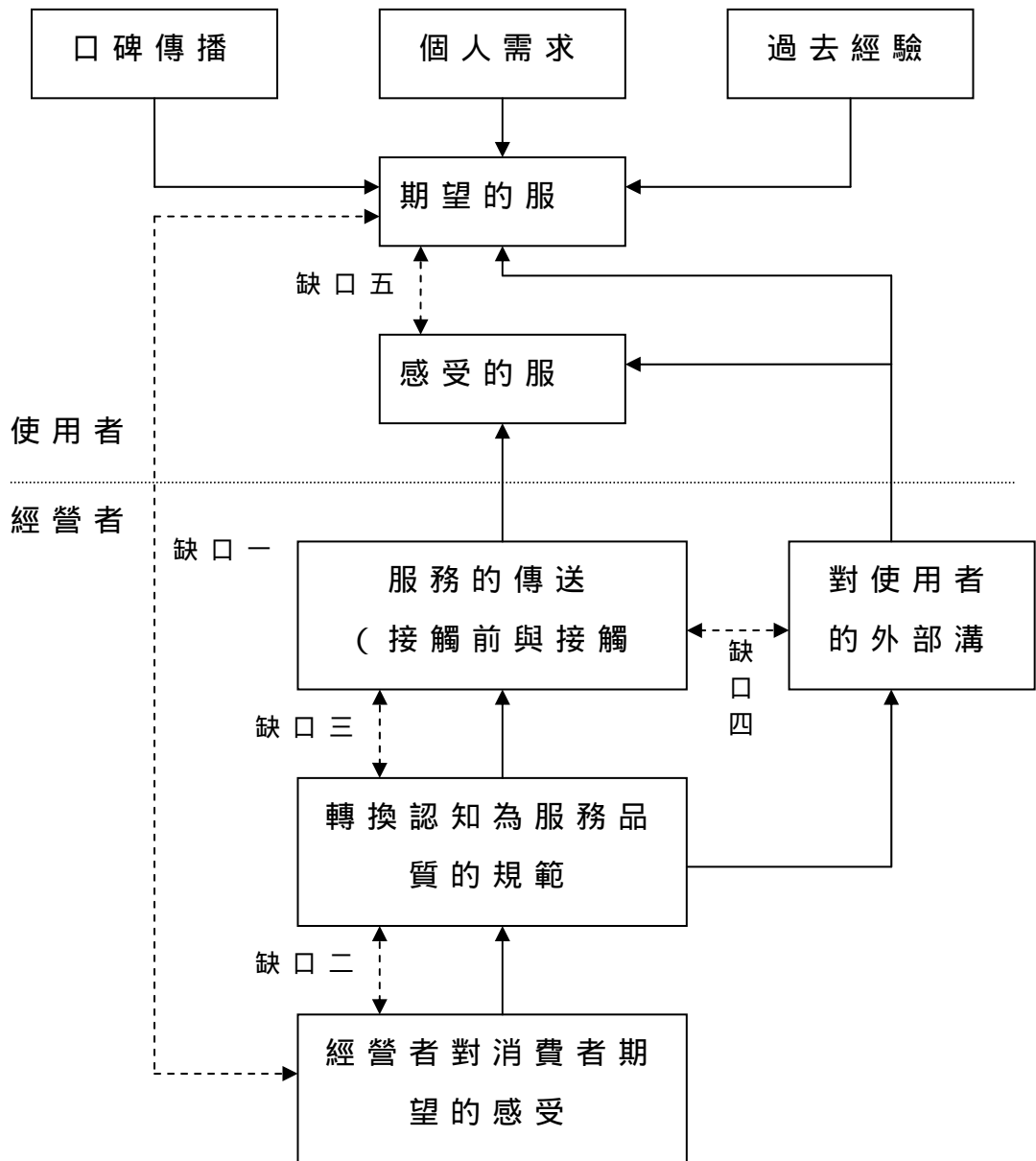


圖 2-3 服務品質模式圖圖表 3

Note. From "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality," by Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L., 1985, *Journal of Marketing*, 64, 13-40.

根據 Parasuraman et al.(1988)之實證研究，將服務品質藉由 11 個步驟，整理出信度、效度良好、且重複性低的 5 個因素構面：可靠性、回應性、保證性、關懷性與有形性。並以此設計 22 個相關題項，來衡量服務品質，此種衡量服務品質量表稱之為 SERVQUAL 量表。如表 2-5 所示

以上述五個構面來判斷服務品質，是藉著比較期望的服務與認知的服務兩者間的差距來衡量服務品質，而期望的服務(ES)與認知的服務(PS)的關係如下：

- 1、 $ES > PS$ ：期望的服務高於認知的服務，為不滿意且朝向不接受該項服務品質。
- 2、 $ES = PS$ ：期望的服務等於認知的服務，為滿意服務品質。
- 3、 $ES < PS$ ：期望的服務低於認知的服務，為滿意且理想的服務品質。

表 2-5 SERVQUAL 量表構面與問項彙整表

因素構面	問項敘述
有形性 Tangible	1 擁有現代化服務設施
	2 服務設施具吸引力
	3 服務人員穿著整齊得體
	4 企業整體設施與提供服務相符合
可靠性 Reliability	5 在承諾的時間內履行承諾
	6 顧客遭遇困難，企業應表現關心並提供解決之道
	7 企業是可靠的
	8 能於承諾的時間內提供及時的服務

表 2-5 (續)

因素構面	問項敘述
回應性 Responsive -ness	10 不應期待服務人員告知顧客精確的服務時間
	11 顧客期待及時得到服務是不切實際的
	12 服務人員無意願持續幫助顧客
	13 可接受服務人員忙碌而無法即時提供服務
保證性 Assurance	14 服務人員是可信賴的
	15 與服務人員接觸時感到安全
	16 服務人員是彬彬有禮的
關懷性 Empathy	17 服務人員之間能彼此協助提供更好的服務
	18 服務人員不會給予不同顧客個人化的服務
	19 服務人員無法給予顧客個人關懷
	20 服務人員了解顧客需求是不可能的
	21 服務人員將顧客利益置於優先是不可能的
	22 服務人員不會在經營時間內方便所有的顧客

*Note.* From “SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,” by Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L., 1988, *Journal of Retailing*, 64, 12-40.

## 第四節 各級學校運動場館現況

社會變遷迅速，學校的經營管理已漸走出校園，且融入社區邁向多元之目標發展。在舊有思維中，學校運動場館之使用僅以教學為主，但隨著時空的改變，現今校園已不再是封閉式環境，故除了重視內部的管理外，亦應敞開大門，在業管單位有效發揮經營管理之效能下，促使各項資源皆能「活用」，以嘉惠學子並造福社區民眾。本節主要探討（一）學校運動場館之功能；（二）學校運動場館之開放；（三）學校運動場館經營現況與問題。

### 一、學校運動場館之功能

蔡長啟（1983）認為，一座完善的體育場館應具下列功能：

- （一）可供民眾從事運動之用；
- （二）吸引民眾從事運動意念並參與運動；
- （三）作為運動競賽場地；
- （四）提供各種運動節目；
- （五）協助從事運動者形成組織；
- （六）訓練運動員及體育專業人員；
- （七）辦理各種運動指導、觀摩、展示、研習及其它推廣工作；
- （八）建立各種運動資料，發揮運動資訊功能；
- （九）學校體育方面的教育功能。

王凱立（2000）認為，學校運動設施具有的功能為：

- （一）學校體育運動功能：體育教學屬於此；
- （二）競技運動功能：鍛鍊與競技錦標性比賽屬於此；
- （三）社會活動功能：其它的聯誼性比賽、休閒運動、遊戲、

娛樂與組織聚會...等，可歸類於此。

葉公鼎（2001）認為，討論學校體育運動設施，應先思考其定位。由於學校屬於教育機構，運動設施的角色應具備下列功能：

- （一）教學：體育設施應能達成 Bucher與 Krotee在 1998年提出的四項體育教學目標：體適能發展、運動技能發展、認知發展以及情意發展。
- （二）訓練：學校體育設施有培訓運動競技人才的使命。
- （三）競賽：旨在豐富學生課外運動之內容，提供校際運動交流，甚至做為各級運動賽會場地，使具有推廣社會體育的功能。
- （四）休閒：學校運動設施已成為社區民眾休閒運動最大去處，應使其發揮為民服務的休閒功能。
- （五）研究：體育設施應提供教師研究所需的功能。
- （六）社區服務：善用教學以外的時間，提供運動設施予社會大眾使用，如此不但可以達到社區服務的目標，使場地充分利用，也可提高學校的財源收入。

綜上可知，學校本身以及在整個社區環境中，扮演著極重要的角色。學校體育館除了以學校本身之教學及訓練活動為主軸外，亦應主動、積極的開放各項運動和休閒設施，提供並教導社區民眾使用，且在周詳及確實可行的計劃推動下，發揮學校運動和休閒設施之最高效益。另期在公共關係之戮力推動下，達到「學校社區化、社區學校化」之功能。

## 二、學校運動場館之開放

鄭志富（1999）等指出，國內運動設施有四成以上之比例位於學校校園內，而都會地區之情形更為顯著。有鑑於此，

各級政府亦透過相關法令加以宣導規範，期學校單位應盡力配合開放。

- (一) 1975年臺灣省政府公報第52期：「臺灣省各級學校開放學校場所實施要點」內容涉及運動場館的部分。要求學校於假期與每日放學後，開放田徑場、游泳池、體育館及各種球場；並由學校本身具有運動專長人員擔任指導，或外聘熱心體育社會人士義務擔任指導。並指出游泳池、體育館之水電消耗，得酌收成本費。
- (二) 1982年，制定公布「國民體育法」，強調在不影響學校教學及生活管理之原則下，應酌予開放學校運動設施；並指出場地維護及輔導人員所需費用，政府應予補助。
- (三) 1990年，臺北市政府教育局公報79府教五字第072270號修訂完成「臺北市立各級學校校園開放實施要點」，其主旨即在推廣全民運動及社會教育。
- (四) 1993年，高雄市政府第542次市政會議修正通過教育局所提「高雄市各級學校場所使用管理要點」，強調在不妨礙教學之下，開放學校場所。
- (四) 1999年，教育部修訂「各級學校體育實施辦法」第十七條：各校應依各級學校設備標準之規定，設置體育設備。各學校體育設備之使用、維護及管理措施，應依照下列規定加強辦理：
  - 1、各校應訂定體育設備使用、維護及管理之規定，並指定專人負責。
  - 2、實施夜間教學者，其運動場所應設置照明設備。
  - 3、各級學校設備應優先使用於體育教學，於不影響學

校教學及生活管理原則下，應訂定規定，開放社區民眾體育活動使用。

- (五) 2000年，修訂國民體育法第七條：「各級學校運動場地，在不影響學校教學及生活管理為原則之下，應配合開放，提供社區內民眾體育活動之用。必要時，得向使用者收取費用，以支應設施之維護及輔導人員所需費用，並予適當輔導」。

由上述資料得知，各級政府所頒布之政令，均要求學校訂定設施使用及管理辦法且公告之。而在不影響教學及生活管理之前提下，酌情開放校園，並宣導使用者付費之觀念。雖立意甚佳，但同時也反映出以下幾項問題：

- (一) 從中央到地方，從以前到現在，可感覺到各級政府對於學校設施資源開放的重視，同時，也顯示出各級學校之執行成效並不彰顯。
- (二) 學校屬教育單位，無可厚非仍以教學為中心，所以歷次政令公佈的內容，都是要求學校在「未影響教學及師生安全」情形下開放校園。然而在成效未顯著之情形下，後續之政令公告，也仍未見政府有較明確性之積極規範。
- (三) 校園開放所衍生之水電等費用，得酌收成本費，對學校水電費用等之支出不無小補，惟所有之收支仍礙於學校會計作業而顯得不夠靈活。

### 三、學校運動場館經營現況與問題

鄭志富與錢紀明(1998)指出，各級學校運動場地設施，除校內使用外，對外開放的管理營運情形普遍不佳，且國中、小學之開放率明顯不如大專院校；各級學校運動場地設施的

維護及管理，在「成立管理委員會」方面，各級學校不論是公、私立，其設置率均非常的低，相對也影響到運動場地管理辦法的訂定，其中除大專院校外，高中（職）以下有半數以上學校未訂定及未公告，且各級學校均未達到良好經營管理制度應有之標準（洪嘉文，2003）。

田文政（1994）認為，學校在創始之初，是以建築面積的多寡來決定運動場地活動空間的大小，而並非以考量體育教學項目之需求為主，造成體育課多隨場地的規模來編排。

楊建隆（1996）歸納學校運動場地的缺失，認為運動場地用途本末倒置，少部份以商業利益為優先或有特權使用者，將會剝奪學生使用的機會。因此，就既有的運動設施而言，為達到場地設施的有效性使用，必須將對外開放與校內師生員工之使用時段做一合理區隔。

學者鄭志富（1997），就學校運動場地設施經營管理問題之面向與內容整理如表 2-6：

表 2-6 學校運動場地經營管理問題之面向與內容整理

問題面向	問題內容
場地設施	學校運動場地設施活動空間不敷使用。
	學校運動場地設施老舊。
	學校運動場地設施無法管制使用者出入。
	學校運動場地設施種類不足。
行政作業	學校運動場地設施規劃未廣徵各方意見。
	學校單位對於運動場地設施使用之行政作業配合度不佳。

運動場地設施與器材缺乏定期維修與汰換。

學校對危險性較高之運動場地設施未設警告標誌(語)。

學校場地設施常遭人破壞。

人力資源 假日間職工不願額外負擔運動場地設施之維修管理工作。

表 2-6 (續)

問題面向	問題內容
人力資源	學校運動場地設施對外開放時段缺乏管理人力。 學校缺乏運動場地設施經營管理、規劃設計之專業人力。 學校運動場地設施易受損壞，維修不易。 使用者對運動器材設備缺乏安全維護之使用觀念。
管理制度	學校運動場地設施未訂定開放之管理制度。 學校運動場地設施未成立「管理委員會」。 學校運動場地設施對外開放容易與校內使用產生衝突。 學校運動場地設施未明確公告管理辦法。 學校運動場地設施之管理制度無法發揮效用。
經費預算	學校會計制度未能鼓勵開放運動場地設施。 學校未編列足夠之運動場地設施維修費用。 學校運動場地設施對外開放之管理維護費用支出太高。 學校經費預算無法負擔運動場地設施對外開放之支出。

資料來源：民間機構經營學校運動設施之可行性研究 - 以臺北市市立國民中學學校游泳池設施為例，王凱立，2000，國立臺灣大學碩士論文，臺北市。

錢紀明(2001)認為，有效的經營管理，除可藉由酌收

費用、籌措財源、永續經營外，亦可因為收費使顧客珍惜運動機會，提高運動的參與及場地設施的使用率。然而蔡秀華（2002）卻認為使用者付費制度的實施，可能產生的負面影響需加以考慮。例如：

- （一）行政成本的增加：如果實行，需增加人力以便執行收費等之工作，另則需詳細估算其經濟成本，才不致造成財務上的負擔。
- （二）使用者的反彈：收費標準常影響使用者的接受程度，尤其，一般民眾大都認為已繳交國家稅金，體育設施理所當然應免費使用，致使制度實行遭受反對。因此，管理者事先的宣導及經常性的設施維護與更新，較能提高付費的接受度。
- （三）低所得者使用權的喪失：由於收入較低，往往使低所得者規避付費運動設施的使用，此現象應非全民運動推廣的本意，故訂定規定時，在低所得者可及之範圍，應訂定合理的優惠制度，鼓勵民眾對運動設施的使用。

而有了優質完善的運動場館後，誠如邱金松、葉公鼎、牟鍾福、朱文忠、李應麟（1993）所言，欲使體育場館之開放與實際營運能順遂，對（一）組織；（二）人事；（三）經費；（四）設施；（五）活動設計；（六）行銷；（七）研究發展等七大因素須加以重視。而在如此健全的經營體制之下，相信將可解決許多之問題。另現階段之會計制度，尚未對於學校體育運動設施，提供適用的經費管理制度模式（鄭志富，1998），且所編列經費也都屬於公務預算性質，無法獎勵學校以有效率的經營態度，積極營運學校運動設施（王凱立，2000）。是故，舉凡學校場館設施老舊或缺乏、經費

與人力不足、管理制度未落實、發展計畫未擬定、人員訓練與獎勵未規劃等現況之問題，各級政府單位倘若能再主動的立法規範、明定賞罰標準甚或鼓勵民間積極投入參與校園體育場館設施之「公辦民營」行列，深信諸多之問題終將迎刃而解。

## 第五節 運動場館委外經營相關文獻探討

### 一、委外經營的意涵

委外 (Outsourcing) 一詞的定義相當廣泛，它是內製 (in-house) 的相反詞，Labbs (1993) 指出：「委外就是將企業運作需要的功能中不屬於關鍵核心的部份，以契約方式委由企業外服務者來負責提供，以維持企業營運的需要」。隨著市場與科技環境的快速變遷，以企業的有限資源，並無法自行提供關鍵功能來滿足企業營運上的需要，以維持在市場上的競爭優勢。因此可擴大為企業組織或政府機關，將特定業務與服務工作甚或設備操作的管理執行，委由第三者來辦理，使得原本應由組織員工承擔的工作和責任，以契約的方式轉由承包商來承擔 (Labbs, 1993；陳郁雯，2000)。

近年來隨著政府財政逐漸困難、社會福利等公共支出增加等因素，促使政府更加積極推動促進民間參與公共建設，並將其列為重要政策之一，以導引民間資金參與公共建設之規劃、興建與營運管理等，首要工作即為規劃建構完備的促參法令與相關子法，且擴大適用執行範圍 (陳財福，2005)。

「促進民間參與公共建設法」，以下簡稱「促參法」，於2000年2月9日由總統公佈施行，擴大民間參與公共建設範圍包括：以公益性為主之交通運輸、文教、社會勞工福利設施，以及商業性強之重大觀光遊憩、工商設施等14項20類公共建設，放寬土地、籌資等法令限制，提供融資優惠、租稅減免等諸多誘因，並合理規範政府與民間機構間之權利義務，明定主辦機關甄審及監督程序。

2002年至2008年8月8日止，公共工程委員會已簽約之促參案計累計625件，計畫規模達3,965億元，其中民間投資

3,659.1億元；契約期間減少政府財政支出5,915.3億元，增加政府財政收入3,412.4億元，並創造87,509個就業機會。（陳振川，2008）

## 二、民間參與建設之模式

依促參法第八條規定如下：

- (一) 由民間機構投資興建並為營運；營運期間屆滿後，移轉該建設之所有權予政府。(Build-Operate-Transfer, BOT)
- (二) 由民間機構投資新建完成後，政府無償取得所有權，並委託該民間機構營運；營運期間屆滿後，營運權歸還政府。(Build-Transfer-Operate, 簡稱無償BTO)
- (三) 由民間機構投資新建完成後，政府一次或分期給付建設經費以取得所有權，並委託該民間機構營運；營運期間屆滿後，營運權歸還政府。(Build-Transfer-Operate, 簡稱有償BTO)
- (四) 由政府委託民間機構，或由民間機構向政府租賃現有設施，予以擴建、整建後並為營運；營運期間屆滿後，營運權歸還政府。(Rehabilitate-Operate-Transfer, ROT)
- (五) 由政府投資新建完成後，委託民間機構營運；營運期間屆滿後，營運權歸還政府。(Operate-Transfer, OT)
- (六) 為配合國家政策，由民間機構投資新建，擁有所有權，並自為營運或委託第三人營運。(Build-Own-Operate, BOO)

張輝政（2003）指出，目前國立高級中等學校游泳池委外營運，以OT方式較可行，其次為BOT及ROT。本研究對象臺北市立南湖高中活動中心便屬OT之經營模式，設有25公尺

標準泳池、SPA設施、韻律教室與綜合球場（籃球、羽球、排球等），由頂尖運動行銷公司負責營運。

### 三、一般委外經營流程

教育部中部辦公室（2003）針對「國立高級中等學校游泳池現況調查」之結果，國立高級中等學校167校，其中具有游泳池設施者計有81所，占48.50%，而未來計畫引進民間參與者共有32校，佔40%。

臺北市政府教育局統計其所屬機關委外經營且涉對外服務之場館，2008年9月12日公告共17間，除南湖高中與華江高中為複合式活動中心（含游泳池）外，其餘皆為游泳池，如表2-7。

依據「民間參與學校游泳池興建營運作業要點」（教育部體育司，2002）及教育部中部辦公室所屬國立高中職學校辦理促進民間參與公共建設參考作業程序規定如圖2-4。

表 2-7 臺北市政府教育局暨所屬機關委外經營且涉對外服務場館一覽表

場館名稱	地 址	服務項目
南湖高中活動中心（含泳池）	內湖區康寧路3段220號	游泳教學
華江高中活動中心（含泳池）	萬華區西藏路231號	游泳教學
雙園國中游泳池	萬華區興義街2號	游泳教學
龍門國中游泳池	大安區建國南路2段269號	游泳教學
博愛國小游泳池	信義區松仁路95巷20號	游泳教學

蘭州國中游泳池	大同區大龍街 187 巷 1 號	游泳教學
老松國小游泳池	萬華區桂林路 64 號	游泳教學

表 2-7 (續)

場館名稱	地 址	服務項目
信義國中游泳池	信義區莊敬路 423 巷 8 弄 1 號	游泳教學
新民國中游泳池	北投區新民路 10 號	游泳教學
關渡國小游泳池	北投區中央北路 581 號	游泳教學
濱江國小游泳池	中山區樂群路 266 巷 99 號	游泳教學
仁愛國中游泳池	大安區仁愛路 4 段 130 號	游泳教學
西湖國中游泳池	內湖區環山路 1 段 27 號	游泳教學
福林國小游泳池	士林區福志路 75 號	游泳教學
文林國小游泳池	北投區文林北路 155 號	游泳教學
西門國小游泳池	萬華區成都路 98 號	游泳教學
雙園國小游泳池	萬華區莒光路 315 號	游泳教學
長安國小游泳池	中山區吉林路 15 號	游泳教學
麗山國小游泳池	內湖區港峯街 100 號	游泳教學
雙園國中綜合大樓	萬華區興義街 2 號	會議場地

資料來源：臺北市政府教育局體衛科，2009年3月2日公告。

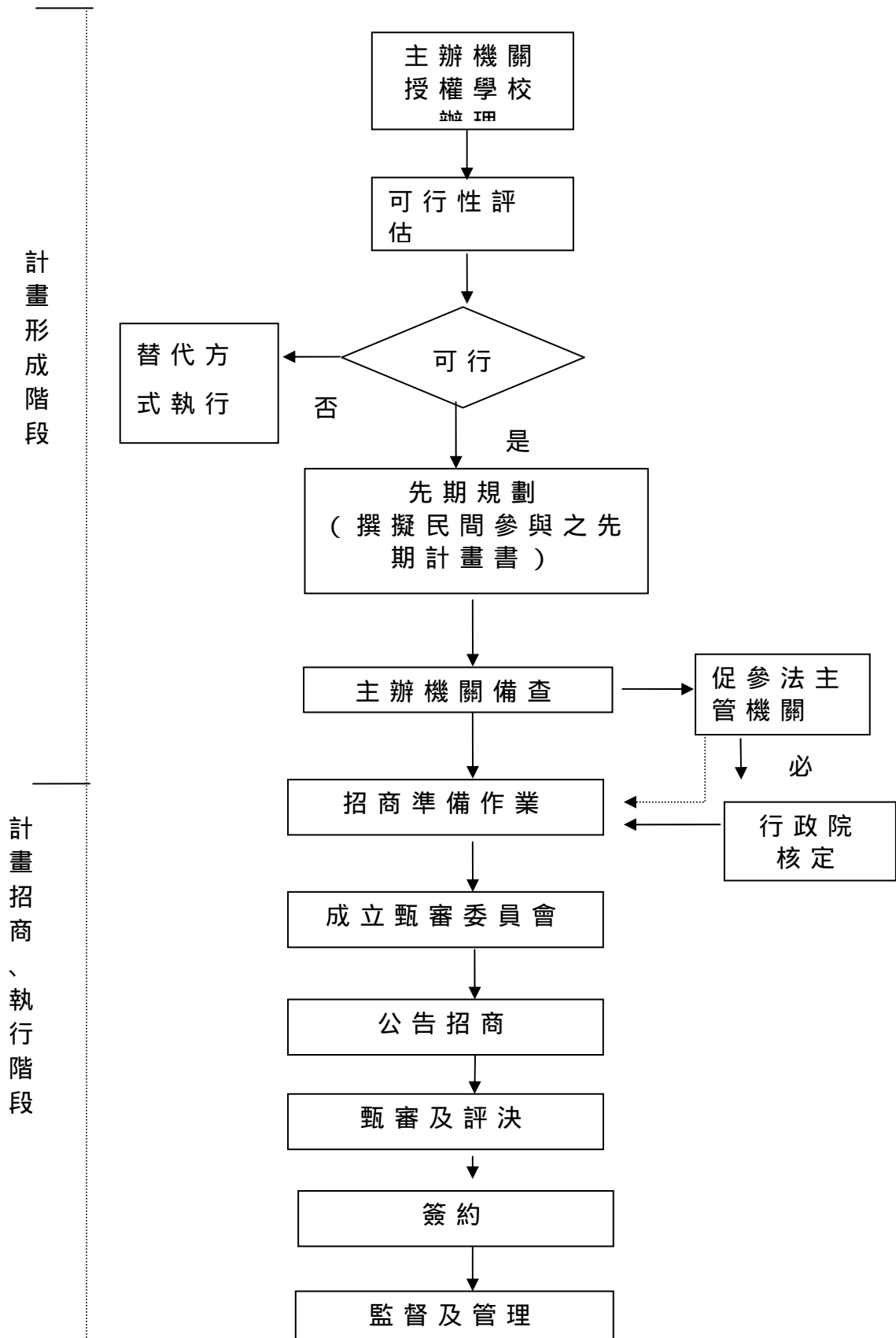


圖 2-4 民間參與學校游泳池興建計畫作業流程

#### 四、運動設施委外經營相關文獻

我國政府受限於財力及預算，許多公共建設都無法大力推動。公營事業普遍被視為是彌補民營事業營運失敗，提高效率的不二法門（林淑馨，2005）。鄭志富（1999）認為不論是公辦民營或委託民間機構經營等方式，政府部門等角色並不是將責任解除，而是由執行單位轉化成監督單位。對於民眾追求運動空間的質與量之需求及服務品質，政府更有嚴加督促及協助民間機構盡力達成的責任，希望運用民間充沛的財力、經驗和技術，積極大力推廣公私部門的合作，加速公共建設之執行與提升營建品質，創造三贏局面。然而國內目前已有相關運動設施委外經營的案例，但其經營成效及相關優勢如何，都是值得探討的重點。

洪雲霖（2001）提到公共設施委由民間經營，透過市場競爭機制，引進民間資源與觀念，強化運動行銷，提升運動參與，形塑運動文化，使其營運管理市場化、需求化，社會民眾願意使用與參與，設施功能更為多樣而豐富化，而非僅供運動賽會或大型活動使用，其他時間則任其閒置，同時可藉由付費者觀念，改善場館設施與活動品質。

王凱立（2000）認為，其特點為：

- （一）對民間機構而言：可以解決場地難覓且租金費用高昂之問題。
- （二）對學校而言：可以藉由民間機構來經營校內設施，以解決人力和經費之不足，並提高軟硬體的品質與安全。
- （三）從利潤的角度而言：在全民平均所得水準提高及假期

增加下，利用學校高品質的運動及休閒設施，本著使用者付費之精神，來推展全民休閒運動，將可增加民間機構

政府及學校之合理利潤與歲收。

郭文仁（2004）指出「公辦民營」之優勢，不外乎是減少政府財政負擔、引入民間資金及人力與技術、提高軟硬體設備之品質與安全、減少行政干涉、增進政府及學校歲收與提昇運動技術水準等。

王明德（2003）認為各級學校設施逐漸老舊、需要大幅翻修的設施逐年增加，然而在政府預算不足的情況下，引進民間資源投入教育建設自然是一條出路。透過民間參與，除了可解決政府資金不足的燃眉之急外，亦可引進民間的管理能力，以提高經營效率以及降低人事成本。

林淑惠（2004）提出部份業務以委外經營方式辦理，以達高品質之場地管理。部份業務可以發包方式委民間企業經營，如此一來，可結省人事費用，並可提昇專業場地管理的效率，常保場區的清潔，以吸引更多民眾前來使用。

## 第六節 本章總結

運動設施委託經營管理在近幾年大力推動，然而目前以OT（委外經營）方式營運之運動設施為較主流，其較沒有龐大資金與程序繁瑣等問題，且在經營年限較短之情況下，經營業者也付出相當大的營運效率，著實地為運動設施注入一股新的經營方向與力量。然而能夠擺脫過去公營的包袱，透過委外單位運用企業經營模式，創造雙贏局面始為委外經營

之目標。

服務品質係服務提供者和使用者在服務傳遞的互動過程中產生的認知差距，進而產生優劣的感覺。界定服務品質則強調是由「顧客方」定義，而非由「管理方」定義。Parasuraman et al.(1985)利用探索性研究出服務品質模式並發現在服務傳遞過程中，因期待與感受之間的差距會產生所謂的「缺口」(Gap)，分別為：(一)顧客期望和管理者認知的差距；(二)管理者認知與服務品質規格的差距；(三)服務品質規格與服務傳遞的差距；(四)服務傳遞與外部溝通的差距；(五)顧客期望與顧客認知的差距。

顧客滿意即顧客對某一服務的期望與服務提供者實際提供出的服務成果相比較之結果，當服務成果超過顧客的期待時，顧客會產生滿足的感覺，反之則否。滿意度通常會影響消費者持續購買或放棄的行為，因此為了使消費者持續消費，提升消費者的使用滿意度是重要關鍵之一。當消費者具有較高滿意度時，通常會表現持續消費的情形，若消費者滿意度較低，則消費者會重新再次尋找其他的替代品或者拒絕消費。行銷人員應該充分掌握消費者使用情形，並做適當的改善以符合消費者的需求。

## 第三章 研究方法

本章主要目的在說明研究對象的選取方式、研究工具的選擇、調查實施的程序、以及資料分析的方法，共區分七節

- 如下：
- 一、研究架構
  - 二、研究假設
  - 三、研究流程
  - 四、研究對象
  - 五、研究工具
  - 六、研究過程
  - 七、資料統計與處理方法

### 第一節 研究架構

根據研究目的及相關文獻探討，本研究旨在瞭解南湖高中活動中心使用者在服務品質期望和感受程度之差距，並分析不同人口統計變項的使用者對服務品質感受構面和使用者的滿意度之差異情形，並探討使用者對服務品質感受程度及使用滿意度之相關性，進而提出結論與建議，達到研究目的。本研究之架構，如圖 3-1 所示：

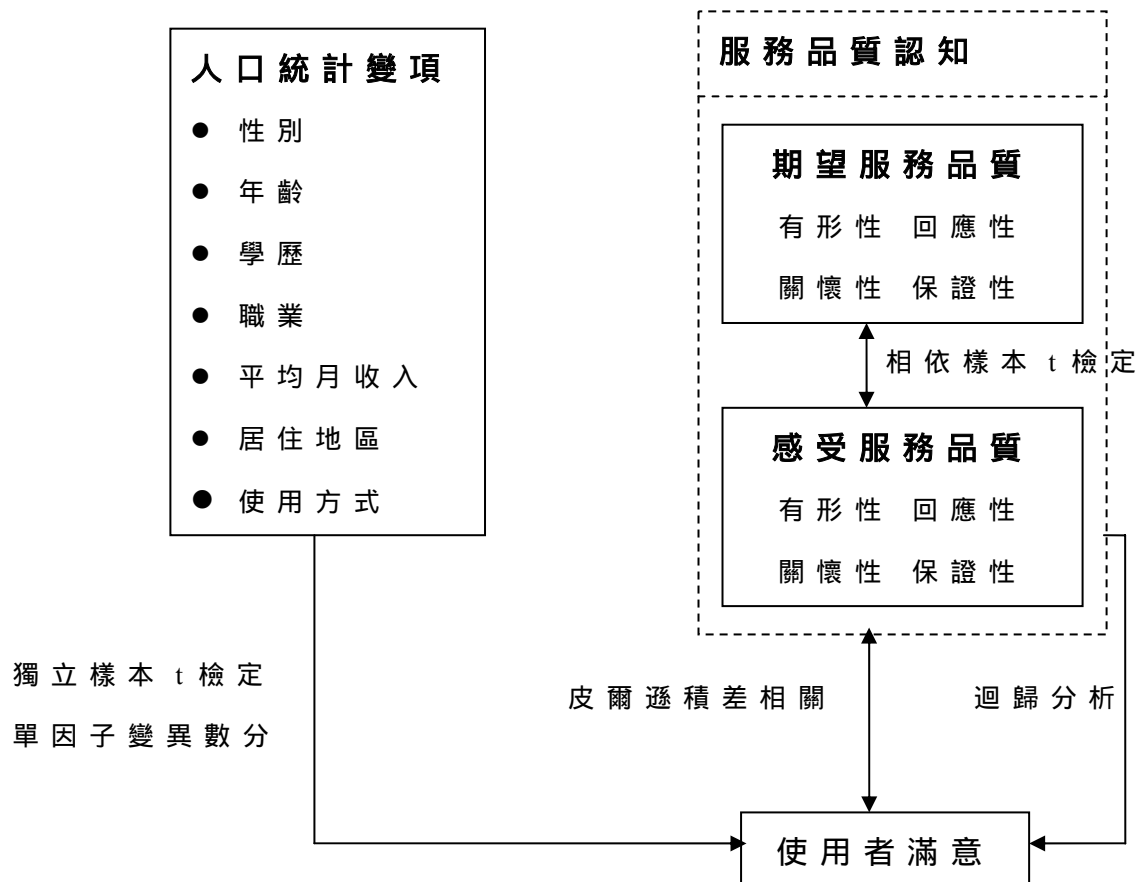


圖 3-1 研究架構圖

## 第二節 研究假設

依據研究問題與架構，本研究所欲驗證之研究假設如下：

- 一、使用者對活動中心期望與感受之服務品質程度有顯著差異。
- 二、不同人口統計變項之活動中心使用者對使用滿意度有顯著差異。
- 三、使用者對活動中心感受之服務品質與使用滿意度有顯著正向相關。
- 四、使用者對活動中心感受之服務品質對使用滿意度有正向

的影響。

### 第三節 研究流程

本研究先確定研究問題，蒐集相關文獻及資料，經過資料分析，而後進行問題設計與編制正式問卷及問卷填寫，最後將所得資料彙整進行分析，彙整出結果並討論，針對研究結果提出本研究之結論。本研究流程如下圖 3-2 所示：

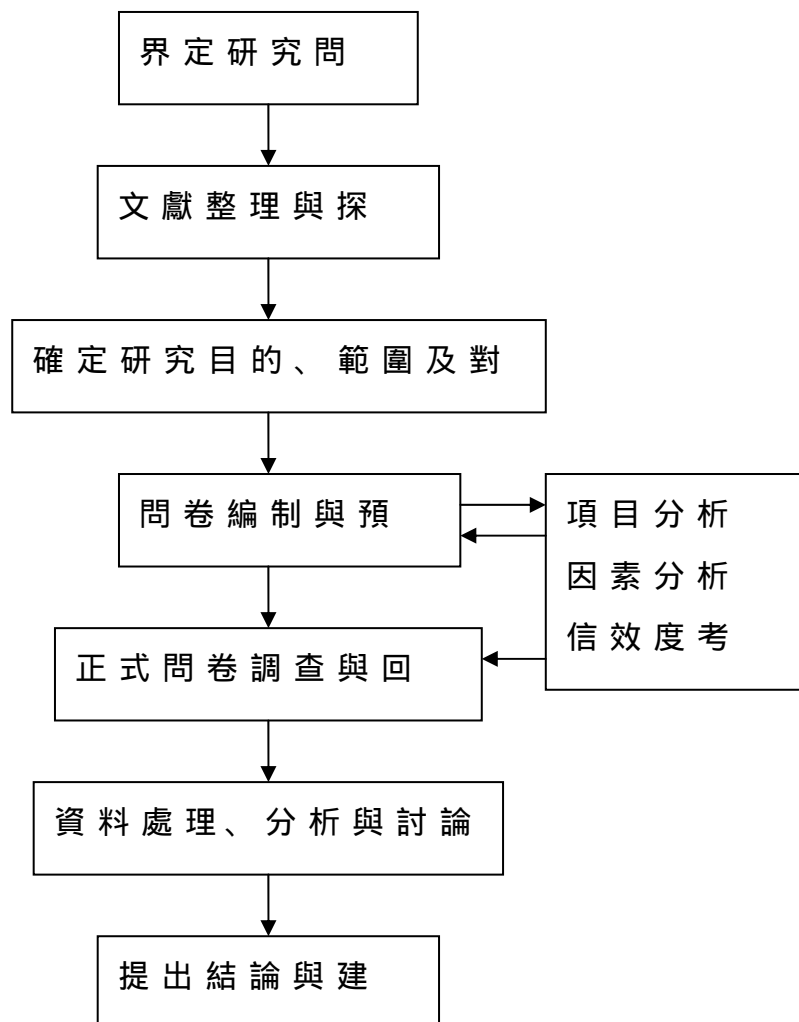


圖 3-2 研究流程

## 第四節 研究對象

本研究以臺北市立南湖高中活動中心之使用者作為調查對象，說明如下。

### 一、問卷發放對象

根據 Gay 所提出標準，研究樣本至少需佔母群體 10% (王文科，1997)，Comrey (1988) 建議，如果量表題項數少於 40 題，中等的樣本數約 150 位，較佳的樣本數則是 200 位。

#### (一) 預試樣本

本研究之預試對象為臺北市立南湖高中活動中心使用者，採便利抽樣方式，預計發放 150 份問卷。

#### (二) 研究樣本

本研究之正式問卷發放對象為臺北市立南湖高中活動中心使用者，採便利抽樣方式，預計發放 500 份問卷。

### 二、個案簡介

南湖高中活動中心委外之範疇包括 25 公尺標準游泳池、韻律教室、活動中心與健身中心，如表 3-1，民間投資金額新臺幣 210 萬元整。辦理期程如下：

(一) 2006 年上半年完成可行性評估、公告招商、最優及次優申請人產生。

(二) 2006 年 7 月 10 日訂約。

(三) 2006 年 8 月間營運

頂尖運動行銷公司 (Elite Sport Marketing Co.) 於 2006 年 7 月正式取得南湖高中活動中心之營運，期望以社會教育的角色出發，配合政府政策透過民間資源參與公共事務，推展臺北市政府體育健康政策，增進公產營運效益。

表 3-1 南湖高中活動中心各樓層空間之運用項目

場館空間	運動產品或服務內容	備註
汽機車停車場	停放汽車 停放機車	交通動線規畫計劃，報准後由專人負責
游泳池	個人運動 水中有氧 游泳教學 少年游泳隊 青少年水中安全教育	
健身中心	重量 / 心肺 / 體適能	運動志工
活動中心 ( 籃、羽球 )	籃球、羽球課程 供表演會場地 學校主場地 企業職工體育	學校球隊主場經營 尋求企業合作 推動運動聯盟
韻律教室	有氧舞蹈 瑜伽 社交舞 國際標準舞	依使用者程度 分級教學
健康諮詢室	運動諮詢 健康教室	免費使用 推行運動志工

資料來源：余泳樟 ( 2006 ) 運動中心委外經營策略之探討 - 以臺北市立南湖高中為例。《學校體育》，16(5)，55-60。

## 第五節 研究工具

本節主要在說明問卷之編製過程，分為(一)問卷設計；(二)問卷預試；(三)形成正式問卷。預試包含項目分析、因素分析與命名、信效度考驗。

### 一、問卷設計

本研究問卷資料包含三個部分，分別為人口統計變項、使用者期望與感受服務品質之認知、及使用者滿意度，分類如下：

- (一) 人口統計變項：本問卷包含了性別、年齡、婚姻、職業、學歷、月平均收入與參與行為等問項。
- (二) 使用者期望與感受服務品質之認知：服務品質是在服務傳遞過程，服務提供者和顧客互動過程中所產生服務優劣的程度。使用前期望程度(ES)，採李克特(Likert)之五點量表方式表示，由5到1分別代表「非常重視」、「重視」、「普通」、「不重視」與「非常不重視」等五個水準；使用後感受程度(PS)，採李克特(Likert)之五點量表方式表示，由5到1分別代表「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」與「非常不滿意」等五個水準。
- (三) 使用者滿意度(US)：使用者在參與使用後，與原來預期滿意認知之差異，在評分上本問卷採用李克特(Likert)之五點量表方式表示，由5到1分別代表「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」與「非常不滿意」等五個水準。

本研究問卷參考余泳樟(2004)對於臺北市北投區市民運動中心之調查，根據南湖高中活動中心設施現況進行改編，並進行項目分析、因素分析與信效度考驗，形成正式問卷。

## 二、問卷預試

本研究之問卷預試發放人數以問卷中題項之 3-5 倍為原則(吳明隆, 2000), 本次預試問卷題數為 48 題共計發放 150 份進行問卷預試, 施測時間為 2009 年 4 月 1 日至 4 月 10 日, 有效問卷共 125 份, 有效問卷比例為 82.33%。

## 三、形成正式問卷

為建構本問卷的正式量表, 根據邱皓政(2002)所建議之統計分析流程(如圖 3-3), 依次為進行量表题目的篩選、因素分析、信效度建構完成量表。

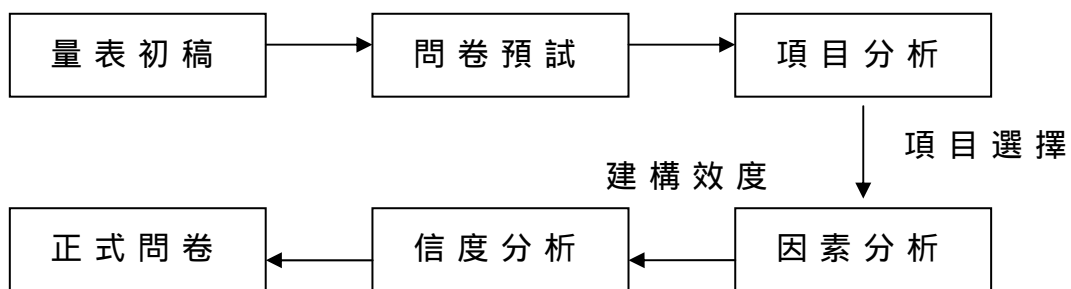


圖 3-3 正式問卷流程圖

### (一) 項目分析

#### 1、使用者期望與感受服務品質量表

本量表分為使用前期望(ES)與使用後感受(PS)之程度, 建檔後進行決斷值(Critical Ratio)及相關值的分析。在使用前期望與使用後感受部分, 量表題項之高、低分組差異情形均達顯著水準。根據葛樹人(1991)的說法「以測驗總分數為效標並計算各試題或分測驗與總分間之關係, 所得之相關係數即代表測驗內部之凝聚程度」。以此法

驗證各分量表與總分間之相關值，結果顯示使用者期望服務品質(ES)量表內部之凝聚程度(r)介於.572和.756之間( $p < .01$ )；使用者感受服務品質(PS)量表內部之凝聚程度(r)介於.575和.777之間( $p < .01$ )，傾向於測量同一心理建構，具建構效度(如表3-2與表3-3)。

表 3-2 使用者期望服務品質(ES)量表項目分析摘要表

題號	題項	決斷值 (CR)	量表總分 相關(r)
ES1	活動中心提供現代化的運動設施	8.098	.590 <sup>**</sup>
ES2	活動中心之服務設施符合需求並有吸引力	9.459	.642 <sup>**</sup>
ES3	活動中心之告示標誌清楚明顯	9.087	.676 <sup>**</sup>
ES4	活動中心提供之服務能符合其整體設計	8.225	.627 <sup>**</sup>
ES5	服務人員能有整潔服裝與外表	6.378	.589 <sup>**</sup>
ES6	服務人員能在允諾時間內履行顧客承諾	12.259	.720 <sup>**</sup>
ES7	活動指導人員能提供良好運動專業指導	8.796	.686 <sup>**</sup>
ES8	活動中心能主動告知使用者運動訊息	7.093	.610 <sup>**</sup>
ES9	活動中心能主動紀錄並保存使用者相關資料	6.256	.572 <sup>**</sup>
ES10	活動中心所提供之專業服務是可靠的	9.073	.637 <sup>**</sup>
ES11	使用者遭遇困難時活動中心能及時提供幫助	9.290	.645 <sup>**</sup>
ES12	服務人員不會因忙碌而不回應使用者的要求	8.299	.664 <sup>**</sup>
ES13	服務人員能耐心回應使用者所提出之各種問	8.760	.663 <sup>**</sup>
ES14	服務人員能清楚提供運動諮詢與場地使用說	8.282	.648 <sup>**</sup>
ES15	活動中心訂有清楚明確的場地收費價格	9.545	.633 <sup>**</sup>
ES16	服務人員的服務態度親切有禮	8.607	.642 <sup>**</sup>
ES17	服務人員之間應互相協助求提供更好的服務	7.248	.624 <sup>**</sup>
ES18	服務人員能針對不同的顧客提供個別服務	11.868	.756 <sup>**</sup>

ES19	服務人員能瞭解使用者的需求	11.352	.734 <sup>**</sup>
------	---------------	--------	--------------------

表 3-2 (續)

題號	題項	決斷值 (CR)	量表總分 相關(r)
ES20	服務人員能給予使用者個別的關懷	6.348	.611 <sup>**</sup>
ES21	服務人員會把使用者利益列為優先考量面	9.597	.715 <sup>**</sup>
ES22	活動中心提供之服務時間能符合使用者需求	7.160	.616 <sup>**</sup>

<sup>\*\*</sup> p<.01

表 3-3 使用者感受服務品質(PS)量表項目分析摘要表

題號	題項	決斷值 (CR)	量表總分 相關(r)
PS1	活動中心提供現代化的運動設施	6.465	.575 <sup>**</sup>
PS2	活動中心之服務設施符合需求並有吸引力	7.946	.675 <sup>**</sup>
PS3	活動中心之告示標誌清楚明顯	8.262	.727 <sup>**</sup>
PS4	活動中心提供之服務能符合其整體設計	9.341	.663 <sup>**</sup>
PS5	服務人員能有整潔服裝與外表	7.203	.586 <sup>**</sup>
PS6	服務人員能在允諾時間內履行顧客承諾	7.977	.645 <sup>**</sup>
PS7	活動指導人員能提供良好運動專業指導	8.356	.615 <sup>**</sup>
PS8	活動中心能主動告知使用者運動訊息	8.870	.635 <sup>**</sup>
PS9	活動中心能主動紀錄並保存使用者相關資料	7.083	.663 <sup>**</sup>
PS10	活動中心所提供之專業服務是可靠的	8.754	.704 <sup>**</sup>
PS11	使用者遭遇困難時活動中心能及時提供幫助	7.617	.683 <sup>**</sup>
PS12	服務人員不會因忙碌而不回應使用者的要求	8.378	.680 <sup>**</sup>
PS13	服務人員能耐心回應使用者所提出之各種問	8.763	.714 <sup>**</sup>
PS14	服務人員能清楚提供運動諮詢與場地使用說	9.229	.674 <sup>**</sup>
PS15	活動中心訂有清楚明確的場地收費價格	9.369	.676 <sup>**</sup>

PS16	服務人員的服務態度親切有禮	9.620	.696 <sup>**</sup>
------	---------------	-------	--------------------

表 3-3 (續)

題號	題項	決斷值 (CR)	量表總分 相關(r)
PS17	服務人員之間應互相協助求提供更好的服務	9.759	.750 <sup>**</sup>
PS18	服務人員能針對不同的顧客提供個別服務	9.219	.687 <sup>**</sup>
PS19	服務人員能瞭解使用者的需求	11.130	.715 <sup>**</sup>
PS20	服務人員能給予使用者個別的關懷	9.026	.735 <sup>**</sup>
PS21	服務人員會把使用者利益列為優先考量面	10.765	.777 <sup>**</sup>
PS22	活動中心提供之服務時間能符合使用者需求	9.247	.647 <sup>**</sup>

<sup>\*\*</sup> p<.01

## 2、使用者滿意度(US)量表

本量表建檔後進行決斷值(Critical Ratio)及相關值的分析。在使用前期望與使用後感受部分，量表題項之高、低分組差異情形均達顯著水準。而各題項與總分間之相關值顯示使用者滿意度(US)量表內部之凝聚程度(r)介於.333和.714之間(p<.01)，傾向於測量同一心理建構，具建構效度，如表3-4。

表 3-4 使用者滿意度量表項目分析結果摘要表

題號	題項	決斷值 (CR)	量表總 分相關 (r)
US1	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)的專業素質	7.501	.614 <sup>**</sup>
US2	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)的服務態度	7.522	.642 <sup>**</sup>
US3	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)能處理我的個別需求	8.031	.659 <sup>**</sup>
US4	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)能及時提供服務	8.076	.673 <sup>**</sup>
US5	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)對會員申訴的處理與態度	6.215	.587 <sup>**</sup>
US6	活動中心運動項目設施的多樣性	2.412	.333 <sup>**</sup>
US7	活動中心運動設備器材規劃	5.924	.584 <sup>**</sup>
US8	活動中心內運動場地(籃球場、健身房、綜合球場)規劃	6.880	.611 <sup>**</sup>
US9	活動中心附屬設施(如雜誌區、遊樂區、販賣部等)多樣性	7.336	.642 <sup>**</sup>
US10	活動中心附屬公共設施(如停車場)的規劃	6.406	.577 <sup>**</sup>
US11	活動中心設施的安全性	7.266	.594 <sup>**</sup>
US12	活動中心週邊的環境衛生	7.687	.663 <sup>**</sup>
US13	活動中心內(包括廁所、更衣室)環境衛生	7.005	.676 <sup>**</sup>
US14	活動中心內中央空調的舒適度	7.060	.586 <sup>**</sup>
US15	活動中心所提供之運動相關課程內容	8.700	.632 <sup>**</sup>
US16	活動中心提供會員運動相關資訊(健康資訊、運動新知等)	10.973	.700 <sup>**</sup>
US17	活動中心內動線規劃	11.778	.714 <sup>**</sup>
US18	活動中心設施保養與維修	7.925	.658 <sup>**</sup>
US19	活動中心內營造的活動氣氛	8.444	.699 <sup>**</sup>

表 3-4 (續)

題號	題項	決斷值 (CR)	量表總 分相關 (r)
US20	活動中心的交通便利性	7.696	.685 <sup>**</sup>
US21	活動中心內活動商品的多樣性	7.520	.678 <sup>**</sup>
US22	活動中心的使用價格	6.757	.645 <sup>**</sup>
US23	活動中心的促銷活動	7.617	.667 <sup>**</sup>
US24	活動中心場地使用的付費標準	7.206	.688 <sup>**</sup>
US25	您對於學校活動中心委外經營的滿意程度	7.303	.640 <sup>**</sup>
US26	您對於活動中心的整體滿意程度	5.631	.565 <sup>**</sup>

<sup>\*\*</sup> p<.01

## (二) 因素分析與命名

經項目分析後，接著以主軸法 (principal-axes factoring) 之直交轉軸法 (orthogonal rotations) 的最大差異法 (Varimax) 來抽取特徵值 (eigenvalue) 大於 1.00 的因素，和陡坡檢驗 (scree test) 等方式來判定因素數目。因此本研究之因素分析包括使用者期望服務品質與使用者滿意度量表，分析過程與結果分別敘述如下：

### 1、使用者期望服務品質(ES)量表

經分析結果顯示，其 KMO 值 (Kaiser-Meyer-Olkin of Sampling Adequacy, 簡稱 KMO) 達 .889，而 Bartlett's 球形檢定的  $\chi^2$  值為 1610.3 (自由度為 231) 達顯著水準。

因素一包含 7 個問項分別為第 16-22 題，內容與服務能否給予使用者關懷有關，故命名為「關懷性」，可解釋之變異量

為 17.63%；因素二包含 5 個問項為第 11-15 題，內容與服務能否回應使用者有關，故命名為「回應性」，可解釋之變異量為 17.33%；因素三包含 7 個問項分別為第 4-10 題，內容與能否提供有保證的服務相關，故命名為「保證性」，可解釋之變異量為 17.11%；因素四包含 3 個問項分別為第 1-3 題，內容與有形性服務有關，故命名為「有形性」，可解釋之變異量為 11.13%，累積解釋總變異量達 63.20%（如表 3-5）。

表 3-5 使用者期望服務品質(ES)量表因素結構摘要表

構面 名稱	題號	因素			
		一	二	三	四
關懷性	16	.544			
	17	.648			
	18	.772			
	19	.633			
	20	.718			
	21	.573			
	22	.646			
回應性	11		.674		
	12		.780		
	13		.746		
	14		.705		
	15		.674		
保證性	4			.673	
	5			.647	

表 3-5 (續)

構面 名稱	題號	因素			
		一	二	三	四
保證性	6			.547	
	7			.607	
	8			.682	
	9			.782	
	10			.536	
有形性	1				.752
	2				.791
	3				.625
特徵值		9.353	2.014	1.418	1.118
解釋變異量		17.63%	17.33%	17.11%	11.13%
累積變異量		17.63%	34.96%	52.07%	63.20%

資料來源：本研究整理

## 2、使用者滿意度(US)量表

經分析結果顯示，其 KMO 值 ( Kaiser-Meyer-Olkin of Sampling Adequacy, 簡稱 KMO ) 達 .894，而 Bartlett's 球形檢定的  $\chi^2$  值為 2038.6 ( 自由度為 325 ) 達顯著水準。然第二個因素只涵蓋第 6 題，第四個因素只涵蓋第 25、26 題，題項過少故刪除之，並進行第二次因素分析，KMO 值為 .896，顯示適合進行因素分析。

因素一包含 5 個問項分別為第 1-5 題，內容與人員的服務有關，故命名為「服務人員態度」，可解釋之變異量為 44.37%；因素二包含 6 個問項為第 19-24 題，內容與使用價格

和運動氣氛有關，故命名為「使用價格與氣氛」，可解釋之變異量為8.62%；因素三包含4個問項分別為第11-14題，內容與環境安全與衛生有關，故命名為「環境安全與衛生」，可解釋之變異量為6.94%；因素四包含4個問項分別為第15-18題，內容與服務規劃和維護有關，故命名為「組織規劃與服務」，可解釋之變異量為5.33%；第五個因素包含4個問項分別為7-10題，內容與活動中心場地與設備規劃有關，故命名為「場地設備規劃」，可解釋變異量為3.89%，累積解釋總變異量達69.15%（表3-6）。

表 3-6 使用者滿意度 (US) 量表因素結構摘要表

構面 名稱	題號	因素				
		一	二	三	四	五
	1	.760				
服務 人員 態度	2	.802				
	3	.840				
	4	.710				
	5	.523				
	19		.745			
使用 價格 與 氣氛	20		.648			
	21		.735			
	22		.505			
	23		.578			
	24		.656			

表 3-6 (續)

構面 名稱	題號	因素				
		一	二	三	四	五
環境	11			.791		
安全	12			.763		
與	13			.733		
衛生	14			.645		
組織	15				.688	
規劃	16				.731	
與	17				.680	
維護	18				.636	
場地	7					.808
設備	8					.725
規劃	9					.703
	10					.535
特徵值		10.204	1.982	1.596	1.226	0.894
解釋變異量		44.37%	8.62%	6.94%	5.33%	3.89%
累積變異量		44.37%	52.99%	59.93%	65.26%	69.15%

資料來源：本研究整理

### (三) 信度分析

在問卷信度考驗方面，採用Cronbach's  $\alpha$ 檢驗問卷內部一致性， $\alpha$ 係數越高，表示量表信度越高。一般 $\alpha$ 係數在.70以上，是可以接受的最小信度係數；在.80以上表示量表信度佳（吳明隆，2000）。

### 1、期望服務品質量表

「關懷性」之 $\alpha$ 係數為.874，「回應性」之 $\alpha$ 係數為.860，「保證性」之 $\alpha$ 係數為.859，「有形性」之 $\alpha$ 係數為.802，總量表信度為.934，顯示量表具良好信度(表3-7)，而各構面之Cronbach's  $\alpha$ 係數均大於.70，顯示各構面間具有高度信度。

表 3-7 期望服務品質量表各構面信度摘要表

構面名稱	內含題號	Cronbach's $\alpha$ 係數
關懷性	16-22	.874
回應性	11-15	.860
保證性	4-10	.859
有形性	1-3	.802
量表總信度		.934

資料來源：本研究整理

### 2、使用滿意度量表

「服務人員態度」之 $\alpha$ 係數為.877，「使用價格與氣氛」之 $\alpha$ 係數為.884，「環境安全與衛生」之 $\alpha$ 係數為.840，「組織規劃與維護」之 $\alpha$ 係數為.853，「場地設備規劃」之 $\alpha$ 係數為.822，總量表信度為.942，顯示量表具良好信度(表3-8)，而各構面之Cronbach's  $\alpha$ 係數均大於.70，顯示各構面間具有高度信度。

表 3-8 使用滿意度量表各構面信度摘要表

構面名稱	內含題號	Cronbach's $\alpha$ 係數
服務人員態度	1-5	.877
使用價格與氣氛	19-24	.884
環境安全與衛生	11-14	.840
組織規劃與維護	15-18	.853
場地設備規劃	7-10	.822
量表總信度		.942

資料來源：本研究整理

## 第六節 研究過程

本研究之抽樣設計採便利抽樣方式，以在南湖高中活動中心使用運動設施之使用者發放問卷，調查期間為2009年5月1日至5月25日，共發放問卷500份，回收461份(回收率為92.2%)，剔除無效問卷74份，有效問卷共387份(有效問卷回收率為83.9%)。

## 第七節 資料統計與處理方法

回收問卷先以人工方式，將回答不完整之無效問卷先行剔除，再將有效問卷予以編碼，再以SPSS for Window 12.0版統計套裝軟體為研究工具，進行資料分析及整理。並進行描述性統計、效度考驗、單因子變異數分析、Pearson 積差相關分析。詳細說明如下所述：

- 一、敘述性統計分析：透過次數分配、百分比、平均數與標準差，瞭解使用者之分佈情形、服務品質認知及使用滿意者意度現況。

- 二、效度分析：本研究之問卷內容以文獻整理所得理論為基礎，請學者專家針對問卷之整體架構；量表計分、填答方式；題項涵蓋構面及比例與陳述方式等進行修改及建議，並參考過去曾使用之量表或衡量項目加以修改而成。並進一步以項目分析法及因素分析法來考驗問卷的效度與構面。
- (一) 項目分析：預試問卷回收之後，經電子化建檔，即進行項目辨別力 (Discriminate, D-value) 和決斷值 (Critical Ratio, CR) 的分析。依許義雄 (1988) 的說法，辨別力達 0.4 者即為優良題目，也有學者 Thomas and Nelson (1990) 指出一般問卷設計者常以 0.2 為可接受的標準。
- (二) 探索性因素分析：本研究針對消費者「使用滿意度」進行因素分析，採用主成份分析法 (Principal Component Analysis) 來萃取因素構面，並以最大變異法 (Varimax) 進行直交轉軸法 (Orthogonal Rotation)，並且取特徵值 (Eigenvalue) 大於 1 的因素構面，並依因素負荷量大於 0.5 之標準選取各因素構面之題項。
- 三、信度分析：本研究量表之信度採內部一致性 (林清山，1995) 來分析，檢驗各項目所測量的特質是否具備同質性。經 Cronbach Alpha 係數檢定，在 0.8 以上者代表信度優良，0.5-0.7 之間為可接受信度，在 0.5 以下則該構面信度低劣。
- 四、獨立樣本 t 檢定 (t-test)：用來考驗兩個平均數之間的差異顯著性。本研究用於探討性別、婚姻狀況與居住地區間使用者滿意度之差異情形。

- 五、相依樣本 t 檢定：本研究用於探討受試者期望服務品質與感受服務品質認知差異情形。亦即了解本研究在南湖高中活動中心服務品質認知程度上，是否有 PZB 模式中的缺口五之存在。
- 六、單因子變異數分析 (One-Way ANOVA)：用以比較及檢定人口統計變項與服務品質認知及人口統計變項與使用滿意度兩組之間的差異情形。若差異達顯著水準，則以 Scheffe 多重比較各變項間差異情形。
- 七、皮爾遜 (Pearson) 積差相關分析：檢定服務品質認知與使用滿意度之相關性。
- 八、多元迴歸分析：以逐步多元迴歸分析來探討使用者所感受之服務品質對使用滿意度之預測力，及根據其標準化迴歸係數來判定何種服務品質構面有預測能力及其影響使用者滿意之程度。

## 第四章 結果與討論

本章旨在陳述研究資料分析獲得的結果與針對本研究欲探討之問題進行討論，共分為以下七個主題：一、活動中心使用者人口統計變項之分佈情況；二、活動中心使用者期望與感受服務品質之現況；三、活動中心使用者滿意度之現況；四、活動中心使用者期望服務品質與感受服務品質之變異數分析；五、人口統計變項對活動中心使用者滿意度之變異數分析；六、活動中心使用者對感受服務品質與使用滿意度之相關分析；七、活動中心使用者感受服務品質對使用滿意度之預測力分析。

### 第一節 使用者人口統計變項之分佈情況

本節主要針對南湖高中活動中心使用者人口統計變項說明，包含有性別、年齡、學歷、職業、婚姻狀況、居住地區、使用方式、平均月收入與平均使用運動設施之頻率、長度、時段與最常使用之運動設施作敘述。

#### (一) 性別

男性有 231 人(59.7%)，女性則有 156 人(40.3%)，男性多於女性。研究結果與余泳樟(2004)針對臺北市北投區市民運動中心服務品質與滿意度之研究、陳宥任(2007)對南港與中正運動中心使用者之研究發現男性參與者的比例偏高，結果一致。男性在運動習慣與參與狀況仍較女性為高。

#### (二) 年齡

20 歲以下有 109 人(28.2%)，21-30 歲有 118 人(30.5%)，31-40 歲有 89 人(23.0%)，41-50 歲有 60 人(15.5%)，51-60

歲有 6 人(1.6%)，61 歲以上則有 5 人(1.3%)。

21-30 歲佔 30.5%，為最多族群，與蘇榮利(2009)針對南湖高中活動中心之研究相同，其次是 20 歲以下，佔 28.2%，31-40 歲為 23.0%，40 歲以下之人口比例累積超過 80%，為主要參與運動人口，余泳樟(2004)亦指出臺北市運動健康俱樂部之消費族群為 21-40 歲者，且 41 歲以上使用者接近 20%，就行銷觀點而言，依然可以視為次要消費族群。

### (三) 學歷

國中有 2 人(0.5%)，高中職有 110 人(28.4%)，專科有 38 人(9.8%)，大學有 158 人(40.8%)，研究所(含)以上則有 79 人(20.4%)。然學歷為國中之使用者過少，故與高中職合計，為高中職以下之學歷分類。

本研究受試對象幾乎全數為高中職以上學歷使用者，其中以大學學歷為眾，共佔 40.8%，與翁志成(2006)、陳宥任(2007)、蘇榮利(2009)之研究結果相同，而大學以上學歷使用者逾六成，根據巫昌陽(1992)認為之高中學歷以上消費者較重視個人健康與運動休閒，南湖高中活動中心使用者因地處臺北市，且鄰近內湖、南港科技園區，教育水準普遍較高且運動風氣較盛。

### (四) 職業

軍公教有 28 人(7.2%)，農業有 3 人(0.8%)，工業有 38 人(9.8%)，商業有 39 人(10.1%)，服務業有 94 人(24.3%)，學生有 145 人(37.5%)，自由業有 19 人(4.9%)，家管有 3 人(0.8%)，其他則有 18 人(4.7%)。農業與家管類因樣本數過少，故併入其他類之樣本。

學生族群使用者佔 37.5%為大多數，雖與蘇榮利(2009)

針對南湖高中消費者之研究中，職業為商業的人數較多，結果不同，然除學生與其他類職業之外，亦接近 6 成，即具有較高消費力之族群比例仍遠遠超過學生部分，因此可以針對學生與非學生使用者規劃合適的行銷策略。

#### (五) 婚姻狀況

已婚者 95 人 (24.5%)，未婚者 292 (75.5%)。本研究受試者未婚部分佔 75.5%，與陳宥任 (2007)、蘇榮利 (2009) 之研究結果一致。另一方面，林忠程等 (2002)、鍾秋美 (2003)、李俞麟 (2004)、李孟學 (2005) 等人研究結果指出在游泳運動消費者中以已婚者居多。高俊雄 (2004) 指出婚姻對於民眾可支配自由時間以及休閒參與選擇會產生明顯的影響，已婚者多選擇能與子女共同參與的體育活動有助於維繫家庭關係。因此可以推論不同運動型態與項目對於不同人口背景之使用者亦存在影響因素。

#### (六) 居住地區

臺北市共 260 人 (67.2%)，以內湖區最多，共 150 人 (57.7%)；臺北縣共 127 人 (32.8%)，以汐止市最多，共 48 人 (37.8%)。

臺北市使用者人口最多，為 67.2%，其中以內湖區最眾，佔臺北市使用者的 57.7%，其次則為南港區；臺北縣則佔 32.8%，以汐止市使用者最多，佔臺北縣使用者的 37.8%。結果顯示南湖高中活動中心使用者之居住地區與地理位置有明顯關係，此與陳瑞辰 (2008)、陳宥任 (2008)、蘇榮利 (2009) 針對運動場館使用者之研究結果相同。

#### (七) 使用方式

單次購票者 15 人 (3.9%)，長期會員 12 人 (3.1%)，課程

學員 6 人(1.6%)，租用場地者 265 人(68.5%)，該校學生 89 人(23.0%)。

以租用場地者最眾，佔 68.5%，其次為該校學生，佔 23%，此與余泳樟(2004)針對北投運動中心使用者之研究結果不同，本研究推論應與游泳池以學校游泳教學為主，設備標準較低(25公尺、6道)；而綜合球場收費較市民運動中心與私人俱樂部低廉(籃球場每小時 1600 元，羽球場每小時 400/面)，較能吸引社區和休閒性質之團體承租。

#### (八) 平均月收入

在平均月收入部分，20,000 元(含以下)有 156 人(40.3%)，20,001-30,000 元有 33 人(8.5%)，30,001-40,000 元有 57 人(14.7%)，40,001-50,000 元有 67 人(17.3%)，50,001-60,000 元有 41 人(10.6%)，60,001 元(含以上)有 33 人(8.5%)。

在平均月收入部分，20,000 元(含以下)使用者最多，佔 40.3%，與余泳樟(2004)、蕭信余(2005)、陳宥任(2008)、蘇榮利(2009)之研究結果相同；而 20,000 以上之收入族群共佔 59.7%，因此在行銷策略方面應建立明確的市場區隔，針對不同族群規劃使用方案。

綜合上述人口統計變項資料詳如表 4-1 所示。

表 4-1 南湖高中活動中心使用者人口統計變項分配表

人口統計變項目	人數	百分比
---------	----	-----

項			
性別	男	231	59.7
	女	156	40.3
年齡	20 歲以下	109	28.2
	21-30 歲	118	30.5
	31-40 歲	89	23.0
	41-50 歲	60	15.5
	51-60 歲	6	1.6
	61 歲以上	5	1.3
學歷	國中以下	2	.5
	高中職	110	28.4
	專科	38	9.8
	大學	158	40.8
	研究所以上	79	20.4
職業	農業	3	.8
	工業	38	9.8
	商業	39	10.1
	服務業	94	24.3
	軍公教	28	7.2
	自由業	19	4.9
	家管	3	.8
	學生	145	37.5
其他	18	4.7	
婚姻狀況	未婚	292	75.5
	已婚	95	24.5
居住地區	臺北市	260	67.2
	臺北縣	127	32.8

表 4-1 (續)

人口統計變項	項目	人數	百分比
使用方式	單次購票	15	3.9
	長期會員	12	3.1
	租用場地	265	68.5
	課程學員	6	1.6
	該校學生	89	23.0
平均月收入	20,000 以下	156	40.3
	20,001-30,000	33	8.5
	30,001-40,000	57	14.7
	40,001-50,000	67	17.3
	50,001-60,000	41	10.6
	60,001 以上	33	8.5

#### (九) 平均使用運動設施之頻率

每天 1 次(含以上)有 56 人(14.5%)，一週 4~5 次有 38 人(9.8%)，一週 2~3 次有 86 人(22.2%)，一週 1 次有 178 人(46.0%)，兩週 1 次有 10 人(2.6%)，一個月 1 次(含以下)有 19 人(4.9%)。

一週 1 次為 46.0%，一週 2-3 次佔 22.2%，兩者合計共 68.2%，顯示近七成使用者每週會使用 1-3 次，與余泳樟(2004)、陳宥任(2008)研究結果一致，運動參與人口有固定運動之習慣，活動中心可配合積點制度，換取使用券、折價券等，增強使用者參與動機。

#### (十) 平均每次使用時間

1 小時以下共 76 人(19.6%)，2-3 小時共 279 人(72.1%)，3 小時以上共 32 人(8.3%)。

2-3 小時共 72.1%，雖與蘇榮利(2009)針對南湖高中活

動中心使用者調查結果不同(平均為 1.5 至 2 小時),但仍可看出大部分使用者平均使用時間約在每次 2 小時左右。

#### (十一) 最常使用之運動設施

在最常使用之運動設施部分,游泳池有 43 人(11.1%),綜合球場有 342 人(88.4%),桌球室有 13 人(3.4%),韻律教室有 51 人(13.2%),健身中心有 18 人(4.7%)。

在最常使用之運動設施部分,綜合球場使用者最多,佔 88.4%,游泳池與韻律教室分別僅佔 11.1%與 13.2%,研究者認為此與南湖高中活動中心定位為社區型態之運動場館有關,其服務對象主要為鄰近居民為主,包含該校師生、銀髮族與婦幼族群,樣本重複性高,尤以游泳池使用者部分最為明顯;其次因與南港、內湖運動中心距離較近,且游泳池規格標準不如其他運動中心,使用者多為周遭銀髮族與婦幼之民眾,而相較於綜合球場,因租金較低,反而吸引較多企業職工承租;最後本研究採便利抽樣,推測因使用方式以租用場地者最多,場地租借部分主要以綜合球場為主。

#### (十二) 最常使用之時段

8:00-12:00 共 19 人(4.9%),12:00-17:00 共 65 人(16.8%),17:00-22:00 共 303 人(78.3%)。因南湖高中活動中心僅假日為全天開放,平日僅開放 17:00-22:00,因此該時段之使用者最多,為 78.3%,此與蘇榮利(2009)之研究結果相同。綜合以上資料,如表 4-2 所示。

表 4-2 南湖高中活動中心使用者運動設施使用情形分配表

運動設施使用情形	項目	人數	百分比
平均使用運動設施之頻率	每天 1 次以上	56	14.5
	一週 4-5 次	38	9.8
	一週 2-3 次	86	22.2
	一週 1 次	178	46.0
	兩週 1 次	10	2.6
	一個月 1 次	19	4.9
平均每次使用時間	1 小時以下	76	19.6
	2-3 小時	279	72.1
	3 小時以上	32	8.3
最常使用之運動設施	游泳池	43	11.1
	綜合球場	342	88.4
	桌球室	13	3.4
	韻律教室	51	13.2
	健身中心	18	4.7
最常使用之時段	8:00-12:00	19	4.9
	12:01-17:00	65	16.8
	17:01-22:00	303	78.3

## 第二節 使用者期望與感受服務品質之現況

本節主要針對動中心使用者期望與感受服務品質之現況說明，包含有期望服務品質現況分析、實際感受服務品質現況分析與實際感受服務品質各構面之特性作敘述。

### 一、期望服務品質現況分析

使用者對南湖高中活動中心期望服務品質認知之前五名分別為「活動中心訂有清楚明確的場地收費價格」，「活動中心提供之服務時間能符合使用者需求」，「使用者遭遇困難時活動中心能及時提供幫助」，「活動中心提供現代化的運動設施」，「服務人員能清楚提供運動諮詢與場地使用說明」，較低者為「服務人員能有整潔服裝與外表」、「服務人員能給予使用者個別的關懷」、「活動中心能主動紀錄並保存使用者相關資料」，詳如表 4-3 所示。

經題項分析可發現使用者對於付費、使用時間與服務人員之協助期望較高，因此訂立明確與合理之收費標準與使用時間，並加強服務人員對使用者之協助，較能符合使用者對活動中心服務品質之期望。

### 二、期望服務品質各構面現況分析

本研究透過期望服務品質量表內的四個構面得分，進行分析，整理如表 4-4 所示。本研究之受試者期望服務品質各構面之排行依序為 1、回應性；2、有形性；3、關懷性；4、保證性。

表 4-3 期望服務品質現況分析摘要表

題號	題項	排名	平均數	標準差
ES15	活動中心訂有清楚明確的場地收費價格	1	3.88	.833
ES22	活動中心提供之服務時間能符合使用者需求	2	3.86	.808
ES11	使用者遭遇困難時活動中心能及時提供幫助	3	3.86	.831
ES1	活動中心提供現代化的運動設施	4	3.83	.750
ES14	服務人員能清楚提供運動諮詢與場地使用說明	5	3.80	.778
ES13	服務人員能耐心回應使用者所提出之各種問題	6	3.79	.831
ES12	服務人員不會因忙碌而不回應使用者的要求	7	3.79	.790
ES6	服務人員能在允諾時間內履行顧客承諾	8	3.78	.748
ES21	服務人員會把使用者利益列為優先考量面	9	3.78	.813
ES2	活動中心之服務設施符合需求並有吸引力	10	3.77	.718
ES16	服務人員的服務態度親切有禮	11	3.73	.811
ES17	服務人員之間應互相協助求提供更好的服務	12	3.72	.756
ES19	服務人員能瞭解使用者的需求	13	3.67	.762
ES10	活動中心所提供之專業服務是可靠的	14	3.66	.796
ES4	活動中心提供之服務能符合其整體設計	15	3.64	.746
ES3	活動中心之告示標誌清楚明顯	16	3.63	.780
ES18	服務人員能針對不同的顧客提供個別服務	17	3.60	.809
ES7	活動指導人員能提供良好運動專業指導	18	3.57	.793
ES8	活動中心能主動告知使用者運動訊息	19	3.55	.792
ES5	服務人員能有整潔服裝與外表	20	3.45	.762
ES20	服務人員能給予使用者個別的關懷	21	3.44	.797
ES9	活動中心能主動紀錄並保存使用者相關資料	22	3.41	.823

表 4-4 期望服務品質各構面現況分析摘要表

構面名稱	內含題號	排序	平均數	標準差
回應性	11-15	1	3.82	.675
有形性	1-3	2	3.74	.652
關懷性	16-22	3	3.69	.621
保證性	4-10	4	3.58	.599

結果發現回應性構面期望程度較高，即使用者儘管希望活動中心提供的服務是完美的，但亦能接受當意外的失驗過程，惟營運單位是否能迅速且妥善針對過程之疏忽作出回應與處理，始為使用者更重視的一環。

### 三、感受服務品質現況分析

使用者對南湖高中活動中心期望服務品質認知之前五名分別為「活動中心訂有清楚明確的場地收費價格」，「服務人員的服務態度親切有禮」，「服務人員能清楚提供運動諮詢與場地使用說明」，「服務人員能耐心回應使用者所提出之各種問題」，「活動中心提供之服務時間能符合使用者需求」，較低者為「服務人員能給予使用者個別的關懷」、「活動中心能主動告知使用者運動訊息」、「活動指導人員能提供良好運動專業指導」，詳如表 4-5 所示。

研究結果發現「活動中心訂有清楚明確的場地收費價格」、「服務人員能清楚提供運動諮詢與場地使用說明」與「活動中心提供之服務時間能符合使用者需求」均為前五名之題項，顯示此部份感受與期望呈現一致，而「服務人員能給予使用者個別的關懷」在期望與感受之認知上對使用者來說均較低。因此對於活動中心經營上可以針對使用者在運動

過程中的指導進行改善。

表 4-5 感受服務品質現況分析摘要表

題號	題項	排名	平均數	標準差
PS15	活動中心訂有清楚明確的場地收費價格	1	3.75	.755
PS16	服務人員的服務態度親切有禮	2	3.72	.731
PS14	服務人員能清楚提供運動諮詢與場地使用說	3	3.71	.726
PS13	服務人員能耐心回應使用者所提出之各種問	4	3.67	.711
PS22	活動中心提供之服務時間能符合使用者需求	5	3.66	.776
PS1	活動中心提供現代化的運動設施	6	3.62	.662
PS3	活動中心之告示標誌清楚明顯	7	3.58	.676
PS17	服務人員之間應互相協助求提供更好的服務	8	3.58	.680
PS12	服務人員不會因忙碌而不回應使用者的要求	9	3.57	.749
PS4	活動中心提供之服務能符合其整體設計	10	3.57	.725
PS5	服務人員能有整潔服裝與外表	11	3.56	.704
PS6	服務人員能在允諾時間內履行顧客承諾	12	3.53	.713
PS2	活動中心之服務設施符合需求並有吸引力	13	3.53	.668
PS11	使用者遭遇困難時活動中心能及時提供幫助	14	3.51	.725
PS19	服務人員能瞭解使用者的需求	15	3.51	.721
PS18	服務人員能針對不同的顧客提供個別服務	16	3.47	.672
PS10	活動中心所提供之專業服務是可靠的	17	3.46	.632
PS21	服務人員會把使用者利益列為優先考量面	18	3.43	.763
PS9	活動中心能主動紀錄並保存使用者相關資料	19	3.42	.664
PS20	服務人員能給予使用者個別的關懷	20	3.40	.696
PS8	活動中心能主動告知使用者運動訊息	21	3.36	.662
PS7	活動指導人員能提供良好運動專業指導	22	3.32	.699

#### 四、感受服務品質各構面分析

本研究透過感受服務品質量表內的四個構面得分，進行分析，整理如表 4-6 所示。本研究之受試者感受服務品質各構面之排行依序為 1、回應性；2、有形性；3、關懷性；4、保證性。

研究結果發現使用者在期望與感受服務品質四個構面之排序均相同，應透過進一步檢定其中是否存在差異之情形。

表 4-6 感受服務品質各構面現況分析摘要表

構面名稱	內含題號	排序	平均數	標準差
回應性	11-15	1	3.6429	.564
有形性	1-3	2	3.5780	.562
關懷性	16-22	3	3.5375	.552
保證性	4-10	4	3.4603	.492

### 第三節 使用者滿意度之現況

#### 一、滿意度現況分析

受試者對南湖高中活動中心使用者滿意度現況分析，排序前五名分別為「活動中心的交通便利性」、「活動中心附屬公共設施(如停車場)的規劃」、「活動中心設施的安全性」、「活動中心內運動場地(游泳池、健身房、韻律教室、綜合球場)規劃」及「服務人員(包含櫃檯、運動指導員)的服務態度」。滿意度較低為「活動中心所提供之運動相關課程內容」、「活動中心內活動商品的多樣性」、及「活動中心的促銷活動」。詳如表 4-7 所示。

表 4-7 使用滿意度現況分析摘要表

題號	題項	排名	平均數	標準差
US19	活動中心的交通便利性	1	3.7	.79
US9	活動中心附屬公共設施(如停車場)的規劃	2	3.6	.77
US10	活動中心設施的安全性	3	3.6	.70
US7	活動中心內運動場地(游泳池、健身房、韻律教室、綜合球場)	4	3.6	.72
US2	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)的服務態度	5	3.6	.67
US11	活動中心週邊的環境衛生	6	3.5	.76
US18	活動中心內營造的活動氣氛	7	3.5	.72
US4	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)能及時提供服務	8	3.5	.65
US12	活動中心內(包括廁所、更衣室)環境衛生	9	3.5	.76
US1	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)的專業素質	10	3.5	.66
US6	活動中心運動設備器材規劃	11	3.5	.75
US3	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)能處理我的個別需求	12	3.5	.66
US16	活動中心內動線規劃	13	3.4	.72
US23	活動中心場地使用的付費標準	14	3.4	.82
US21	活動中心的使用價格	15	3.4	.80
US5	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)對會員申訴的處理與態度	16	3.4	.72
US17	活動中心設施保養與維修	17	3.4	.83
US15	活動中心提供會員運動相關資訊(課程、健康資訊、運動新知)	18	3.3	.67
US8	活動中心附屬設施(如雜誌區、遊樂區、販賣部等)多樣性	19	3.3	.81
US14	活動中心所提供之運動相關課程內容	20	3.3	.65
US20	活動中心內活動商品的多樣性	21	3.3	.75
US22	活動中心的促銷活動	22	3.3	.73
US13	活動中心內中央空調的舒適度	23	3.2	.95

研究結果可發現使用者在活動中心硬體部分滿意程度較

高，但在軟體內容方面則偏低，目前進駐活動中心之商家僅有兩間，然而由於館內空間有限，未來擴充性可能不高；而由於館內主要是密閉空間，加上開放空調時間需配合校方規定，造成館內較悶熱，此項未來可研擬加收適當空調費之方式改善。

## 二、使用者滿意度各構面現況分析

本研究透過使用者滿意度量表內的五個構面得分，進行分析，整理如表 4-8 所示。本研究之受試者使用者滿意度各構面之排行依序為 1、場地設備規劃；2、服務人員態度；3、環境安全與衛生；4、使用價格與氣氛；5、組織規劃與維護。

表 4-8 使用者滿意度各構面現況分析摘要表

構面名稱	內含題號	排序	平均數	標準差
場地設備規劃	1-5	1	3.55	.599
服務人員態度	18-23	2	3.53	.541
環境安全與衛生	10-13	3	3.52	.599
使用價格與氣氛	14-17	4	3.47	.594
組織規劃與維護	6-9	5	3.41	.556

本研究之受試者使用者滿意度各構面最高為場地設備規劃，組織規劃與維護構面最低，活動中心應加強硬體部分之保養與維護，並針對組織提供服務之規劃進行改善。

## 第四節 使用者期望服務品質與感受服務品質之差異情形

本研究透過活動中心使用者對於期望服務品質與感受服

務品質構面之間的得分，來分析服務品質模式之缺口五的部分。結果發現使用者在「保證性」、「關懷性」、「回應性」、「有形性」四個構面中，對期望與感受服務品質之間的差異均達顯著水準，如表 4-9 所示。

表 4-9 期望服務品質與感受服務品質之變異數分析摘要表

服務品質構面	期望服務品質		感受服務品質		相關	t 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
有形性	3.74	.652	3.56	.562	.213***	4.16***
關懷性	3.69	.621	3.54	.552	.200***	3.91***
回應性	3.82	.675	3.64	.564	.177***	4.45***
保證性	3.58	.599	3.46	.492	.193***	3.40**

\*\* p<.01 , \*\*\* p<.001

研究結果發現，使用者在期望與感受服務品質四個構面得分依序均為「回應性」、「有形性」、「關懷性」與「保證性」而期望與感受服務品質之間的差異均達顯著水準，符合本研究假設一之「使用者對活動中心期望與感受之服務品質程度有顯著差異」。此外，透過比較平均數顯示期望服務品質在四個構面之得分均高於感受服務品質，代表活動中心在服務品質方面確實存在著缺口，此與游聰銘(2002)、林艷汝(2002)及余泳樟(2004)之結果一致。

## 第五節 人口統計變項對使用者滿意度之差異情形

### 一、不同性別對使用者滿意度之差異分析

為瞭解不同性別之運動中心使用者對滿意度各構面的差異，本研究以獨立樣本 t 檢定檢視之，如表 4-10 所示。本研

究結果顯示不同性別運動中心使用者在「服務人員態度」、「環境安全與衛生」、「組織規劃與維護」、「場地設備規劃」、「使用價格與氣氛」等滿意度構面的差異均未達顯著標準 ( $p > .05$ )。

表 4-10 不同性別對使用者滿意度之差異分析摘要表

使用滿意度	性別	平均數	標準差	t 值
服務人員態度	男	3.54	.522	.270
	女	3.52	.571	
使用價格與氣氛	男	3.44	.554	-1.11
	女	3.51	.647	
環境安全與衛生	男	3.49	.545	-1.09
	女	3.56	.670	
組織規劃與維護	男	3.37	.512	-1.78
	女	3.47	.612	
場地設備規劃	男	3.53	.589	-.797
	女	3.58	.612	

\*  $p < .05$

## 二、不同年齡對使用者滿意度之差異分析

依據不同年齡對活動中心使用者滿意度之差異分析，在「使用價格與氣氛」、「組織規劃與維護」與「場地設備規劃」( $F=3.039^*$ )、( $F=5.746^{***}$ )、( $F=2.524^*$ )達顯著水準。以雪費法進行事後比較發現「使用價格與氣氛」、「組織規劃與維護」和「場地設備規劃」三構面中，60歲以上使用者滿意度顯著高於51-60歲之使用者，詳如表4-11。

表 4-11 不同年齡對使用者滿意度之差異分析摘要表

使用滿意度	年齡	平均數	標準差	F 值	事後比較
-------	----	-----	-----	-----	------

服務人員態度	1、20歲以下	3.56	.642	1.442	
	2、21-30歲	3.47	.529		
	3、31-40歲	3.55	.503		
	4、41-50歲	3.55	.397		
	5、51-60歲	3.03	.151		
	6、60歲以上	3.76	.713		
使用價格與氣氛	1、20歲以下	3.53	.702	3.029*	6>5
	2、21-30歲	3.37	.607		
	3、31-40歲	3.50	.488		
	4、41-50歲	3.53	.434		
	5、51-60歲	2.89	.360		
	6、60歲以上	3.97	.671		
環境安全與衛生	1、20歲以下	3.57	.621	1.599	
	2、21-30歲	3.58	.625		
	3、31-40歲	3.42	.602		
	4、41-50歲	3.44	.495		
	5、51-60歲	3.33	.342		
	6、60歲以上	3.85	.548		
組織規劃與維護	1、20歲以下	3.57	.651	5.746***	6>5
	2、21-30歲	3.38	.572		
	3、31-40歲	3.37	.416		
	4、41-50歲	3.22	.391		
組織規劃與維護	5、51-60歲	2.92	.204		
	6、60歲以上	4.00	.750		
場地設備規劃	1、20歲以下	3.61	.634	2.524*	
	2、21-30歲	3.49	.647		6>5
	3、31-40歲	3.49	.443		
	4、41-50歲	3.68	.616		
	5、51-60歲	3.00	.274		
	6、60歲以上	3.85	.602		

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

### 三、不同學歷對使用滿意度差異分析

依據為不同學歷對活動中心使用者滿意度之差異分析，在「組織規劃與維護」達顯著水準( $F = 3.953^{***}$ )。以雪費法進行事後比較發現在「組織規劃與維護」構面上高中職使用者之滿意度顯著高於專科之使用者。詳如表 4-12。

表 4-12 不同學歷對使用滿意度差異分析摘要表

滿意度	學歷	平均數	標準差	F 值	事後比較
服務人員態度	1、高中職	3.57	0.640	.810	
	2、專科	3.43	0.387		
	3、大學	3.51	0.538		
	4、研究所	3.56	0.453		
使用價格與氣氛	1、高中職	3.53	0.683	1.619	
	2、專科	3.49	0.502		
	3、大學	3.49	0.541		
	4、研究所	3.34	0.591		
環境安全與衛生	1、高中職	3.54	0.611	.955	
	2、專科	3.38	0.485		
	3、大學	3.55	0.584		
	4、研究所	3.48	0.657		
組織規劃與維護	1、高中職	3.54	0.671	3.953 **	1>2
	2、專科	3.24	0.316		
	3、大學	3.38	0.551		
	4、研究所	3.34	0.428		
場地設備規劃	1、高中職	3.63	0.677	1.087	
	2、專科	3.55	0.504		
	3、大學	3.52	0.590		
	4、研究所	3.49	0.532		

\*\* p<.01

不同學歷使用者在「組織規劃與維護」構面有顯著差異，高中職使用者之滿意度顯著高於專科之使用者。結果與余泳樟（2004）相同，亦可能是因為個人教育程度、及價值觀、經驗、可能對運動中心的產品品質、價格產生不同水準之滿意度，而造成預期結果之落差。林秉毅（2005）指出教育程度

越低，則滿意度越高。劉美君(2006)認為，由於教育程度為大學以上的使用者其素質與認知能力比一般教育程度的顧客來的高，因而對運動場館的需求較高。

#### 四、不同職業對使用滿意度之差異分析

依據為不同職業對活動中心使用者滿意度之差異分析，研究結果顯示「組織規劃與維護」構面達顯著標準( $F=2.765^*$ )，但以雪費法進行事後比較，發現不同職業對活動中心使用者滿意度並無顯著差異( $p=.610$ )，詳如表 4-13。

結果發現不同職業對使用滿意度在「組織規劃與維護」有顯著差異，但經事後比較並無顯著差異，此與劉美君(2006)之結果相同，推測應與研究對象的特質與環境有關。

表 4-13 不同職業對使用滿意度之差異分析差異表

滿意度	職業	平均數	標準差	F 值	事後比較
服務人員態度	1、工業	3.68	0.557	.855	
	2、商業	3.54	0.475		
	3、服務業	3.47	0.459		
	4、軍公教	3.61	0.403		
	5、自由業	3.53	0.509		
	6、學生	3.51	0.630		
	7、其他	3.48	0.503		
使用價格與氣氛	1、工業	3.35	0.606	.890	
	2、商業	3.62	0.605		
	3、服務業	3.47	0.469		
	4、軍公教	3.49	0.479		
	5、自由業	3.35	0.388		
	6、學生	3.49	0.703		
	7、其他	3.42	0.513		

表 4-13 (續)

滿意度	職業	平均數	標準差	F 值	事後比較
-----	----	-----	-----	-----	------

環境安全 與衛生	1、工業	3.62	0.649	.969	
	2、商業	3.49	0.615		
	3、服務業	3.51	0.518		
	4、軍公教	3.50	0.581		
	5、自由業	3.49	0.574		
	6、學生	3.55	0.635		
	7、其他	3.27	0.594		
組織規劃 與維護	1、工業	3.35	0.456	2.765*	
	2、商業	3.51	0.468		
	3、服務業	3.28	0.467		N.A.
	4、軍公教	3.33	0.549		
	5、自由業	3.25	0.408		
	6、學生	3.53	0.650		
	7、其他	3.33	0.504		
場地設備 規劃	1、工業	3.51	0.601	.643	
	2、商業	3.67	0.523		
	3、服務業	3.53	0.512		
	4、軍公教	3.63	0.682		
	5、自由業	3.39	0.631		
	6、學生	3.54	0.664		
	7、其他	3.60	0.494		

N.A. = 無顯著差異

#### 五、不同居住地區對活動中心使用者滿意度之差異分析

為瞭解不同居住地區之活動中心使用者對滿意度各構面的差異，以兩種分類方式進行獨立樣本t檢定，一為臺北市(N=260)與臺北縣(N=127)之比較，結果顯示臺北市、縣使用者滿意度並無顯著差異；二為內湖區(N=150)與非內湖區(N=237)使用者滿意度比較，結果顯示內湖區與非內湖區使用者滿意度亦無顯著差異，如表4-14、4-15。

表 4-14 不同居住地區對使用者滿意度之差異分析摘要表

使用滿意度	地區	平均數	標準差	t 值
-------	----	-----	-----	-----

服務人員態度	1、臺北市	3.57	0.507	1.941
	2、臺北縣	3.45	0.601	
使用價格與氣氛	1、臺北市	3.49	0.582	.645
	2、臺北縣	3.44	0.617	
環境安全與衛生	1、臺北市	3.52	0.568	.251
	2、臺北縣	3.51	0.660	
組織規劃與維護	1、臺北市	3.42	0.540	.461
	2、臺北縣	3.39	0.587	
場地設備規劃	1、臺北市	3.55	0.589	-.018
	2、臺北縣	3.55	0.620	

\* p<.05

表 4-15 不同居住地區對使用者滿意度之差異分析摘要表

使用滿意度	地區	平均數	標準差	t 值
服務人員態度	1、內湖區	3.50	0.471	-.782
	2、非內湖區	3.55	0.582	
使用價格與氣氛	1、內湖區	3.46	0.541	-.236
	2、非內湖區	3.48	0.625	
環境安全與衛生	1、內湖區	3.45	0.595	-1.814
	2、非內湖區	3.56	0.598	
組織規劃與維護	1、內湖區	3.36	0.494	-1.379
	2、非內湖區	3.44	0.591	
場地設備規劃	1、內湖區	3.53	0.557	-.502
	2、非內湖區	3.56	0.624	

\* p<.05

#### 六、不同婚姻狀況使用者差異之分析

結果顯示不同婚姻狀況之使用者滿意度在「組織規劃與維護」構面達顯著差異，經比較平均數發現未婚使用者高於已婚使用者，如表 4-16。

表 4-16 不同婚姻狀況使用者差異之分析摘要表

使用滿意度	婚姻狀況	平均數	標準差	t 值
-------	------	-----	-----	-----

服務人員態度	1、未婚	3.54	0.562	.935
	2、已婚	3.49	0.472	
使用價格與氣氛	1、未婚	3.47	0.629	-.197
	2、已婚	3.48	0.470	
環境安全與衛生	1、未婚	3.55	0.628	1.942
	2、已婚	3.43	0.489	
組織規劃與維護	1、未婚	3.44	0.576	2.171*
	2、已婚	3.30	0.476	
場地設備規劃	1、未婚	3.54	0.613	-.930
	2、已婚	3.60	0.551	

\*p<.05

研究發現，未婚使用者在「組織規劃與維護」方面之滿意度高於已婚使用者，此結果與吳聰裕(2004)、劉美君(2006)之研究一致。推測由於已婚使用者的年齡、職業和平均月收入等，大部分都比未婚顧客來得高，因此對服務的要求亦會較高，而造成以上的結果。

#### 七、不同使用方式使用者對滿意度差異分析

結果顯示「組織規劃與維護」構面在不同使用上滿意度有顯著差異( $F=3.927^{**}$ )，以雪費法進行事後比較發現長期會員高於課程學員使用者，如表4-17。

表 4-17 不同使用方式使用者對滿意度差異分析摘要表

使用滿意度	使用方式	平均數	標準差	F 值	事後比較
-------	------	-----	-----	-----	------

服務人員態度	1、單次購票	3.47	0.476	.479	
	2、長期會員	3.73	0.462		
	3、場地租借	3.52	0.504		
	4、課程學員	3.53	0.450		
	5、該校學生	3.53	0.666		
使用價格與氣氛	1、單次購票	3.50	0.617	.385	
	2、長期會員	3.65	0.705		
	3、場地租借	3.46	0.547		
	4、課程學員	3.33	0.394		
	5、該校學生	3.48	0.715		
環境安全與衛生	1、單次購票	3.72	0.481	.640	
	2、長期會員	3.60	0.579		
	3、場地租借	3.50	0.591		
	4、課程學員	3.42	0.465		
	5、該校學生	3.54	0.651		
組織規劃與維護	1、單次購票	3.60	0.549	3.927**	2>4
	2、長期會員	3.63	0.653		
	3、場地租借	3.35	0.496		
	4、課程學員	3.00	0.224		
	5、該校學生	3.54	0.677		
場地設備規劃	1、單次購票	3.53	0.462	1.780	
	2、長期會員	3.98	0.376		
	3、場地租借	3.54	0.597		
	4、課程學員	3.33	0.342		
	5、該校學生	3.54	0.644		

\*\* p<.01

研究結果發現不同使用方式之滿意度在「組織規劃與維護」構面有顯著差異，長期會員高於課程學員使用者，研究者認為此與使用環境有關，因長期會員主要為游泳池使用者，多為自行或攜伴游泳，且活動中心泳訓班是為學童所設，所以長期會員反而較少接觸活動中心規劃之課程；而課程學員多為韻律教室使用者，由活動中心設計安排課程活動與教練，因此對於課程活動較為熟悉，要求相對較高。

#### 八、不同平均月收入對活動中心使用者滿意度之差異分析

依據為不同平均月收入對使用者滿意度之差異分析，在「組織規劃與維護」此構面達顯著水準( $F=4.472^{**}$ )。以雪費法進行事後比較結果顯示平均月收入為20,000-30,000之使用者滿意度高於50,001-60,000元之使用者，如表4-18。

表 4-18 不同平均月收入使用者對滿意度差異分析摘要表

使用滿意度	平均月收入	平均數	標準差	F 值	事後比較
服務人員態度	1、20,000 以下	3.52	0.608	.314	
	2、20,001-30,000	3.44	0.646		
	3、30,001-40,000	3.54	0.546		
	4、40,001-50,001	3.57	0.409		
	5、50,001-60,000	3.51	0.413		
	6、60,001 以上	3.58	0.484		
使用價格與氣氛	1、20,000 以下	3.49	0.687	.912	
	2、20,001-30,000	3.49	0.686		
	3、30,001-40,000	3.43	0.531		
	4、40,001-50,001	3.54	0.509		
	5、50,001-60,000	3.31	0.429		
	6、60,001 以上	3.49	0.429		
環境安全與衛生	1、20,000 以下	3.55	0.625	1.080	
	2、20,001-30,000	3.55	0.670		
	3、30,001-40,000	3.61	0.557		
	4、40,001-50,001	3.45	0.558		
	5、50,001-60,000	3.37	0.589		
	6、60,001 以上	3.49	0.550		
組織規劃與維護	1、20,000 以下	3.52	0.630	4.472 <sup>**</sup>	2>5
	2、20,001-30,000	3.62	0.613		
	3、30,001-40,000	3.31	0.564		
	4、40,001-50,001	3.29	0.360		

表 4-18 (續)

使用滿意度	平均月收入	平均數	標準差	F 值	事後比較
	5、50,001-60,000	3.23	0.402		

	6、 60,001 以上	3.30	0.440	
場地 設備 規劃	1、 20,000 以下	3.53	0.647	.923
	2、 20,001-30,000	3.64	0.641	
	3、 30,001-40,000	3.55	0.635	
	4、 40,001-50,001	3.60	0.567	
	5、 50,001-60,000	3.40	0.437	
	6、 60,001 以上	3.63	0.472	

\*\* p<.01

結果發現不同平均月收入對使用者滿意度在「組織規劃與維護」此構面有顯著差異。平均月收入 20,000-30,000 之使用者滿意度高於 50,001-60,000 元之使用者。此與余泳樟(2004)研究結果相同，使用者收入的高低應可能會影響個人生活品質的高低，故對運動中心場地、服務使用價格的要求亦會相對受到左右；一般認為可能收入愈高的使用者，對服務品質的重視性會隨之提高，對使用價格的接受尺度則較寬，故其滿意度較高。

#### 九、使用頻率對活動中心使用者滿意度之差異分析

針對不同使用頻率對活動中心使用者滿意度之差異分析，結果顯示「組織規劃與維護」構面達顯著標準(F=2.765\*)，但以雪費法進行事後比較，發現不同使用頻率對活動中心使用者滿意度並無顯著差異(p=.381)，如表 4-19。

表 4-19 使用頻率對使用者滿意度之差異分析摘要表

使用滿意度	使用頻率	平均數	標準差	F 值	事後比較
服務人員態度	1、一天一次	3.55	0.717	.773	
	2、一週 4-5 次	3.56	0.577		
	3、一週 2-3 次	3.50	0.482		
	4、一週一次	3.52	0.482		
	5、兩週一次	3.82	0.503		
	6、一個月一次	3.44	0.678		

使用 價格 與 氣氛	1、一天一次	3.53	0.805	1.133	
	2、一週 4-5 次	3.43	0.756		
	3、一週 2-3 次	3.37	0.560		
	4、一週一次	3.48	0.492		
	5、兩週一次	3.72	0.653		
	6、一個月一次	3.59	0.459		
環境 安全 與 衛生	1、一天一次	3.58	0.713	1.261	
	2、一週 4-5 次	3.44	0.582		
	3、一週 2-3 次	3.49	0.581		
	4、一週一次	3.50	0.562		
	5、兩週一次	3.50	0.842		
	6、一個月一次	3.82	0.499		
組織 規劃 與 維護	1、一天一次	3.58	0.757	2.796*	
	2、一週 4-5 次	3.44	0.571		N.A.
	3、一週 2-3 次	3.32	0.502		
	4、一週一次	3.35	0.484		
	5、兩週一次	3.53	0.702		
	6、一個月一次	3.66	0.473		
場地 設備 規劃	1、一天一次	3.54	0.799	1.256	
	2、一週 4-5 次	3.51	0.556		
	3、一週 2-3 次	3.47	0.554		
	4、一週一次	3.56	0.548		
	5、兩週一次	3.78	0.520		
	6、一個月一次	3.79	0.658		

N.A.=無顯著差異

#### 十、最常使用之運動設施對使用者滿意度之差異分析

針對最常使用之運動設施對運動中心使用者滿意度之差異分析，在「組織規劃與維護」此構面達顯著水準( $F = 4.274^{**}$ )。但以雪費法進行事後比較，發現最常使用之運動設施對運動中心使用者滿意度並無顯著差異( $p = .064$ )，如表 4-20。

表 4-20 最常使用運動設施對使用滿意度差異分析摘要表

使用 滿意度	使用設施	平均 數	標準 差	F 值	事後比較
	1、游泳池	3.56	0.634	.173	

服務人員態度	2、綜合球場	3.52	0.503		
	3、韻律教室	3.56	0.615		
	4、桌球室	3.62	0.701		
	5、健身房	3.53	0.927		
使用價格與氣氛	1、游泳池	3.53	0.602	1.222	
	2、綜合球場	3.45	0.599		
	3、韻律教室	3.48	0.537		
	4、桌球室	3.68	0.626		
	5、健身房	3.86	0.521		
環境安全與衛生	1、游泳池	3.46	0.616	.504	
	2、綜合球場	3.51	0.582		
	3、韻律教室	3.58	0.653		
	4、桌球室	3.55	0.732		
	5、健身房	3.79	0.765		
組織規劃與維護	1、游泳池	3.54	0.654	4.274 <sup>**</sup>	
	2、綜合球場	3.35	0.502		
	3、韻律教室	3.46	0.619		N.A.
	4、桌球室	3.93	0.830		
	5、健身房	3.67	0.701		
場地設備規劃	1、游泳池	3.73	0.693		
	2、綜合球場	3.53	0.576		
	3、韻律教室	3.57	0.665	1.189	
	4、桌球室	3.39	0.606		
	5、健身房	3.50	0.387		

N.A.=無顯著差異，<sup>\*\*</sup>p<.01

#### 十一、最常使用時段對使用者滿意度之差異分析

根據最常使用之時段對活動中心使用者滿意度之差異分析，在「使用價格與氣氛」、「環境安全與衛生」、與「組織規劃與維護」構面達顯著水準 (F=3.410<sup>\*</sup>、10.108<sup>\*\*\*</sup>、5.749<sup>\*</sup>)。以雪費法進行事後比較發現 8:00-12:00 之使用者滿意度高於 17:01-22:00，如表 4-21。

表 4-21 最常使用時段對使用者滿意度之差異分析摘要表

使用	使用設施	平均	標準	F 值	事後比
----	------	----	----	-----	-----

滿意度		數	差		較
服務人員態度	1、 8:00-12:00	3.63	0.795	.	
	2、 12:01-17:00	3.54	0.568	407	
	3、 17:01-22:00	3.52	0.517		
使用價格與氣氛	1、 8:00-12:00	3.79	0.709		
	2、 12:01-17:00	3.52	0.588	3.410 <sup>*</sup>	1>3
	3、 17:01-22:00	3.44	0.583		
環境安全與衛生	1、 8:00-12:00	4.08	0.750		
	2、 12:01-17:00	3.58	0.634	10.108 <sup>***</sup>	1>3
	3、 17:01-22:00	3.47	0.562		
組織規劃與維護	1、 8:00-12:00	3.78	0.721		
	2、 12:01-17:00	3.48	0.589	5.749 <sup>**</sup>	1>3
	3、 17:01-22:00	3.37	0.528		
場地設備規劃	1、 8:00-12:00	3.71	0.774		
	2、 12:01-17:00	3.56	0.555	.741	
	3、 17:01-22:00	3.54	0.596		

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

結果發現最常使用之時段對活動中心使用者滿意度，在「使用價格與氣氛」、「環境安全與衛生」、與「組織規劃與維護」構面有顯著差異。8:00-12:00 之使用者滿意度高於 17:01-22:00，此與陳瑞辰(2008)之結果類似。由於南湖高中活動中心僅六、日為全天開放，平常日開放時間均為 17:00-20:00，因此 8:00-12:00 之使用者多為該校學生，或是周末晨泳之長期會員，對於活動中心具有高度認同感，滿意度方面較其他時段使用者高。

## 第六節 使用者感受服務品質與使用滿意度之相關分析

### 一、有形性構面與使用滿意度之相關分析

根據運動中心使用者感受服務品質之有形性構面與使用滿意度各因素之相關程度，結果顯示服務品質有形性構面與服務人員態度、使用價格與氣氛、環境安全與衛生、組織規

劃與維護、場地設備規劃均呈顯著正相關（ $r$  值分別為 .478<sup>\*</sup>、.509<sup>\*\*</sup>、.390<sup>\*\*</sup>、.504<sup>\*\*</sup>、.482<sup>\*\*</sup>），如表 4-22。

表 4-22 有形性構面與使用滿意度之相關分析摘要表

使用滿意度因素	有形性 ( $r$ )
服務人員態度	.478 <sup>**</sup>
使用價格與氣氛	.509 <sup>**</sup>
環境安全與衛生	.390 <sup>**</sup>
組織規劃與維護	.504 <sup>**</sup>
場地設備規劃	.482 <sup>**</sup>

<sup>\*\*</sup>  $p < .01$

## 二、保證性構面與使用滿意度之相關分析

針對活動中心使用者感受服務品質之保證性構面與使用滿意度各因素之相關程度，結果顯示服務品質有形性構面與服務人員態度、使用價格與氣氛、環境安全與衛生、組織規劃與維護、場地設備規劃均呈顯著正相關（ $r$  值分別為 .539<sup>\*</sup>、.424<sup>\*\*</sup>、.318<sup>\*\*</sup>、.520<sup>\*\*</sup>、.377<sup>\*\*</sup>），如表 4-23。

表 4-23 保證性構面與使用滿意度之相關分析摘要表

使用滿意度因素	保證性 ( $r$ )
服務人員態度	.539 <sup>**</sup>
使用價格與氣氛	.424 <sup>**</sup>
環境安全與衛生	.318 <sup>**</sup>
組織規劃與維護	.520 <sup>**</sup>
場地設備規劃	.377 <sup>**</sup>

<sup>\*\*</sup>  $p < .01$

### 三、關懷性構面與使用滿意度之相關分析

針對活動中心使用者感受服務品質之關懷性構面與使用滿意度各因素之相關程度，結果顯示服務品質有形性構面與服務人員態度、使用價格與氣氛、環境安全與衛生、組織規劃與維護、場地設備規劃均呈顯著正相關（ $r$  值分別為 .571<sup>\*</sup>、.502<sup>\*\*</sup>、.397<sup>\*\*</sup>、.494<sup>\*\*</sup>、.406<sup>\*\*</sup>），如表 4-24。

表 4-24 關懷性構面與使用滿意度之相關分析摘要表

使用滿意度因素	關懷性 ( $r$ )
服務人員態度	.571 <sup>**</sup>
使用價格與氣氛	.502 <sup>**</sup>
環境安全與衛生	.397 <sup>**</sup>
組織規劃與維護	.494 <sup>**</sup>
場地設備規劃	.406 <sup>**</sup>

<sup>\*\*</sup>  $p < .01$

### 四、回應性構面與使用滿意度之相關分析

活動中心使用者感受服務品質之回應性構面與使用滿意度各因素之相關程度，結果顯示服務品質有形性構面與服務人員態度、使用價格與氣氛、環境安全與衛生、組織規劃與維護、場地設備規劃均呈顯著正相關（ $r$  值分別為 .566<sup>\*\*</sup>、.452<sup>\*\*</sup>、.319<sup>\*\*</sup>、.426<sup>\*\*</sup>、.414<sup>\*\*</sup>），如表 4-25。

表 4-25 回應性構面與使用滿意度之相關分析摘要表

使用滿意度因素	回應性 ( $r$ )
服務人員態度	.566 <sup>**</sup>

使用價格與氣氛	.452 <sup>**</sup>
環境安全與衛生	.319 <sup>**</sup>
組織規劃與維護	.426 <sup>**</sup>
場地設備規劃	.414 <sup>**</sup>

<sup>\*\*</sup> p<.01

本研究結果顯示服務品質之保證性、回應性、有形性、關懷性構面與使用滿意度之服務人員態度、使用價格與氣氛、環境安全與衛生、組織規劃與維護與場地及設施服務等構面均呈顯著正相關，支持本研究假設三，與余泳樟(2004)、沈淑貞(2005)、林秉毅(2005)之研究結果相同，亦即代表服務品質要求愈高，使用者的滿意程度即會愈高，與本研究結果相似。因此南湖高中活動中心欲提升使用者滿意程度可透過加強服務品質水準來達成。

## 第七節 使用者感受服務品質對使用滿意度之影響

本段旨在探討活動中心使用者感受服務品質對使用滿意度之預測作用，由表 4-22、4-23、4-24 與 4-25 顯示服務品質與使用滿意度兩構面呈顯著正相關，即兩構面間無多元共線性，可進行多元迴歸分析，並以感受服務品質之構面為預測變項，使用者滿意度為效標變項，以逐步多元迴歸分析法

(stepwise)預測其影響情形。

研究結果發現感受服務品質確實可以預測使用滿意度，以下依照個構面之分析結果進行討論。

#### 一、服務人員態度構面

此部分旨在探討感受服務品質對使用滿意度之「服務人員態度」的影響情形，感受服務品質四個構面均達顯著水準，總解釋變異量為 39%，個別解釋力依序為關懷性(32.6%)、保證性(3.8%)、回應性(1.7%)與有形性(0.8%)，結果如表 4-26。

表 4-26 「服務人員態度」構面多元迴歸分析摘要表

變項 順序	多元迴 歸係數 R	R <sup>2</sup> 累 積量	R <sup>2</sup> 改 變量	β 係數	F 值	VIF
關懷性	.571	.326	.326	.227	186.59 <sup>***</sup>	3.145
保證性	.604	.365	.038	.175	23.18 <sup>***</sup>	2.344
回應性	.618	.382	.017	.185	10.64 <sup>**</sup>	3.236
有形性	.625	.390	.008	.127	5.29 <sup>*</sup>	1.903

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

在服務人員態度方面，關懷性解釋力達 32.6%，即活動中心如加強服務人員對使用者之關心與照顧，可提升使用者對服務人員之滿意度。

#### 二、使用價格與氣氛構面

此部分旨在探討感受服務品質對使用滿意度之「使用價格與氣氛」的影響情形，有形性與關懷性達顯著水準，總解釋變異量為 32.2%，個別解釋力分別為 25.9%與 6.3%，結果如表 4-27。

表 4-27 「使用價格與氣氛」構面多元迴歸分析摘要表

變項 順序	多元迴 歸係數 R	R <sup>2</sup> 累積 量	R <sup>2</sup> 改變 量	β 係數	F 值	VIF
有形性	.509	.259	.259	.327	134.86 <sup>***</sup>	1.534
關懷性	.567	.322	.063	.310	35.40 <sup>***</sup>	1.534

\*\*\* p<.001

在使用價格與氣氛方面，有形性解釋力達 25.9%，如維持硬體品質，可在使用價格與運動氣氛上獲得較高滿意度；在環境衛生與安全構面，關懷性具 15.7%之解釋力，如服務人員可隨時注意衛生與安全的狀況，並不時向使用者詢問關切，有助於提升使用滿意度。

### 三、環境衛生與安全構面

此部分旨在探討感受服務品質對使用滿意度之「環境衛生與安全」的影響情形，關懷性與有形性達顯著水準，總解釋變異量為 19.5%，個別解釋力分別為 15.7%與 3.7%，結果如表 4-28。

在環境衛生與安全構面，關懷性具 15.7%之解釋力，如服務人員可隨時注意衛生與安全的狀況，並不時向使用者詢問關切，有助於提升使用滿意度。

表 4-28 「環境衛生與安全」構面多元迴歸分析摘要表

變項 順序	多元迴 歸係數 R	R <sup>2</sup> 累積 量	R <sup>2</sup> 改變 量	β 係數	F 值	VIF
關懷性	.397	.157	.157	.255	71.937 <sup>***</sup>	1.534
有形性	.441	.195	.037	.239	17.826 <sup>***</sup>	1.534

\*\*\*p<.001

#### 四、組織規劃與維護構面

此部分旨在探討感受服務品質對使用滿意度之「組織規劃與維護」的影響情形，保證性、有形性與關懷性達顯著水準，總解釋變異量為 33.8%，個別解釋力分別為 27%、5.3% 與 1.6%，結果如表 4-29。

表 4-29 「組織規劃與維護」構面多元迴歸分析摘要表

變項 順序	多元迴 歸係數 R	R <sup>2</sup> 累 積量	R <sup>2</sup> 改 變量	β 係數	F 值	VIF
保證性	.520	.270	.270	.237	142.34***	2.255
有形性	.568	.322	.053	.247	29.77***	1.777
關懷性	.582	.338	.016	.183	9.18**	2.107

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

在組織規劃與維護方面，保證性之解釋力達 27%，即經營者應維持其活動內容品質，並建立使用者資料庫，定期提供新知與諮詢，以提升使用滿意度。

#### 五、場地與設備規劃構面

此部分旨在探討感受服務品質對使用滿意度之「場地與設備規劃」的影響情形，有形性與關懷性達顯著水準，總解釋變異量為 25.5%，個別解釋力分別為 23.2% 與 2.3%，結果如表 4-30。

表 4-30 「場地與設備規劃」構面多元迴歸分析摘要表

變項 順序	多元迴 歸係數 R	R <sup>2</sup> 累 積量	R <sup>2</sup> 改 變量	β 係 數	F 值	VIF
有形性	.482	.232	.232	.372	116.38***	1.534
關懷性	.505	.255	.023	.186	11.68**	1.534

\* p<.01 , \*\*\* p<.001

在場地與設備規劃方面，有形性之解釋力達 23.2%，因此妥善規劃館內場地設備與公共設施之配置、便利性和舒適度，應可獲得較高之滿意度。

根據上述各構面影響力分析結果發現，服務品質對使用滿意度有顯著的正向影響效果，且支持本研究假設四，此研究結果與賴其勛等(2001)、吳政謀(2005)及洪珠媚(2007)之研究有相同的發現，服務品質與滿意度、購後行為意圖有顯著的相關性，服務品質愈高，顧客的滿意度與忠誠度行為愈高。

## 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做成結論，本章共分成二節，第一節 - 結論；第二節 - 建議。

### 第一節 結論

本節主要目的對研究作一整體描述，並依據研究結果提出結論。

#### 一、南湖高中活動中心使用者人口統計變項之分布情形

活動中心使用者以男性（59.7%）比例較多；年齡集中在 21-30 歲（30.5%）；學歷以大學學歷（40.8%）比例最高；職業以學生（37.5%）比例最高；婚姻狀況以未婚族群為主（75.5%）；居住地區以臺北市（67.2%）比例較高，其中內湖區使用者佔臺北市使用者總數的 57.7% 為眾；使用方式以租用場地（68.5%）比例最高；使用者平均月收入在二萬元以下（40.3%）比例最高；平均使用運動設施之頻率以一週 1 次（46.0%）比例最高；最常使用之運動設施以綜合球場（88.4%）比例最高；最常使用之時段部份以 17:00-22:00 人數最多（78.3%）。

因此南湖高中活動中心使用者主要為內湖區，21-30 歲之未婚男性，且多為學生，所以月收入兩萬以下居多，具有大學學歷者最多，使用型態為租用綜合球場，平均每週使用一次，且使用時間多為晚上。

#### 二、南湖高中活動中心使用者期望與感受服務品質之現況

本研究期望與感受服務品質各構面現況之得分排序均為

回應性、有形性、關懷性與保證性。

### 三、南湖高中活動中心使用者滿意度之現況

本研究之受試者使用者滿意度各構面之排行依序為 1、場地設備規劃；2、服務人員態度；3、環境安全與衛生；4、使用價格與氣氛；5、組織規劃與維護。

### 四、南湖高中活動中心使用者期望與感受服務品質之變異數分析

本研究結果發現使用者在「保證性」、「關懷性」、「回應性」、「有形性」四個構面中，對期望與感受服務品質之間的差異均達顯著水準。經比較平均數後各構面期望服務品質得分均高於感受服務品質，因此期望與感受層面存在缺口五，對於南湖高中活動中心營運單位在服務品質方面均仍有加強空間。

### 五、人口統計變項對活動中心使用者滿意度之變異數分析

- (一) 不同年齡在「使用價格與氣氛」、「組織規劃與維護」與「場地設備規劃」構面呈顯著差異。其中 60 歲以上使用者滿意度均顯著高於其他年齡層使用者，51-60 歲之使用者在此三構面中平均數均為最低。
- (二) 不同學歷在「組織規劃與維護」構面呈現顯著差異，高中職使用者之滿意度顯著高於大學與研究所(含以上)與專科之使用者。
- (三) 不同婚姻狀況在「組織規劃與維護」構面呈現顯著差異，未婚使用者高於已婚使用者。
- (四) 不同使用方式在「組織規劃與維護」構面呈現顯著差異，長期會員、單次購票使用者高於該校學生、場地租借與課程學員使用者。

(五) 不同平均月收入在「組織規劃與維護」構面呈現顯著差異，依得分高至低依序為 20,000-30,000、20,000 以下、30,001-40,000、60,001 以上、40,001-50,001、50,001-60,000 元。

(六) 不同使用時段在「使用價格與氣氛」、「環境安全與衛生」、與「組織規劃與維護」構面呈現顯著差異，8:00-12:00 之使用者滿意度均高於 12:01-17:00 與 17:01-22:00。

#### 六、使用者對感受服務品質與使用滿意度之相關分析

本研究結果顯示服務品質之保證性、回應性、有形性、關懷性構面與使用滿意度之服務人員態度、使用價格與氣氛、環境安全與衛生、組織規劃與維護與場地及設施服務等構面均呈顯著正相關。

#### 七、感受服務品質與使用滿意度之影響

研究結果發現感受服務品質確實對使用滿意度有顯著正向影響。在服務人員態度方面，感受服務品質四構面均具有顯著正向影響，依序為關懷性、保證性、回應性與有形性。

在使用價格與氣氛方面，有形性構面具有顯著正向影響；在環境衛生與安全構面，關懷性具有顯著正向影響；在組織規劃與維護方面，保證性具有顯著正向影響；最後，在場地與設備規劃方面，有形性具有顯著正向影響。

## 第二節 建議

根據本研究的結果及研究的過程發現，研究者提出以下的幾項建議，作為今後有意從事運動中心營運之業者，未來之參考方向。

### 一、對經營管理者之建議

- (一) 活動中心可針對年齡在40歲以下，學歷在大學程度者擬定行銷策略，且可依據職業與收入進行市場區隔，學生且收入在兩萬以下之族群可規劃學生優惠活動；有固定工作與收入之族群可規劃較高級之方案，或是提供團體長期租借場地優惠。另一方面，採用積點和紅利之方式吸引固定客源和提升使用頻率，以增加活動中心整體使用率。
- (二) 活動中心之使用者期望服務品質顯著高於感受部分，之間確實存在差距且感受服務品質與滿意度之間有相關性存在，因此經營管理者應加強活動中心的服務品質以提升使用者滿意度，藉以達到永續經營的目的。
- (三) 活動中心可依使用滿意度的先後順序，進行維持與改進，若因現實條件無法短期改善時，則可針對發費較少且又可達顯著效果的項目，應用長期性以及整體性的改善概念互相配合的執行原則，優先來實施。且能重視各項品質改善的措施、資料之重整等，在持續之服務品質改善目標下，來建立以顧客為導向之組織文化。

### 二、對後續研究的建議

- (一) 本研究僅就臺北市南湖高中活動中心之委外經營進行研究，後續研究者可針對未來臺北市各級學校類似個案進

行研究，擴大研究範圍，更能提供給未來有意參與經營學校活動中心之業者或活動中心委外招標之學校作為參考依據。

- (二) 本研究所探討之對象為外部「使用者」，對於活動中心內部「員工」則因時間、人力之限制，僅以外部使用者為研究對象，因此建議後續研究者亦可針對內部員工進行服務品質研究，同時對外部使用者、內部員工進行服務品質之評估，其分析結果的運用更有助於服務品質改善之研究。

## 參考文獻

### 一、中文部分

- 王凱立(2000)。民間機構經營學校運動設施之可行性研究 - 以臺北市市立國民中學學校游泳池設施為例。未出版碩士論文，國立臺灣大學，臺北市。
- 方信淵(1998)。公立大學游泳池對外開放顧客滿意度之比較研究-以臺灣師大、清華大學為例。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。
- 毛曉夫(1997)。來源國形象對顧客滿意度之影響——以 ELM 模式為理論基礎。未出版碩士論文，國立政治大學，臺北市。
- 尤聰銘(2002)。游泳池服務品質之實證研究。臺灣師範大學未出版碩士論文，臺北市。
- 臺北市政府教育局體衛科(2009)。臺北市政府教育局暨所屬機關委外經營且涉對外服務場館一覽表。臺北市：作者。
- 臺北市政府教育局體衛科(2009)。臺北市政府教育局所屬公私立各級學校游泳池行政區分布圖暨地址電話清冊。臺北市：作者。
- 臺北市政府教育局體衛科(2008)。學校運動設施委託民間營運管理申請流程圖。臺北市：作者。
- 臺北市政府教育局體衛科(2007)。臺北市推動民間參與市立各級學校運動設施營運管理權利金支用要點。臺北市：作者。
- 田文政(1991)。運動場地規劃與管理。臺北：國立臺灣工業技術學院。

- 行政院公共工程委員會(2001)。促進民間參與公共建設法令彙編。臺北市：作者。
- 行政院體育委員會(2008)。96年運動統計。臺北市：作者。
- 行政院體育委員會(2009)。97年運動統計。臺北市：作者。
- 艾建宏(2004)。臺北市運動中心消費者行為之研究。未出版碩士論文，輔仁大學，臺北縣。
- 余泳樟(2006)。運動中心委外經營策略之探討 - 以臺北市立南湖高中為例。學校體育，16(5)，55-60。
- 余泳樟(2004)。臺北市北投區市民運動中心使用者服務品質認知與滿意度之研究。未出版碩士論文，輔仁大學，臺北縣。
- 李真玲(2005)。公立體育場域民眾運動參與動機與滿意度之研究-以臺中縣為例。未出版碩士論文，東海大學，臺中市。
- 吳明隆(2000)。SPSS統計應用實務。臺北：松崗。
- 吳聰裕(2004)。高雄市健康體適能俱樂部服務品質與會員整體滿意度之研究。未出版碩士論文，大葉大學，彰化縣。
- 杉本辰夫(1986)。事務、營業、服務的品質管制。臺北：中興管理顧問公司。
- 沈淑貞(1999)。桃竹苗地區健康休閒俱樂部服務品質與會員滿意度之研究。國立臺灣師範大學，未出版碩士論文，臺北市。
- 林昌國(2004)。聯園活動中心消費者參與行為與滿意度之研究。未出版碩士論文，輔仁大學，臺北縣。
- 林秉毅(2004)。臺北市運動中心服務品質、顧客滿意度與忠誠度之相關研究。未出版碩士論文，屏東師範學院，

屏東市。

林豔汝(2002)。臺灣地區大型運動公園服務品質之實證研究。國立臺灣師範大學，未出版碩士論文，臺北市。

洪嘉文(2003)。我國學校體育政策制定之研究。未出版博士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。

洪珠媚(2007)。大臺南地區運動健身俱樂部會員服務品質、滿意度與忠誠度之因果徑路關係研究。*北體學報*，15，193-203。

侯錦雄(1990)。遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究。未出版博士論文，國立臺灣大學，臺北市。

財團法人臺灣經濟研究院(2006)。我國推動促參案件之總體經濟效益分析。臺北市：作者。

梁志隆(2000)。臺北大眾捷運系統服務品質與顧客滿意度之研究。中山大學，未出版碩士論文，高雄市。

陳宥任(2007)臺北市運動中心使用者公共關係知覺之研究 - 以南港與中正運動中心為例。未出版碩士論文，國立臺北教育大學，臺北市。

陳振川(2008)。「2008全球招商大會」愛臺12建設。臺北：行政院公共工程委員會。

陳啟誠(2003)。臺北市立國中生使用校內運動場地設施滿意度調查研究。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。

陳瑞辰(2008)游泳池服務品質、顧客滿意度與再購意願之研究 - 以臺北縣三重市地區游泳池為例。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。

許龍池(2008)。學校運動設施「促參法」模式建構與營運案

- 例分析。大專體育，96，55-62。
- 教育部體育司(2008)。96年度學校體育統計年報。臺北市：作者。
- 教育部體育司(2009)。97年度學校體育統計年報。臺北市：作者。
- 教育部體育司(2009)。97年度運動參與報告書。臺北市：作者。
- 郭德賓(1999)。服務業顧客滿意評量模式之研究。未出版博士論文，國立中山大學，高雄市。
- 黃美珠(2007)。臺北縣立新莊體育場員工知覺資源配適與顧客滿意度之研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 彭博彥(2006)。溫泉館顧客滿意度調查研究 --以新竹尖石溫泉館為例。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 楊廣銓(2005)。運動場地設施使用效能與改進之個案分析——以臺北市南湖高中為例。中華體育，19(3)，61-66。
- 蔡長啟(1983)。體育建築設備。臺北：體育出版社。
- 鄭志富、呂宛蓁、曹校章(2005)。臺灣地區各縣市體育館營運績效指標評估之實證研究。師大學報，50(2)，227-244。
- 劉美君(2006)。臺北小巨蛋副館滑冰場服務品質與顧客滿意度之研究。未出版碩士論文，國立臺北教育大學，臺北市。
- 賴仲庸(1995)。臺北市人壽保險市場服務品質之實証研究。未出版碩士論文，東吳大學，臺北市。
- 鍾文貴(2003)。基隆市立體育場營運策略規劃 - 平衡計分

卡之個案運用。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。

衛南陽（2002）。*顧客滿意經營的六大觀點：衛南陽談顧客滿意*。臺北：商兆。

蘇榮利（2009）。*學校運動設施民營化消費者消費行為與滿意度研究 - 以南湖高中運動中心為例*。未出版碩士論文，輔仁大學，臺北縣。

蕭信余（2005）。*運動建築用後評估研究-以臺北市中山區臺北市運動中心為例*。未出版碩士論文，國立臺灣體育大學，臺中市。

## 二、英文部分

- Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1985). Quality counts in services, too. *Business Horizons*, 28(3), 44.
- Churchill, G. A., & Surprenant, C.(1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19,491-504.
- Eddie T. C., James J. Z.,& Barbara E. J. (2005). Service Quality Assessment Scale(SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health-Fitness Clubs. *MEASUREMENT IN PHYSICAL EDUCATION AND EXERCISE SCIENCE*, 9(2), 79-111.
- Fernando, L. L. & Manuel R. G. (2007). The Demand for Sport: Sport Consumption and Participation Model. *Journal of Sport Management*,21,103-122.
- Lewis, R.C. & Booms, B.H.(1983). The Marketing Aspects of Service Quality in Emerging Perspectives on Service Marketing. *American Marketing Association*, p99-107.
- Kotler, P.(1999).*Marketing management:Analysis,Planning and control*.NJ:Prentice-Hall.
- Kotler, P.(2006).*Principles of Marketing*. NJ:Prentic-Hall.
- Mayer, K. J.(2002).Human resource Practice and service quality in theme parks. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 4(4), 169-175.
- Muller, W.(1991).Gaining Competitive Advantage Through

- Customer Satisfaction. *European Management Journal*, 201-221.
- Oliver, R. L.(1981).Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retailing Setting. *Journal of Retailing*, 57, 24-48.
- Oliver, R. L.(1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. NY:McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Valarie A.Zeithmal &Leonard L.Berry (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., &Berry, L. L.(1988). SERVQUAL a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Marketing*, 64, 13-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., &Berry, L. L.(1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale . *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., &Berry, L. L.(1994). Alternative Scales for Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria. *Journal of Retailing*, 70, 201-230.
- Ruyter, K.,Bloemer, J. & Pascal, P.(1997). Merging Service Quality and Service Satisfaction an Empirical Test of an Integrative Model. *Journal Economic*

*Psychology, 18, 387-406.*

Stanton, W.J.(1987). *Fundamentals of Marketing*. NY:  
McGraw-Hill.

Zeithaml, & Valarie A.(1988). Consumer Perceptions of Price,  
Quality, and Value: A means-End Model and Synthesis  
of Evidence. *Journal of Marketing, 52(3), 2-22.*

## 附錄一

### 學校活動中心委外經營服務品質滿意度調查問卷(預試)

親愛的活動中心使用者您好：

本問卷是一份學術性的研究問卷，主要目的為瞭解使用者對學校活動中心服務品質與滿意程度。期望藉由問卷結果作為改善服務之參考依據，以提昇活動中心之服務品質。本問卷採匿名方式填答，誠摯的希望您能依個人實際情況耐心作答，非常感謝您的熱心協助。

敬祝 身體健康

國立臺灣體育大學(臺中)運動管理學系

指導教授：王慶堂 博士

研究生：黃士軒

#### 第一部分、個人基本資料

一、性別： 男性 女性

二、年齡： 20歲以下 21-30歲 31-40歲 41-50歲  
51-60歲 60歲以上

三、學歷： 國小(含以下) 國中 高中/職 專科  
大學 研究所(含)以上

四、職業： 教育業 農業 工業 商業 服務業 軍公教 學生  
自由業 家管 其他\_\_\_\_\_ (請詳填)

五、婚姻狀況： 未婚 已婚

六、居住地區： 臺北市\_\_\_\_\_區 臺北縣\_\_\_\_\_市

七、使用方式： 購票使用者 季票會員 該校學生 該校教職員

八、平均月收入： 20,000(含以下) 20,001-30,000 30,001-40,000  
40,001-50,000 50,001-60,000 60,001(含以上)

九、平均使用運動設施之頻率：

一天1次(含以上) 一週2-3次 一週1次 兩週1次  
一個月1次(含以下)

十、最常使用之運動設施：

游泳池 籃球場 綜合球場 桌球室 韻律教室 健身房

十二、最常使用之時段：

8:00-12:00 12:01-17:00 17:01-22:00

## 第二部分、服務品質認知調查

此部份是衡量在您心中，對活動中心服務品質事前期望與實際感受程度，請依您的看法在適當之處勾選答案。

使用前期望程度							使用後感受程度				
非常重視	重視	普通	不重視	非常不重視			非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
					1	活動中心提供現代化的運動設施					
					2	活動中心之服務設施符合需求並有吸引力					
					3	活動中心之告示標誌清楚明顯					
					4	活動中心提供之服務能符合其整體設計					
					5	服務人員能有整潔服裝與外表					
					6	服務人員能在允諾時間內履行顧客承諾					
					7	活動指導人員能提供良好運動專業指導					
					8	活動中心能主動告知使用者運動訊息					
					9	活動中心能主動紀錄並保存使用者相關資料					
					10	活動中心所提供之專業服務是可靠的					
					11	使用者遭遇困難時活動中心能及時提供幫助					
					12	服務人員不會因忙碌而不回應使用者的要求					
					13	服務人員能耐心回應使用者所提出之各種問題					
					14	服務人員能清楚提供運動諮詢與場地使用說明					
					15	活動中心訂有清楚明確的場地收費價格					
					16	服務人員的服務態度親切有禮					
					17	服務人員之間應互相協助求提供更好的服務					
					18	服務人員能針對不同的顧客提供個別服務					
					19	服務人員能瞭解使用者的需求					
					20	服務人員能給予使用者個別的關懷					
					21	服務人員會把使用者利益列為優先考量面					
					22	活動中心提供之服務時間能符合使用者需求					

**【尚有第三部分，請繼續作答！】**

### 第三部分、活動中心使用滿意度調查

此部份是衡量您在使用學校活動中心之後，對於活動中心的滿意程度，請依您的認知程度在適當之處勾選答案

		使用滿意程度				
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)的專業素質					
2	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)的服務態度					
3	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)能處理我的個別需求					
4	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)能及時提供服務					
5	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)對會員申訴的處理與態度					
6	活動中心運動項目設施的多樣性					
7	活動中心運動設備器材規劃					
8	活動中心內運動場地(籃球場、健身房、羽球場)規劃					
9	活動中心附屬設施(如雜誌區、遊樂區、販賣部等)多樣性					
10	活動中心附屬公共設施(如停車場)的規劃					
11	活動中心設施的安全性					
12	活動中心週邊的環境衛生					
13	活動中心內(包括廁所、更衣室)環境衛生					
14	活動中心內中央空調的舒適度					
15	活動中心所提供之運動相關課程內容					
16	活動中心提供會員運動相關資訊(健康資訊、運動新知等)					
17	活動中心內動線規劃					
18	活動中心設施保養與維修					
19	活動中心內營造的活動氣氛					
20	活動中心的交通便利性					
21	活動中心內活動商品的多樣性					
22	活動中心的使用價格					
23	活動中心的促銷活動					
24	活動中心場地使用的付費標準					
25	您對於學校活動中心委外經營的滿意程度					
26	您對於活動中心的整體滿意程度					

【本問卷到此結束，感謝您的耐心填答！】

## 附錄二

### 學校活動中心委外經營服務品質滿意度調查問卷

親愛的活動中心使用者您好：

本問卷是一份學術性的研究問卷，主要目的為瞭解使用者對學校活動中心服務品質與滿意程度。期望藉由問卷結果作為改善服務之參考依據，以提昇活動中心之服務品質。本問卷採匿名方式填答，誠摯的希望您能依個人實際情況耐心作答，非常感謝您的熱心協助。

敬祝 身體健康

國立臺灣體育大學（臺中）運動管理學系

指導教授：王慶堂 博士

研究生：黃士軒 敬上

#### 第一部分、個人基本資料

一、性別： 男性 女性

二、年齡： 20歲以下 21-30歲 31-40歲 41-50歲 51-60歲 60歲  
以上

三、學歷： 國小(含以下) 國中 高中/職 專科 大學  
研究所(含)以上

四、職業： 農業 工業 商業 服務業 軍公教 自由業 家管  
學生 其他\_\_\_\_\_ (請詳填)

五、婚姻狀況： 未婚 已婚

六、居住地區： 臺北市\_\_\_\_\_區 臺北縣\_\_\_\_\_市 其他\_\_\_\_\_

七、使用方式： 單次購票使用者 長期會員 場地租借使用者  
課程活動學員 該校學生 該校教職員

八、平均月收入： 20,000(含以下) 20,001-30,000 30,001-40,000  
40,001-50,000 50,001-60,000 60,001(含以上)

九、平均使用運動設施之頻率：

一天1次(含以上) 一週4-5次 一週2-3次 一週1次 兩週1次  
一個月1次

十、平均每次使用時間： 1小時(含以下) 2-3小時 3小時以上

十一、最常使用之運動設施：(可複選)

游泳池 籃球場 綜合球場 桌球室 韻律教室 健身房

十二、最常使用之時段：

8:00-12:00 12:01-17:00 17:01-22:00

## 第二部分、服務品質認知調查

此部份是衡量在您心中，對活動中心服務品質事前期望與實際感受程度，請依您的看法在適當之處勾選答案。

使用前期望程度							使用後感受程度				
非常重視	重視	普通	不重視	非常不重視			非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
					1	活動中心提供現代化的運動設施					
					2	活動中心之服務設施符合需求並有吸引力					
					3	活動中心之告示標誌清楚明顯					
					4	活動中心提供之服務能符合其整體設計					
					5	服務人員能有整潔服裝與外表					
					6	服務人員能在允諾時間內履行顧客承諾					
					7	活動指導人員能提供良好運動專業指導					
					8	活動中心能主動告知使用者運動訊息					
					9	活動中心能主動紀錄並保存使用者相關資料					
					10	活動中心所提供之專業服務是可靠的					
					11	使用者遭遇困難時活動中心能及時提供幫助					
					12	服務人員不會因忙碌而不回應使用者的要求					
					13	服務人員能耐心回應使用者所提出之各種問題					
					14	服務人員能清楚提供運動諮詢與場地使用說明					
					15	活動中心訂有清楚明確的場地收費價格					
					16	服務人員的服務態度親切有禮					
					17	服務人員之間應互相協助求提供更好的服務					
					18	服務人員能針對不同的顧客提供個別服務					
					19	服務人員能瞭解使用者的需求					
					20	服務人員能給予使用者個別的關懷					
					21	服務人員會把使用者利益列為優先考量面					
					22	活動中心提供之服務時間能符合使用者需求					

**【尚有第三部分，請繼續作答！】**

### 第三部分、活動中心使用滿意度調查

此部份是衡量您在使用學校活動中心之後，對於活動中心的滿意程度，請依您的認知程度在適當之處勾選答案

		使用滿意程度				
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)的專業素質					
2	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)的服務態度					
3	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)能處理我的個別需求					
4	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)能及時提供服務					
5	服務人員(包含櫃檯、運動指導員)對會員申訴的處理與態度					
6	活動中心運動設備器材規劃					
7	活動中心內運動場地(游泳池、健身房、韻律教室、綜合球場)規劃					
8	活動中心附屬設施(如雜誌區、遊樂區、販賣部等)多樣性					
9	活動中心附屬公共設施(如停車場)的規劃					
10	活動中心設施的安全性					
11	活動中心週邊的環境衛生					
12	活動中心內(包括廁所、更衣室)環境衛生					
13	活動中心內中央空調的舒適度					
14	活動中心所提供之運動相關課程內容					
15	活動中心提供會員運動相關資訊(課程、健康資訊、運動新知等)					
16	活動中心內動線規劃					
17	活動中心設施保養與維修					
18	活動中心內營造的活動氣氛					
19	活動中心的交通便利性					
20	活動中心內活動商品的多樣性					
21	活動中心的使用價格					
22	活動中心的促銷活動					
23	活動中心場地使用的付費標準					
24	您對於學校活動中心委外經營的滿意程度					
25	您對於活動中心的整體滿意程度					

【本問卷到此結束，感謝您的耐心填答！】