

國立臺灣體育學院運動管理學系碩士學位論文

運動態度與設施體驗及忠誠度之研究
- 以嘉義市港坪公園運動者為例

THE STUDY ON USERS' SPORT ATTITUDE AND
FACILITY EXPERIENCE AND LOYALTY OF GANG
PING SPORT PARK IN CHIAYI CITY



研 究 生 : 蔡 貴 絲
指 導 教 授 : 王 慶 堂 博 士

中 華 民 國 九 十 九 年 七 月 三 十 日

論文名稱：運動態度與設施體驗及忠誠度之研究 - 以嘉義市港坪公園運動者為例
總頁數：187 頁

院校所組別：國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班

畢業時間及提要別：九十八學年度第二學期碩士學位論文提要

研究生：蔡貴絲

指導教授：王慶堂博士

中文摘要

研究目的：本研究主要目的在於了解嘉義市立港坪運動公園從事休閒運動者的運動態度，設施體驗及忠誠度之現況，比較不同背景變項之休閒運動者的運動態度，設施體驗及忠誠度之差異，並進一步探討運動公園中從事休閒運動者的運動態度，設施體驗及忠誠度之間的關係。**研究對象：**本研究以使用嘉義市立港坪運動公園運動設施者做為研究對象。**抽樣方法：**本研究於 2010 年 3 月 1 日起至 2010 年 3 月 31 日於嘉義市立港坪運動公園內及其相關設施進行問卷發放，對象設定為運動公園設施之使用者，以便利抽樣的方式共抽取樣本數 600 份。**研究工具：**本研究工具依據研究需要參考相關文獻後以自編「運動公園休閒運動者運動態度、設施體驗與忠誠度調查問卷」，做為本研究資料蒐集之工具。**統計方法：**將問卷調查之資料以描述統計、效度分析、信度分析、因素分析、單因子變異數分析、相關分析、路徑分析等進行資料分析。**研究結果：**

一、港坪運動公園運動之民眾，以「男性」(56.9%) 民眾之比例較「女性」(43.1%) 民眾者為高。「21~30 歲」(30%) 之樣本數所佔的比例最大。「已婚」(53.9%) 民眾之比例較「未婚」(46.1%) 民眾為多。教育程度以「大學(專)」(50.2%) 教育程度之受訪民眾所佔之比例最高。職業以「上班族」(30.6%) 之受訪民眾所佔比率最高，「學生」(24.6%) 次之。月收入以「無收入」(33.1%) 受訪民眾所佔比率最高。居住地以居住在「西區」(68%) 之受訪民眾所佔比率最高，「東區」(18.5%) 次之。交通工具以「機車」(41.3%)

最高，「腳踏車」(23%) 次之。運動同伴以「朋友同事」(38.5%) 所佔比率最高，「家人親戚」(36.3%) 次之。設施以「籃球場」(30.2%) 之使用者所佔之比例最高。使用時間以每次「1~2 小時」(44.1%) 所佔比率最高，「2~3 小時」(36.5%) 次之。

二、港坪公園運動態度構面經描述統計分析得知發現，民眾最關心的是適應能力構面，其次為競爭與成就、知識與成長、紓解身心、人際關係、最後為美感的感受。

三、在設施體驗構面經描述統計分析得知發現，民眾最關心的是情感交流構面，其次為清潔規劃、場地設施、景觀規劃、最後為活動規劃。

四、經過相關分析後發現，運動民眾對於「運動態度」、「設施體驗」與「忠誠度」間皆呈現正相關。

五、經由路徑分析，可以得知「運動態度」、「設施體驗」與運動者的「忠誠度」之間的因果關係。運動態度與設施體驗都會顯著影響運動者對運動公園的忠誠度，並且運動態度會以設施體驗為中介因素影響忠誠度。所以提高市民對運動的正當態度與提升對運動公園的設施滿意度皆會增加對運動公園的忠誠度，進而提昇使用率。並且運動態度與設施體驗間存在顯著正相關。

結論：嘉義市政府運動公園管理單位應積極規劃吸引民眾參與運動並建立良好運動態度，並定期管理與維護環境設施以及植栽，以提高市民對運動的正當態度與提升對運動公園的設施滿意度皆會增加對運動公園的忠誠度，進而提昇使用率。

關鍵詞：運動公園、運動態度、設施體驗

Title of Thesis: The Study on Users' Sport Attitude and Facility Experience and Loyalty of Gang Ping Sport Park in Chiayi City
Name of Institute: Graduate Institute of Sport Management
Graduate date: July 2010
Name of student: **Degree Conferred:** M.P.E.
Advisor: Dr. Wang, Ehing-Tang

Abstract

The main purpose of this research was to study users' sport attitude and facility experience and loyalty of Gang Ping Sport Park in Chiayi City, and compared their differences in sport attitude and facility experience and loyalty with diversity demographic backgrounds. Subjects of this study were 600 citizens who had ever utilized the Sport Park between March in 2010. Sample method was convenient sampling. The study instrument was self-made questionnaire was taken as the research tool with regard to users' sport attitude and facility experience and loyalty of Gang Ping Sport Park in Chiayi City. The data derived from the investigation were analyzed by descriptive statistics, t-test, one-way ANOVA, correlation analysis and path analysis. The research results were as follows :

1. Most of the users of the Sport Park had the following features : male, aged between 21 to 30, married, college graduate, most of them were wage earners and students,, living in Western of Caiyei City, and go to the sport park by motorcycle and bike. They mostly exercised in the park during holidays , in the evening time , 1-2hours a time. They were majorily accompanied with families and friends. The users's favorite facility is basketball court.
 2. In Sport Attitude, by describe statistical analysis we found that the people concerned most is adaptive capacity, competition , feeling of performance, aesthetic feeling, knowledge, growth, liberal the body and mind, and interpersonal relationship.
 3. In Facility Experience, we found that the people concerned most is emotion communication, view, facility, event, cleaning, field and family .
 4. After relevant analysis, we found the users`s "sport attitude", "facilities experiences" and "loyalty" were positive correlated.
 5. After path analysis, we could find the relationships of users`s "sport attitude", "facilities experiences" and "loyalty". The result showed "sport attitude" and "facilities experiences" can improve "loyalty".
- Therefore, improving citizen's sport attitudes and satisfactions toward the facilities , will increase the loyalty of the users . Then utility rate of the sport park will increased.

Conclusion: The city government who was the sport park manager should help

people to build good sport attitudes,encourage people to go outdoor exercises .The park's manager would maintain facility and plant regularly,in order to improve citizen's facility experience.

Key words : Sport park, Sport Attitude , Facility Experience

謝誌

兩年充滿歡樂與壓力的學習過程，不知不覺地接近尾聲。捨不的是與同學們一同流汗流淚的機會不再，但卻又欣慰有幸能跟大家共同擁有這麼多美好的回憶。這一篇論文，從無到有，開始時自己有如霧裡看花，全然不知所措；從不確定到真實，箇中滋味是如人飲水冷暖自知。回想起剛踏進研究所求學路時，心中非常的忐忑不安與迷惘，尤其是對於論文的方向完全毫無頭緒。但在師長們指導與同學們相互激盪下，漸漸規劃出方向，經一番的努力，終於完成本篇論文。感謝陪伴我一路走來的師長、同學、同事及家人，讓我在這兩年的學習過程中充滿了美好的回憶與獲得了豐碩的果實。

首先，要感謝在這段學習的歷程中，我的指導教授——王慶堂博士給我的教導與指引，不論是課業上的指點、處事的方法態度、工作上的建議，都讓我受益良多。在研究所期間，幸蒙各科授課恩師林房儻博士、林文郎博士、莊木貴博士、黃彥翔博士與體院各位師長的教誨與幫助，使學業得以完成，特於此一併致謝。

接著感謝百忙之中仍抽空前來擔任口試委員的黃忠城教授與黃彥翔教授，對於本篇論文提供許多精闢見解與許多專業而中肯的建議，論文才得以日臻完備。讓本篇論文能更趨完善與成熟。在此致上萬分的謝意。再誠心感謝稻江科技管理學院吳柏叡教授，在這一年他提供許多寶貴意見與協助，在此一並感謝。

最後，要感謝默默支持我的家人與朋友，因為你們的支持與鼓勵，我才能繼續一直堅持自我走下去；我才有機會去做我想做的事情。拿到學位雖然令人欣喜，但有這麼多人在學習過程中支持我，讓我得到這麼多收穫，更是我生命歷程中的無上喜悅。謝謝你們。

僅將這本論文，獻給這一路上給我支持的所有人，謝謝你們！

貴絲 2010 年 6 月於嘉義

目 錄

第 壹 章	緒 論	1
第 一 節	研 究 背 景 與 動 機	1
第 二 節	研 究 目 的	2
第 三 節	研 究 問 題	2
第 四 節	研 究 範 圍 與 限 制	3
第 五 節	名 詞 操 作 性 定 義	3
第 貳 章	文 獻 探 討	6
第 一 節	運 動 公 園 之 相 關 研 究	6
第 二 節	嘉 義 市 港 坪 運 動 公 園 現 況	22
第 三 節	休 閒 運 動 態 度 相 關 理 論 之 研 究	25
第 四 節	休 閒 設 施 體 驗 之 研 究	32
第 五 節	顧 客 忠 誠 度 之 研 究	36
第 參 章	研 究 方 法	41
第 一 節	研 究 架 構	41
第 二 節	研 究 流 程	42
第 三 節	研 究 假 設	43
第 四 節	研 究 對 象 與 抽 樣 設 計	46
第 五 節	研 究 工 具	47
第 六 節	資 料 處 理	54
第 肆 章	結 果 與 討 論	57
第 一 節	因 素 分 析 與 信 度 檢 定	57
第 二 節	本 研 究 各 變 項 之 統 計 分 析	67
第 三 節	人 口 變 項 在 各 構 面 之 差 異 分 析	83
第 四 節	運 動 態 度 、 設 施 體 驗 與 忠 誠 度 之 相 關 分 析	146
第 五 節	運 動 態 度 與 設 施 體 驗 及 場 地 忠 誠 度 之 徑 路 分 析	149
第 六 節	本 研 究 假 設 結 果	152
第 伍 章	結 論 與 建 議	161
第 一 節	結 論	161
第 二 節	建 議	167
參 考 文 獻		169
附 件 一		180

表目錄

表 2-1	運動公園之定義	7
表 2-2	運動公園之發展	11
表 2-3	運動公園設施之分類	14
表 2-4	運動場館目前遭遇的困境	18
表 2-5	港坪運動公園設施規劃表	24
表 2-6	休閒運動態度定義彙整表	27
表 2-7	休閒設施體驗之定義彙整表	33
表 2-8	休閒設施體驗構面彙整表	34
表 2-9	顧客忠誠度定義彙整表	37
表 2-10	顧客忠誠度衡量構面彙整表	40
表 3-1	預試問卷回收統計表	49
表 3-2	運動態度項目分析表	50
表 3-3	設施體驗之項目分析表	51
表 3-4	忠誠度之項目分析表	52
表 3-5	預試問卷回收統計表	53
表 4-1	運動態度、設施體驗與忠誠度因素分析適合性檢定	58
表 4-2	休閒運動態度因素分析表	60
表 4-3	運動態度信度分析	61
表 4-4	設施體驗因素分析表	63
表 4-5	設施體驗信度分析	64
表 4-6	忠誠度因素分析表	66
表 4-7	忠誠度信度分析表	66
表 4-8	人口統計變項分析摘要表	69
表 4-9	運動態度變項分析摘要表	75
表 4-10	設施體驗變項分析摘要表	79
表 4-11	忠誠度變項分析摘要表	81
表 4-12	性別在各構面之差異分析表	83
表 4-13	性別在運動態度構面之差異分析表	84
表 4-14	性別在設施體驗構面之差異分析表	85
表 4-15	性別在忠誠度構面之差異分析表	85
表 4-16	年齡在各構面上的差異性	86

表	4 - 17	年	齡	在	運	動	態	度	構	面	之	差	異	分	析	表	88				
表	4 - 18	年	齡	在	設	施	體	驗	構	面	之	差	異	分	析	表	89				
表	4 - 19	年	齡	在	忠	誠	度	構	面	之	差	異	分	析	表	90					
表	4 - 20	婚	姻	在	各	構	面	之	差	異	分	析	表	91							
表	4 - 21	婚	姻	在	運	動	態	度	構	面	之	差	異	分	析	表	92				
表	4 - 22	婚	姻	在	設	施	體	驗	構	面	之	差	異	分	析	表	93				
表	4 - 23	婚	姻	在	忠	誠	度	構	面	之	差	異	分	析	表	94					
表	4 - 24	教	育	程	度	在	各	構	面	之	差	異	分	析	表	95					
表	4 - 25	教	育	程	度	在	運	動	態	度	構	面	之	差	異	分	析	表	96		
表	4 - 26	教	育	程	度	在	設	施	體	驗	構	面	之	差	異	分	析	表	97		
表	4 - 27	教	育	程	度	在	忠	誠	度	構	面	之	差	異	分	析	表	98			
表	4 - 28	職	業	在	各	構	面	之	差	異	分	析	表	99							
表	4 - 29	職	業	在	運	動	態	度	構	面	之	差	異	分	析	表	101				
表	4 - 30	職	業	在	設	施	體	驗	構	面	之	差	異	分	析	表	103				
表	4 - 31	職	業	在	忠	誠	度	構	面	之	差	異	分	析	表	104					
表	4 - 32	收	入	在	各	構	面	之	差	異	分	析	表	105							
表	4 - 33	收	入	在	運	動	態	度	構	面	之	差	異	分	析	表	106				
表	4 - 34	收	入	在	設	施	體	驗	構	面	之	差	異	分	析	表	107				
表	4 - 35	收	入	在	忠	誠	度	構	面	之	差	異	分	析	表	108					
表	4 - 36	居	住	地	在	各	構	面	之	差	異	分	析	表	109						
表	4 - 37	居	住	地	在	運	動	態	度	構	面	之	差	異	分	析	表	110			
表	4 - 38	居	住	地	在	設	施	體	驗	構	面	之	差	異	分	析	表	111			
表	4 - 39	居	住	地	在	忠	誠	度	構	面	之	差	異	分	析	表	112				
表	4 - 40	交	通	工	具	在	各	構	面	之	差	異	分	析	表	113					
表	4 - 41	交	通	工	具	在	運	動	態	度	構	面	之	差	異	分	析	表	114		
表	4 - 42	交	通	工	具	在	設	施	體	驗	構	面	之	差	異	分	析	表	115		
表	4 - 43	交	通	工	具	在	忠	誠	度	構	面	之	差	異	分	析	表	116			
表	4 - 44	與	誰	一	同	前	往	在	各	構	面	之	差	異	分	析	表	117			
表	4 - 45	與	誰	一	同	前	往	在	運	動	態	度	構	面	之	差	異	分	析	表	118
表	4 - 46	與	誰	一	同	前	往	在	設	施	體	驗	構	面	之	差	異	分	析	表	119
表	4 - 47	與	誰	一	同	前	往	在	忠	誠	度	構	面	之	差	異	分	析	表	120	
表	4 - 48	使	用	設	施	在	各	構	面	之	差	異	分	析	表	122					
表	4 - 49	使	用	設	施	在	運	動	態	度	構	面	之	差	異	分	析	表	123		
表	4 - 50	使	用	設	施	在	設	施	體	驗	構	面	之	差	異	分	析	表	126		

表	4 - 5 1	使用設施在忠誠度構面之差異分析表	128
表	4 - 5 2	休閒時間在各構面之差異分析表	129
表	4 - 5 3	休閒時間在運動態度構面之差異分析表	130
表	4 - 5 4	休閒時間在設施體驗構面之差異分析	132
表	4 - 5 5	使用設施在忠誠度構面之差異分析表	133
表	4 - 5 6	運動頻率在各構面之差異分析表	134
表	4 - 5 7	運動頻率在運動態度構面之差異分析表	136
表	4 - 5 8	運動頻率在設施體驗構面之差異分析表	137
表	4 - 5 9	運動頻率在忠誠度構面之差異分析表	138
表	4 - 6 0	參與時間在各構面之差異分析表	139
表	4 - 6 1	參與時間在運動態度構面之差異分析表	141
表	4 - 6 2	參與時間在設施體驗構面之差異分析	143
表	4 - 6 3	參與時間在忠誠度構面之差異分析表	144
表	4 - 6 4	運動態度與設施體驗之相關表	146
表	4 - 6 5	運動態度與忠誠度之相關表	147
表	4 - 6 6	滿意度與忠誠度之相關表	147
表	4 - 6 7	運動態度與設施體驗及忠誠度之路徑係數表	150
表	4 - 6 8	模式適配度與判斷標準	151
表	4 - 6 9	研究假設驗證彙整表	159

圖目錄

圖 3 - 1	研究基本架構圖	4 1
圖 3 - 2	研究步驟流程圖	4 2
圖 4 - 1	運動態度與滿意度及忠誠度之結構方程模式	1 4 9

第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

近年來由於養生之道盛行與國際各項體育競賽蓬勃發展，國人逐漸注重精神生活以提昇生活素質與品味。此外隨著週休二日的實施，工作時間的縮短，空餘時間有漸增趨勢，人們不再將大部分之時間分配於工作，追求忙碌，而將時間分配於各項運動，因此國民生活層面逐漸擴大；另外由於工商業社會生活節奏緊湊，壓力繁重，人們心理調適之需求隨之增加，均使全民運動成為大眾日常生活不可或缺之部份。

全民運動在科技文明的今天，扮演著重新安排人類生活的角色，對社會之功能影響甚大。然而屆此運動時間漸增之際，政府是否能提供全民需要的運動設施實為當前重要課題。嘉義市政府於民國八十年耗資約三億零九百萬鉅額興建之「南台灣最大的運動公園」-港坪運動公園在經過整建改善之後，民眾使用率卻無大幅提昇，是否是運動設施不符合市民的需求？抑或運動公園的管理有所缺失？或是其他因素，為本研究所要探討的主要課題。

本研究以行銷學的角度檢視運動者（或稱消費者）對本個案-港坪運動公園對運動者運動態度，設施體驗與忠誠度之關係，並探討其使用率（或稱再購意願），以提昇運動公園的使用率，讓更多的民眾共享政府資源，達到便民、利民、親民的政府責任。

第二節 研究目的

根據上述研究背景，本研究主要目的在於了解嘉義市立港坪運動公園從事休閒運動者的運動態度，設施體驗及忠誠度之現況，比較不同背景變項之休閒運動者的運動態度，設施體驗及忠誠度之差異，並進一步探討運動公園中從事休閒運動者的運動態度，設施體驗及忠誠度之間的關係，以做為嘉義市立港坪運動公園管理者在經營策略、設施管理上之參考依據，以提升市民的使用率及滿意度。

第三節 研究問題

依循研究之目的，本研究探討的問題如下：

- 一、了解嘉義市立港坪運動公園從事休閒運動者之運動態度為何？
- 二、了解嘉義市立港坪運動公園從事休閒運動者對設施體驗情形為何？
- 三、了解嘉義市立港坪運動公園從事休閒運動者其忠誠度為何？
- 四、了解不同背景變項之嘉義市立港坪運動公園休閒運動者運動態度差異情形為何？
- 五、了解不同背景變項之嘉義市立港坪運動公園休閒運動者在設施使用體驗之差異情形為何？
- 六、了解不同背景變項之嘉義市立港坪運動公園休閒運動者忠誠度之差異情形為何？
- 七、了解嘉義市立港坪運動公園從事休閒運動者之運動態

度，設施體驗及忠誠度的相關程度為何？

第四節 研究範圍與限制

一、研究範圍

本研究以 2010 年居住在嘉義地區，前往市立港坪運動公園從事休閒相關運動設施之運動者為對象，探討休閒運動者之運動態度，設施體驗及忠誠度三者之間的關係。

二、研究限制

(一)本研究於 2010 年 3 月 1 日起至 2010 年 3 月 31 日，在嘉義市立港坪運動公園從事休閒運動者，基於區域環境、公園屬性、季節、時間等不同限制，無法推論至其他公園之情況。

(二)本研究採問卷調查法，基於時間選樣上的限制以及年齡較大的休閒運動者填寫問卷的意願與配合度不高之原因，造成休閒運動者之樣本數以老年人較少，年輕人較多之情形發生，因而產生樣本代表性的偏誤。

第五節 名詞操作性定義

一、運動公園

本研究依教育部 1989 年將運動公園定義為以綠地或樹木為建設主體，並包括運動、休閒及遊憩等設施，且兼具一般公園之直接及間接功能與效益，可供一般民眾平日或假日之運動及休閒活動使用為目的（穆火杉，2001）。

二、運動態度

休閒運動態度，指個體於外在的行為表現及內在的認知觀念層次，態度必需經由學習及成長過程發展而形成，對人、事、物在情感、認知、行為方面具有積極，持久的一致性傾向，基於自願性、自發性的來參與休閒運動，從休閒運動中促使身體與心理獲得正面的發展，進而樹立正確的休閒運動態度。其內容含有六個構面「人際關係」、「紓解身心」、「適應能力」、「競爭與成就」、「美感的感受」、「知識與成長」。

三、設施體驗

設施體驗為比較預期與實際體驗所產生的結果，為一種心理態度，本研究參考吳守從、方乃玉（2004）之研究將設施體驗定義為休閒遊憩者對使用設施本而產生的心理反應。在操作性定義上，是指受試者在「設施體驗量表」中所得的分數，得分愈高，表示對使用設施的體驗程度愈高，反之則愈低。其內容包含有五個構面「情感交流」、「清潔規劃」、「場地設施」、「景觀規劃」、「活動規劃」。

四、忠誠度

本研究所指之忠誠度是指「消費者除了本身的再購意願外，也願意向他人推薦並給予口碑的行為」（Parasuraman, Zeithmal, & Berry, 1985）而本研究對於忠誠度之操作性定義是指港坪運動公園運動者忠誠度問卷上填答的得分情形，得分愈高表示運動者對運動公園之忠誠度越高。

五、人口背景變項

本研究將觀眾個人背景變項界定為下列十三項：（一）性別；（二）年齡；（三）婚姻狀況；（四）教育程度；（五）職業；（六）月收入；（七）居住地區；（八）您通常來到園區

的交通工具是；(九)通常和您一起到運動公園的是；(十)您通常使用的休閒運動設施是。(十一)運動頻率是；(十二)什麼時間進入園區從事休閒活動；(十三)到運動公園的參與時間。

第貳章 文獻探討

第一節 運動公園之相關研究

一、運動公園之定義

「運動公園」意指同時包含運動設施與造園景觀，主要目的在於提供民眾運動、休閒及遊憩等多元功能之公立公園（林豔汝，2003）。

陳邁與費宗澄（1992）將運動公園之概念與目標設定為：運動公園包括主要參與的體育，以及被動性、觀賞性休閒活動所需之空間。主要參與的體育活動應該包含室內外球場、田徑場、游泳池等；而休閒活動場所則包括綠地公園、觀賞看臺、露天劇場等。此處所指的運動公園是超出兒童遊戲場功能或社區遊樂場形式之硬體設施範圍，亦即超越社區性且具有運動設施的公園。其主要功能是供民眾從事各種運動及休憩之用，並與作為國外競賽，及訓練之用並重。因此，其設施應達一定的競賽規格或標準。

黃明福（1980）對運動公園的定義為：運動公園不同於一般之運動場或公園，它是以運動設施為主體再加天然或人工的造園技術，對於運動場所加以綠化與美化之手法，以促進人們之活動與自然環境之結合，達成運動、休閒、遊憩、娛樂與教育並重之理想公園。

教育部 1989 制定「教育部補助地方政府籌建運動公園申請作業要點」，以落實運動公園建設，確保實質規劃之完善，運動公園是以綠地或樹木為公園建設之主體，並包括運動、休閒及遊憩等設施，並兼具一般公園之直接或間接功能與效

益（穆火杉，2001）。

韓鴻恩（2001）認為還需具備環境綠化、美化設施與造園景觀，然而，張淑智（1986）認為運動公園遊憩設施可供大眾自由使用，運動設施與運動場地亦可提供選手比賽與專業訓練使用，即無論在平日或假日，運動公園之規劃需要有基本之競技型運動設施外，另外還須依大眾之需求為考量，融合地方特色並設計出多功能之設施與景觀，以供一般民眾、選手、活動參與者多種參與機會。故本研究將運動公園定義為「運動公園為一座以綠化、美化設計為主，並具有休閒、遊憩、運動功能之設施，設施之設置需依環境優勢、參與者之特性、歷史背等條件，設置與該地相符合之景觀設施，以大眾、選手皆可自由使用為目的之公園」，整理如表 2-1。

表 2-1 運動公園之定義

年代	作者	定義
1980	黃明福	對運動公園的定義為：運動公園不同於一般之運動場或公園，它是以運動設施為主體再加天然或人工的造園技術，對於運動場所加以綠化與美化之手法，以促進人們之活動與自然環境之結合，達成運動、休閒、遊憩、娛樂與教育並重之理想公園。
1986	張淑智	運動公園為以提供運動設施或運動場地為主體之公園建設，包括休憩、娛樂等遊憩設施及美化、綠化設施，並兼具一般公園之直接與間接效益之功能，其遊憩設施必須提供大眾自由使用，運動設施及運動場地亦可提供比賽專業訓練之選擇或大眾自由使用，或兩者兼具之用途。

（續下表）

表 2-1 (續)

年代	作者	定義
1992	劉田修	<p>於考察歐洲運動公園後提出之定義包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 社區運動設施部分，有室內外場地之分，地理位置以步行 20 分以內或以自行車騎乘 10 分鐘以內為宜；運動項目依民眾的興趣與需求而籌建，面積則依居民人口多寡而定。一般而言，室外運動場約 1 至 5 公頃，室內運動場約 300 至 1000 平方公尺。 2. 委託私人經營之綜合運動公園，主要目的為舉辦大型運動賽會而籌建於都會區中的運動設施，一般而言其設施包括田徑場（可兼足球場使用）、體育館、游泳池及其他附屬專用之運動設施，而觀眾席之座位至少在 2000 人以上，整體面積在 10 公頃以上者稱之。 3. 休閒運動公園，為歐洲多數運動公園之式樣，一般定義為面積在 30 公頃以上，位於大城市區域內或近郊附近，提供鄰近城市居民日常休憩或假日休閒度假之活動場所。公園內以樹林、草坪、湖泊及河流為主，專項運動設施或大型運動場為輔。
2001	韓鴻恩	<p>運動公園為一公有、動態與康樂性之都市遊憩設施，以綠地或樹林為建設之主體，並提供運動設施，因此需要平坦廣闊之基地。除了運動設施外，運動公園還需具備一般都市公園之休閒娛樂設施與環境綠化、美化設施，才能為市民提供運動、休閒、娛樂、教育等多種參與機會。</p>
2001	陳思倫 、歐聖榮 、林連聰	<p>都市公園（運動公園）綠地的關建，可提供市民接觸大自然的機會，享受戶外遊憩生活，陶冶身心並可減輕都市建築的擁擠現象。它是政府為美化市容景觀，增進國民身心健康，所提供給予大眾享受遊憩、觀賞、休閒、運動而規劃投資關建之園景設施，兼具防火、避難、防災等功效的綠化園地。此外，亦可減低噪音及空氣汙染，甚至可保護自然和景觀資源；因此，都市公園有「都市之肺」之美稱。</p>

(續 下 表)

表 2-1 (續)

年代	作者	定義
2003	郭滿洲	運動公園為以運動休閒及遊憩等設施，兼具一般公園及運動場之屬性，包含遊憩設施及運動與休閒設備，可於賽會期間觀賞比賽之民眾，做為觀賞比賽前、後從事活動之場所以及賽會後一般民眾日常及假日從事觀賞及參與性之休閒活動或運動之場所。
2003	林豔汝	運動公園為同時具有運動設施與造園景觀，主要目的在於提供民眾運動、休閒及遊憩等多元功能之公立公園。
2006	方美玉	運動公園是指包含遊憩設施、運動場地與休閒設備，兼具一般公園與休閒運動場地兩者屬性的場所。

資料來源：本研究整理

二、運動公園之發展

韓鴻恩 (2001) 台灣地區由於運動設施普遍不足，公立場所又多以興辦運動競技比賽為主，一般民眾參與之機會遠少於觀賞運動的機會，因此運動場所之規劃與興建應不止於競技、訓練或觀賞為主，應同時考量一般民眾之需求與使用，朝向多功能之設計目標，達到其設置之效益。台灣地區運動公園的發展歷程，其中影響最深遠，同時也使運動公園落實興建於各鄉鎮的當屬國家體育中程計畫與國建六年計畫中體育建設計畫的政策落實。從民國七十九年至八十四年間，全台共有五十二座運動公園完成規劃設計與興建之程序，使地方得以有多樣化的運動休閒空間，同時也造就了運動公園發展之新契機。而全台運動公園的分佈，大型都會區運動公園的數量明顯少於都市化程度較低的鄉鎮，其原因除土地昂貴之因素外，都會地區鮮少有大型空地可供興建運動

公園；同時若依據運動公園的設置與定位分析，多數的運動公園定位均屬於地方服務層級，因此可以發現許多縣市擁有非常多之運動公園，但這些公園的面積均在五公頃以下，顯示其使用型態集中於地方甚至一般鄰里生活圈。而由表中的資料亦可發現，運動公園分佈較多之縣市，其區位所在土地價格較低廉，且在土地之取得上佔有較大之優勢，同時均有利用閒置之公有土地或新生地進行運動公園之開發。

韓鴻恩（2001）認為運動公園可廣義解釋為：以提供運動設施、體育活動之場所而興建之公園，或不以運動公園著稱，但性質具有體育活動之實質者，臺灣運動公園之發展分為四個階段。

王慶堂（2004）指出，台灣地區之體育場肇始於日據時代，當時因台灣地區衛生環境狀況不佳，日本政府又當逢明治維新之際，所以將西化措施全盤引進台灣本土。剛開始，運動場地建築在公園內，此時期的體育場有屏東運動公園內的體育場、台南公園內的體育場、台北市新公園內的運動場、新竹公園的運動場、高雄市扶輪公園內中正體育場等；場地較集中者，則有台北圓山體育場、台中體育場、台南綜合體育場等。

表 2-2 運動公園之發展

作者	階段	過程
韓鴻恩	1971 至 1980 年	<p>1. 公園缺乏整體之規劃，設施設計並不突顯，針對運動公園之建設多數未以運動功能為主要考量</p> <p>2. 僅有臺北市青年公園、臺中中正公園及中山公園尚可歸納為運動公園</p> <p>3. 青年公園為早期較具有完整典範之運動公園，其規劃設計以運動、遊憩為主，符合青少年及全體市民遊憩、休閒與運動之需求</p> <p>4. 臺中中山公園設計以人工湖為主體，設施包括網球場、兒童遊戲場與露天表演場、園區步道等設施，以達到娛樂與運動兼具之功能</p> <p>5. 臺中中正公園則以游泳池間隔球類運動、健身房、柔道場及綠地公園，成為休閒遊憩區與體能活動兩大區域，兩者皆擁有運動公園之機能</p> <p>6. 林口運動園區亦欲興建一座以國際標準為主之競賽場地，期望透過整體規劃之方式，帶動林口體育園區的整體發展與提升運動設施之水準及運動風氣，但與其他國際城市相較下略顯不足，進而轉變成以休閒運動為主體之休閒運動公園</p>
	1981 至 1990 年	<p>1. 為運動公園啟蒙發展期</p> <p>2. 行政院 1989 年在國家建設六年計畫之體育中程計畫中對體育建設之落實，將運動公園納入施政計畫之項目內，期間針對運動公園之建設約有十六座，已具有明顯之成效。</p>

(續 下 表)

表 2-2 (續)

作者	階段	過程
	1991 至 2000 年	<p>1. 行政院於 1992 始依序補助籌建縣市鄉鎮運動公園，持續落實國家建設六年計畫之體育中程計畫並補助地方興建三十餘座運動公園</p> <p>2. 行政院環保署在《臺灣省垃圾掩埋場封閉改善及再利用示範工程計畫》中，對掩埋場之再生利用計畫提出補助，針對已封場之掩埋場予以補助興建綠美化設施，以成立環保公園或運動公園之形式落實再生利用之目標</p> <p>3. 因推動城鄉新風貌建設計畫，亦陸續提出對運動公園之規劃設計與興建計畫並補助其他運動公園之硬體設施</p>
	2001 年 起	<p>1. 此時期政府礙於預算之窘困，無法給予大額補助以興建運動公園</p> <p>2. 體委會仍決議持續補助地方興建運動公園，補助申請將以縣市而非鄉鎮市為申請窗口，申請金額以每座運動公園新台幣 3 萬元為最高限額之補助，造成完全仰賴上級政府補助之運動公園，易被以社區型態為主的地方型運動公園取代，並減少區域型態之大型運動公園形成。</p>
王慶堂	光復之 初	除了延續日據時代之舊有場地外，尚無較具規模的場館出現
	1956 至 1960 年	台北市立體育場及台灣省立體育場相繼成立，加上省運、區運期間的場地需求，才開始大量建築縣市所屬運動場館

(續 下 表)

表 2-2 (續)

作者	階段	過程
	1981	台灣地區公立體育場成立的數目急遽增加，惟大多是為了籌辦台灣區運動會而興建，事前既未分析場地興建必要性與適切性，事後也未研擬完整之經營管理計畫，導致許多體育場因區運會後使用率不高，以及管理不良等問題，招致浪費公帑之輿論批評
	1985	彰化縣辦理台灣區運動會，花費新台幣八億元興建運動場館，開展近年區運興建大規模場館風氣之先
	1986	高雄市區運會投資十餘億興建中正體育園區
	1993	桃園區運會，桃園縣政府投入軟硬體之建設金額更高達三十億元
	1997	嘉義縣辦理台灣區運動會興建成立嘉義縣立體育場亦投資二十餘億元導致輿論對政府投入龐大經費興建運動場館，卻無法有效經營管理發揮其效能提出質疑嘉義縣政府籌辦完區運會後，將田徑場與游泳池以每年一千餘萬元租借予國立台灣體育學院作為嘉義校區使用
	2001	花蓮縣政府籌辦全國中等學校運動會後，於二十七公頃的園區中設置了縣立體育實驗中學，透過體育專業學校教學、訓練與管理之力量，提高運動場館之使用效益

資料來源：本研究整理

三、運動公園設施之分類

運動公園一般係指具有公園式之環境規劃，內含有多項運動場館設施，具有運動與休閒活動功能之環境空間，如宜

蘭縣羅東運動公園、花蓮縣德興運動公園等，均為具有代表性之運動公園(王慶堂，2005)。運動公園除了必要設施外，還需考慮各活動年齡層次之需要及組群活動之適用性，以便於將各類活動作適當區分。鄭虎(1999)與穆火杉(2001)將運動公園設施分為運動休閒及遊憩設施(活動設施)與公共設施兩個部分，其分述如表 2-3 所述。

表 2-3 運動公園設施之分類

作者	種類	項目
鄭虎(1999)、 穆火杉 (2001)	運動休閒 及遊憩設 施	體能性設施：田徑、游泳、越野賽跑等。 競賽性設施：足球、籃球、槌球、網球、拔河、棒球、壘球。 休閒性設施：飛盤、跳繩、溜冰、水上活動、遙控飛機。 健身性設施：體能性運動、國術、健康步道、森林浴、慢跑。 遊憩性設施：益智活動、日光浴、散步、娛樂、音樂會、舞蹈歌唱、樂器演奏、展示、靜坐沉思、遊戲。
	公共設施	1. 公園內應有供水、電力、電信等設備 2. 公園內之場地設施及步道，應設有指示系統 3. 應設有男女衛生設備 4. 無障礙空間 5. 全天後之場地設施以及夜間照明設備 6. 足夠的樹蔭以供民眾運動後休息 7. 各活動空間整體之動線規劃 8. 汽機車停車場。

(續下表)

表 2 - 3 (續)

作者	種類	項目
張淑智 (1986)	運動區	設置運動設施或提供運動場地之區域，並應以戶外為主，盡量不設置室內運動場，使人們可在自然環境中從事運動。
韓鴻恩 (2001)	休憩區	休憩區提供市民最常從事之靜態休閒活動，包括乘涼、聊天、散步、閱讀、野餐等，是運動公園中唯一從幼兒到老人都適宜的區域。且休憩活動是一種最富多樣性之休閒活動，並不需要特定的活動設施，只需要適當之休息、服務設施及環境之綠美化。
蔡耀程 (2002)	娛樂區 (遊樂區)	娛樂區是一種比運動緩和之動態休閒活動，可提供兒童遊戲區、團體遊戲、土風舞等娛樂身心之活動，其中除了兒童遊戲需要特定之場地及遊戲設施外，其他活動只需要平整之小廣場或小片草地。
	服務區	包括服務設施及管理設施，如更衣室、盥洗室、管理室、停車場等，視運動公園本身之需要及附近設施之情況來決定設施之內容。
郭滿洲 (2003)	飾景區	其功能為美化市容、軟化都市外觀，提供空間美質之視野景觀，隔離噪音及形成寧靜之場所。
	休息區	其功能是提供市民休息、乘涼、散步、日光浴等清靜之處
	兒童遊戲區	其功能為提供兒童遊戲之處，如各類玩具（包括蹺蹺板、溜滑梯、鞦韆）、爬竿、迷宮，以及最受兒童歡迎的攀爬玩沙區和親子戲水區。
	運動區	其功能是為青年人與成年人提供運動場所，如籃球場、國際級硬地網球場、直排輪溜冰場。
	教育解說區	其功能係針對公園內植物、地質、或古蹟進行解說，具有教育效果，如日晷儀。
	集會活動區	其功能是供給附近居民從事休閒、室外活動的場所，如戶外劇場。
	服務管理區	其功能為提供公園管理與服務民眾之場所，如停車場、廁所、服務中心、飲水泉、洗手台、電話亭、照明設備、垃圾桶等設施。

資料來源：本研究整理

四、運動場館之功能

近幾年來隨著民眾對休閒生活品質的要求，許多縣市均成立綜合體育場館，以提供民眾例假日從事各項運動之需求。蔡長啟(1991)曾指出公立體育場應注重四種服務(4S)：提供運動環境的服務(Area Service)、提供體育活動的服務(Program Service)、推動組織建立的服務(Club Service)、提供運動資訊的服務(Information Service)。

官文炎(1992)指出，公立體育場必須是替民眾製造健身與活力、提供體育運動教育與訓練比賽、觀光休憩與欣賞的場所，同時也是傳播最新運動資訊與健康、保健的仲介者，它擔任了全民性、競技性、休閒性、民俗性等活動之推廣任務，引進、開發、推廣新樣式的休閒運動項目，協助辦理各項非體育性活動，促進親子間的健康與和諧。

王慶堂(2002)認為體育場為各縣市推展全民與競技體育之樞紐，扮演地方體育發展之第一線要角，帶領縣市之體育走向全民體育發展、辦理競技運動訓練、提供休閒運動輔導、規劃廣眾的運動項目、發展地方發展特色運動等重要業務。他亦指出各級體育場經營之重要目標有：提供休閒運動場所、運動指導、運動競技場地、訓練優秀運動選手、辦理全民運動、辦理運動競賽活動、提供民眾運動觀賞、發展健康體適能活動。

謝文偉(2001)亦認為如果體育場有結合公園綠地，並有效的達到都市綠化功能，其可增添觀光的功能。同時在效能上須兼顧環境、目標、品質、即時性和民眾滿意等多項評估規準。

根據葉公鼎(1991)彙整，體育館的功能應包含下列六項：

- (一)教育：體育場是為一處社教單位，具有教育社會大眾任務。
- (二)競技：體育場擁有完備的場地設施，足以為地方舉辦大規模的賽會。
- (三)訓練：體育場可提供場地，培育選手。除了提昇選手素質之外，尚可發掘優秀之人才，使各項運動之發展生生不息，無斷層之虞。
- (四)觀賞：體育場可舉辦高水準的比賽活動，或各類體育表演會，提供民眾欣賞的機會。
- (五)測驗：體育場可以測驗民眾的體能狀況、對體育常識的認知程度與對各種活動的需求，成為顯示當地體育運動現象之測候站。
- (六)休閒：體育場具有廣大的空間、綠地與活動設施，可為民眾提供舒解身心、運動、休閒的絕佳環境。

五、運動場館目前遭遇的困境

表 2 - 4 運動場館目前遭遇的困境

年代	學者	目前遭遇困境
1999	行政院體育委員會	<p>1.管理委員會方面：各縣(市)公立體育場設置管理委員會的比例十分偏低。</p> <p>2.管理辦法方面：雖然大多數的場地設施都有訂定管理的辦法，但是其中有多項較容易發生意外事故的場地設施，如棒(壘)球場、田徑場、體育館，以及室內游泳池等，仍然有相當高的比例未訂有管理辦法。此外大部分的場地設施均未將其管理辦法公告周知。</p> <p>3.器材維修方面：採取「專人」維修方式者佔大多數，採「定期」維修者大約有二成左右。</p> <p>4.維護人員方面：大部分的縣(市)公立體育場之設施清潔維護工作，都是由專人來做，只有少數是外包給清潔公司或專業清潔人員來實施。</p> <p>5.管理單位方面：大部分的管理單位為總務組，其次為場地組、活動組或指導管理組，只有少部分的場地設施是以外包的方式來經營。</p>
1999	蘇雄飛	<p>1.體育場名稱定位的不夠明確</p> <p>2.場館的興建前甚少作營運管理方面的評估。</p> <p>3.缺乏大型的表演、展覽等大型的空間，尤其是北、高兩市及部份都會區的體育場，造成場館年度營運的短收。</p> <p>4.層級低、經營人才欠缺、異動高等因素，造成各級體育場在制度面上及結構面上，無法作轉型及業務上的突破。</p> <p>5.其主管單位重視程度明顯不如文化中心，尤其從人員編制及經費預算即可感受的到。</p> <p>6.場長職等及組織編制，多年來一直無法調整，這亦是阻礙體育場進步與發展的重要關鍵因素。</p>

(續 下 表)

表 2-4 (續)

年代	學 者	目前遭遇困境
2002	王慶堂	<p>1.場館編制人員不足:縣市立體育場之成立乃依台灣省各縣(市)立體育場章程編定員額,該章程為台灣省政府於1949年9月21日頒布,其條文沿用迄今,尚無修正地方制度法施行後,縣市政府所制定之縣市立體育場組織規程多援用舊有編制,配置場長一名及幹事二人,致營運管理人力嚴重不足。</p> <p>2.場地設備不足:各級體育場係以一場、一館、一池之編制設立,多年來並未隨國人之運動型態改變及需求作場地之興建或調整,現有設備多已不敷現代國民運動休閒之殷切需求。</p> <p>3.場地經營管理人員之態度:各級體育場之編制職員係依國家考試任用,進用之人員多不具備運動場館經營管理之專長,囿於僵化之人事、預算制度,營運人員之發揮空間有限,致使管理人員之態度趨向於保守、消極。</p> <p>4.職務列等過低,人才外流:縣市立體育場職員之職務列等偏低,場長職務僅列薦任第七至第八職等,導致縣市立體育場之場長流動率偏高,或由教育局課長兼任,無法發揮業務推動之一貫性。</p> <p>5.場館設施老舊,不利於現代化之營運:部分縣市立場館興建之年代久遠,部分場館已老舊逾齡,縣市政府財源籌措困難,體育場所列之經常維護費用嚴重不足,加速場館之老化與折損,然中央預算係採定額制,無法充裕補助地方政府重建逾齡場館,舊式場館之設計不利於現代化之營運模式,影響營運效益。</p> <p>6.同仁業務負擔過重:體育場之營運除一般之服務外,多以活動之方式進行,經營管理人員不足,且工作負擔沉重,配合國人之休閒運動型態,民眾使用運動場館之時段多為夜間或假日,致工作同仁常需夜間加班或假日上班,長期超量負擔繁重之工作,影響工作士氣與服務意願。</p>

(續 下 表)

表 2-4 (續)

年代	學者	目前遭遇困境
		<p>7.專業人力不足：近年來國家考試體育行政類科之錄取人數遠低於地方之需求，數十年來僅 1988 年辦理體育行政類科之普通考試，錄取四名分發地方任用，致基層委任官等之人員多係一般行政機關人員轉任，體育專業及運動場館營運之基本能力不足，歷來少有在職進修或訓練之機會，或因工作繁重無暇參加進修，影響專業技術能力之成長。</p>
		<p>8.地方政府首長不支持：部分縣市首長對體育事務支持度不足，體育場之人事、預算無法充分獲得縣市長之支持，體育場之業務與維護長期仰賴上級機關之補助，台灣省政府組織精簡後，體育場之經費補助來源銳減，縣市於財源分配時如未優予考量編列，將使維護及活動經費嚴重不足，體育場之功能績效大幅受限。</p>
		<p>9 場地設施空間遭外單位佔用：各級體育場之空間充裕，惟囿於人力與預算等因素無法有效充分運用，致使部分政府行政機關、民間團體、學校長期借(佔)用體育場之空間。綜觀來說，各縣市公營體育場皆面臨營運管理上之困難，包括管理制度不夠周延，致使管理委員會成效不彰、管理編制人員不足，或是場地經營管理人員之態度趨於保守、場地設施老舊，營運效益不佳。</p>
		<p>10.地方政府經費不足等問題，導致公營體育場缺乏完善的管理，影響整體營運績效。</p>

資料來源：本研究整理

綜合以上所述，臺灣地區的運動公園是由「硬體設施」及「功能」兩大層面所組成，其中「硬體」層面包含了「運動設施」與「造園景觀」兩大部份；而「功能」又著重於提供民眾在運動及休閒活動之場所而言。因此，嘉義市港坪運動公園便是同時包含運動設施與造園景觀，主要目的在於提

供民眾運動、休閒及遊憩等多元功能之公立公園。因為位於市區內之港坪運動公園，於是便兼具有運動、展示、表演及休憩等活動功能。

優良的休閒運動設施會帶給使用者在體驗程度上的提升，增加使用者的再遊率，若是能再加上良好的經營管理及維護，提供使用者最愉悅的使用方式及使用體驗，則使用者忠誠度將大大提昇，休閒活動的推展效益亦將達事半功倍的顯著效果。

第二節 嘉義市港坪運動公園現況

一、歷史沿革

嘉義市港坪運動公園是位於嘉義市西區的新建重劃區內，其名為「市立運動公園」，但由於位在港坪里，因此又稱港坪運動公園。其占地 85,000 平方公尺，可容納人數為 3,200 人，不但為西區花卉區中增添綠意，更提供民眾運動及全家大小假日休閒的好去處（嘉義市政府新聞資料剪輯，1991）。

成立以來由於使用率高，經評估後將進行設施擴建、新設與整修工程；其中為了因應年輕朋友喜愛的直排輪運動，前市長陳麗貞指示新建「極限運動設施」，為了使用的安全與普遍性，滑行平台、曲道等設施都以普通級的難度為標準。

嘉義市港坪運動公園經整建規劃後，已增有網球場、籃球場、足球場、溜冰場、兒童遊戲場等，新建的設施有極限運動場、120 個停車位的停車場、木球場、槌球場等。新建的極限運動場設施包括站立台、滑行平台、斜坡道、半圓形斜坡道、階梯道、曲道等。

另外，對於施設直排輪極限運動場，在建築師設計圖出爐後，市府指示教育局與建築師協調，希望透過與直排輪協會人士的溝通，讓新建的極限運動設施不要太過專業與高難度，以免設施僅能供少數選手級人士使用，所有設施應以普遍級與低難度設施為主，其貼心的設計也使得港坪運動公園列入全台合適從事直排輪運動的去處。

二、目前運動設施

嘉義市港坪運動公園經整建規劃後，已增有網球場、籃

球場、足球場、溜冰場、兒童遊戲場等，新建的設施有極限運動場、120個停車位的停車場、木球場、槌球場等。新建的極限運動場設施包括站立台、滑行平台、斜坡道、半圓形斜坡道、階梯道、曲道等（如圖 2-1）。



圖 2-1 嘉義市港坪運動公園運動設施

表 2-5 港坪運動公園設施規劃表

功能性	設施區域分類	主要設施
休憩活動、觀光、休閒遊戲	運動設施	籃球場、網球場、足球場、槌球場、木球場
	休憩活動	休息、乘涼、聊天、野餐、散步
	停車場	

資料來源：本研究整理

第三節 休閒運動態度相關理論之研究

一、態度的定義

態度通常是指在環境中遇到人、事、物等各種情境時，所採取的應對行為傾向。態度本質上具有評價（evaluation）的意思，「評價」是指對某些事物持肯定或否定的反應組合（Eagly & Chaiken 1993）。在行為科學或社會科學的研究領域中，態度一直是很重要的概念。

態度是行為的心理因素，對個體的生活、觀念、人際關係的影響極大，因為態度通常被認為是心理的準備狀態，它是我們對某特定對象反應出來的一種持續喜歡或不喜歡的預設立場，也就是說，態度是對某事物所抱持的穩定的價值觀，會影響個人的行為和活動（陳美玲，1997）。

休閒運動態度是一個人或多數人在自主的心境狀態，於最適當的時間與空間，不強調結果與勝負，使身體能獲得健康，心理獲得滿足、愉快、增進情誼，促進親子關係等所選擇的運動，通常多為主觀的感受，所以說從事休閒運動的心理態度往往影響其選擇的活動（洪昭坤，2002）。

國內在休閒態度方面的研究中，對於休閒態度的定義相當分歧，有的學者將休閒態度視為是個人對從事休閒活動喜好程度的情形（文崇一，1990；李國華，1993），有的學者則認為休閒態度應包含認知、情意、行為三個成分（游家政，1987；楊秀芝，1989）。在休閒運動的相關領域中，體育社會心理學家以態度做為研究領域，有以下幾個原因：1.態度的瞭解有助於我們適應複雜的環境；2.態度允許我們避免不愉快的事實；3.表達個人價值；4.幫助我們瞭解自我的世界

(黃金柱 , 1985)

黃金柱(1985)曾綜合多位學者對態度的定義析述如下 :

1. 態度需有特定對象 , 此對象可能是具體的人物 , 可能是抽象的概念 , 也可能是某政策或規畫 , 所以在態度的研究上 , 需對於態度對象有清楚的界定。
2. 態度具有方向性 , 對此態度對象所產生積極或消極 , 喜愛或厭惡 , 贊同或反對等正負面傾向。
3. 態度亦具有強弱度 , 前所提的正負傾向有程度之分 , 而態度的強弱對其行為的影響力成正比。
4. 態度是學習而來的 , 是個體從生活經驗中逐漸發展而成。
5. 態度具有一致與一貫性 , 是個體持久的傾向。

表 2 - 6 休 閒 運 動 態 度 定 義 彙 整 表

年 代	提 出 者	定 義
1990	Estrem	研究成人休閒態度的改變情形時，指出休閒態度是經由學習而來的，個人早在家庭休閒生活的經驗、身心及角色任務的改變與環境都會影響成人的休閒態度
1991	張春興	<ol style="list-style-type: none"> 1. 態度只是行為的傾向，而非行為的本身。 2. 態度有其對象，而此對象必須是個人能夠經驗到、知覺到或想像到的，其可以是具體的人、事、物也可以抽象的觀念或象徵。 3. 態度包含評價的成分。個人對某態度對象表達贊同與否、喜歡與否等意見、才能稱之為態度。 4. 個人的態度，來自價值體系。人們對某態度對象所持有的態度，取決於該態度對象對人的意義，而此意義並非絕對，乃受其價值體系的制約。 5. 態度具有相當的持久性及一致性。態度的形成需要假以時日，而個人對某一對象的態度一旦形成，就較不易改變。 6. 態度有類化的傾向，個人對相關對象的態度會趨於一致。 7. 態度是一種假設概念，屬於一種內在的心理歷程，無法直接觀察，必須藉由外顯行為或表現推知。 8. 態度是有組織的，包括認知性的成分—學習，情感性的成分—情緒，以及行為性的成分—實際的反應行為。

(續 下 表)

表 2-6 (續)

年代	提出者	定義
1992	Fornell	認為態度是由認知、情感、行為意向所構成的：1. 認知：帶有好壞的評價及意義敘述的成分，其內容包含個體對態度對象的認識、理解、贊成及反對；2. 情感：意指個人對態度對象的好惡情感；3. 行為意向：個體對態度對象的行為傾向。
1992	Weber	分析整理過去的研究指出，態度是對於態度評價對象的歸類，而態度評價則是由三種訊息所形成：1. 認知訊息：對態度對象的瞭解、知識和看法；2. 情感訊息：對態度對象的情緒與正負評價；3. 有關過去行為或行為意圖的訊息：對態度對象所採取的行為反應。
1994	Aronson -Wilson & Akert	態度在本質上具有評價的意思，人們對於周遭的事物很少持中立的態度，而是不斷的評價他們所看見的事物
1996	時蓉華	態度是指一個人對於態度的人、事、物在情感、認知、行為的持久取向。態度的情感成分是個體對事物的感受及正負評價；認知成分是個體對事物的看法、認知與信念；行為成分是個體對事務所採取的行為反應或傾向
1996	Bhote	當顧客滿意公司的商品或服務，會讓他們願意替公司做宣傳
1996	林建地	指出休閒態度的測量有助於瞭解現今有關休閒的社會趨勢，因為藉由休閒態度的測量可以瞭解一般人對休閒所抱持的想法、期望、價值與偏見。

資料來源：修改自吳柏叡(2009)

二、休閒運動態度之結構分析

休閒態度結構就是各休閒態度之間的結合情形，可透過休閒態度的次層面（如休閒認知、休閒喜好、行為意向等）來瞭解整體的休閒態度，進而預測休閒行為。Burge（1961）編製一套休閒態度量表，內含 11 個項目，是最早研究有關休閒態度測量的學者，其所編製的此量表曾一度為學者為學者廣泛使用（引自游家政，1987）。繼 Burge 之後，Neulinger and Breit（1969）將 Burge 的量表加以修訂為 150 個項目的大量表，並利用因素分析將休閒態度區分為七個層面：

1. 對工作及假期的需求。
2. 在休閒規劃中的社會角色。
3. 透過工作或休閒達到自我實現。
4. 對休閒的知覺。
5. 主動 vs. 被動的休閒娛樂。
6. 休閒偏好。
7. 社會認同的重要性。

Neulinger and Breit（1971）因鑑於 1969 年所編製的問卷不夠周延且穩定性低，經修訂後將休閒態度分為五個層面：

1. 對休閒的喜好程度（affinity for leisure）
2. 在休閒計畫中的社會角色（society's role in leisure planning）
3. 從工作或休閒獲得自我瞭解（self-definition through leisure or work）
4. 對休閒的知覺程度（amount of perceived leisure）
5. 對工作或假期的需求程度（amount of work or vacation）

desired)

而在運動相關領域的休閒運動態度研究中，也發展出身體活動態度的專用量表。Kenyon (1968b) 發展出身體活動態度問卷 (Attitude Toward Physical Activity Inventory) 使得在身體活動態度的研究方面有了重大的發展，Kenyon 將身體活動定義為，所有有組織、非功利的人類活動，通常是指遊戲活動、運動、韻律舞蹈、舞蹈。其前提是將身體活動的概念化為六個構面，這些構面並非虛構，而是以實徵性的研究為基礎 (黃金柱，1985)，六個構面分述如下。

1. 社交經驗 (social experience): 主張身體活動的主要目的乃在提供社交的方法，並且能滿足個人特定的社交需求，如教新朋友等。
2. 健康和適能 (health and fitness): 強調身體活動可對個人健康及適能之改善有所貢獻。
3. 追求興奮感 (pursuit of vertigo): 強調身體活動提供參與者可控制的，及經由速度、方向迅速的改變或面對危險情境等所帶來刺激的身體經驗。
4. 美感的經驗 (aesthetic experience): 強調經由身體活動可感受到美感或某些特定藝術內涵。
5. 休閒和放鬆 (catharsis): 強調經由身體活動等替代方法的參與可解除因沮喪所帶來的緊張。
6. 艱苦奮鬥的經驗 (ascetic experience): 強調身體活動需要長時間激烈且痛苦地訓練及競賽，此乃為許多喜悅的延伸

綜合上述對休閒態度的相關研究文獻，休閒運動態度是個體在自主的心境狀態，於最適當的時間與空間，不強調結

果與勝負，使身體能獲得健康，心理獲得滿足、愉快、增進情誼、學習運動技巧、增進體適能、消除緊張、減少壓力、促進人際及親子關係等所選擇的運動。

第四節 休閒設施體驗之研究

一、休閒設施體驗之定義

根據美國華盛頓技術協會研究計畫顯示，很多顧客因為對公司不滿意而轉向其他對手買東西，但是在不滿意的顧客中只有 4% 的顧客會開口抱怨，而在這些不滿意又不會反應的顧客中有高達 65% 到 90% 的顧客不會再上門消費，也有學者主張想要吸引顧客再度上門的企業必須定期對顧客滿意度進行調查 (Kotler, 1999)，行銷人員通常會集結這些顧客滿意度調查的問卷來分析結果，做為行銷策略的依據，因此顧客滿意度在今日已成為大部分企業擬定行銷策略所用的最普遍的工具。在業主方面，顧客的流失中相對也增加其成本，因此有學者提出，在調查了 14 個產業之後發現，若減少 5% 的顧客流失率，則可將利潤提高 25% ~ 95% (Reichheld and Sasser, 1990)。消費者滿意將成為未來企業成功之關鍵因素，因為消費者滿意與否直接影響品牌忠誠、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造成衝擊 (Muller, 1991)。近幾年，經由許多學者之研究發現，吸引一個新顧客的成本，比留住一個舊顧客所需的成本高，差距可達五倍之多 (Kotler, 1996)。當互動時代來臨，企業必須學會如何對待每一個顧客不同的需求 (Pepper and Rogers, 1999)。從學者們對於顧客滿意度所提出的定義茲整理如表 2-7。

表 2-7 休閒設施體驗之定義彙整表

年代	提出者	定義
2006	吳怡靜	認為休閒滿意是個體體驗休閒過程的一種認知情形，如果個體能從休閒生活中體驗到喜悅感覺，會產生休閒行為的正向回饋，即個體知覺目前的休閒經驗及情境感到滿意或滿足的程度，這種正向的滿足感來自個體自身所察覺到的，此為一種內心的知覺反應
2004	王敏華	根據過去研究可知，休閒滿意亦可應用在休閒遊憩者從事休閒活動與使用設施兩個面向上，當應用在個體從事休閒活動面向時認為是使用者獲得休憩體驗或自然生態環境維護滿意的程度；當應用在個體使用設施後之面向
2006	陳龍、游松治	則認為是民眾在使用場內的運動設施後，心理感受而所做的整體評估，即使用者實際使用場地及參與活動前預期需求，將其預期需求和參與使用後的實際結果相互做比較，所得之主觀性的感受與態度。
2004	吳守從、方乃玉	將運動公園設施使用滿意度定義為一般民眾使用運動公園後，其休閒設施需求得到滿足的程度，故本研究將其定義為使用者對運動公園內所提供之休閒遊憩、運動、教學等活動之設施數量或水準，在使用後對設施本身之需求與實際獲得體驗之差異，而產生之一種心理滿足之程度。

資料來源：吳柏叡(2009)

二、休閒設施體驗構面

Kolter (1996) 歸納各學者意見指出，顧客滿意度乃知覺

的功能與期望兩者差異的函數，因此顧客的滿意度是來自於對產品的功能特性或結果的知覺，以及個人對產品的期望，兩者比較後形成其感覺愉悅或失望的程度。目前在顧客滿意度的衡量上，有整體態度與多重構面兩種看法。茲將各相關學者對於顧客滿意度的衡量看法整理如表 2-8 所示。

表 2-8 休閒設施體驗構面彙整表

年代	學者	衡量構面
1995	Ostrom & Iacobucci	顧客滿意度由顧客對產品或服務之期望與認知績效所造成滿意程度來評量，即顧客對企業整體的表現與其理想接近程度的整體性評價。
1999	沈淑貞	將顧客滿意度衡量構面分為：1.企業形象；2.地點及促銷；3.產品滿意度。
1999	江盈如	將顧客滿意度衡量構面分為 1.服務人員；2.便利性；3.實體設備和氣氛；4.制度；5.售後服務；6.企業形象。
1999	范智明	以台北市運動健身俱樂部會員為例，將顧客滿意度衡量構面分為 1.資訊及商品；2.人員及聲譽；3.整體影響；4.硬體設施；5.附屬條件。
2001	梁雯玟	區分為二種意見，一為整體性評量，二為多重性評量。

(續下表)

表 2-8 (續)

年代	學者	衡量構面
2001	林佳蓉	1.個人休閒阻礙 2.結構休閒阻礙 3.休閒參與 4.生活滿意。
2002	戴儀臻	將顧客滿意度衡量構面分為 1.身心需求；2.運動設備；3.餐飲；4.健康食品；5.相關零售品；6.櫃檯服務人員。
2003	郭滿洲	「教育與服務功能」最高，其次為「運動功能」、「環境與空間功能」、「便利功能」
2006	方美玉	「交通」最高，其次依序為「安全」、「景觀規劃」、「活動」、「人際」、「廁所」、「清潔」。
2006	陳正霖	「綠美化工作」屬高重視高滿意，而實際表現亦非常滿意；「運動設施」、「公共設施」屬於高重視低表現，極需加強或改善設施的實際情形；「委外廠商經營管理」屬於低重視高滿意。
2006	陳昭仁	包括「環境現況」、「空間體驗」與「服務設施」。
2006	水心蓓	「休閒需要」最高，其次依序為「公共服務」、「便利性」、「安全性」。

資料來源：吳柏勸(2009)

綜合以上所述，休閒設施的體驗是個體在體驗休閒過程的一種認知情形，個體從休閒生活中體驗到喜悅感覺，會產生休閒行為的正向回饋進而影響行為，即個體對於目前的休閒體驗感到滿意的內心知覺反應。

第五節 顧客忠誠度之研究

一、顧客忠誠度定義

隨著產業環境逐漸地成熟，產業內的競爭也愈加激烈，而產業內的企業為求生存，經營者莫不積極設法去招攬新的客群或是留住現有的顧客。Kotler(1997)以及 Fornell & Wernerfelt(1988)等學者的研究報告指出：吸引新顧客的成本是維持現有顧客的五倍。另外，學者 Parasuraman 等人(1991)也曾經指出，忠誠的顧客將是企業競爭優勢的主要來源。因此，如何維繫住現有的忠誠顧客，使其產生多次的再購行為，甚至於向周遭的親友進行口碑傳播，對當今的企業經營者而言，是一項非常重要的課題。

近年來的學者 Smith(1998)，則描述顧客忠誠度在以下的情況時會產生，「當顧客從你這裡得到他們真正確實需要的服務，這些服務是競爭對手沒想到的，而且當顧客提及你的時候，就像在描述自己家一樣。」而這樣的概念正好可以說明，在顧客忠誠度欲產生之前，是先有團體(公司)認同感的形成，使消費者擁有與公司產生休戚與共的感覺。

已有相當多學者對於顧客忠誠度進行研究，對於顧客忠誠度的定義也多有不同，根據張寶源(2006)所提出論文指出：顧客忠誠度的定義及衡量需分為行為及態度兩部分。行為面是以消費者在特定時間對某一產品或服務的重覆購買行為作為忠誠的衡量；態度面則認為消費者透過心理承諾的過程，而導致消費者對某品牌一致性的購買，包含消費者的態度、偏好或購買意願。

綜合上述觀點可知，顧客忠誠度是由於認同感或消費滿

意的形成而構成，主要核心構面是顧客的再購意願與行為，進而誘發出對周遭親友的口碑傳播，因此，本研究嘗試將顧客忠誠度重新定義：「顧客忠誠度是指消費者認同某一品牌、產品或公司，或對其感到滿意，而產生再次消費的意願或行為，並進而對他人進行正面的口碑推薦，並且鼓勵他人嘗試消費。」本研究將相關學者對於顧客忠誠度之定義彙整如表 2-9 所示。

表 2-9 顧客忠誠度定義彙整表

年代	提出者	定義
1984	Parasuraman et al.	認為忠誠度 (Loyalty) 是指除了本身的再購意願外，尚包含願意向他人推薦並給予正面口碑的行為，包括 1.向他人稱讚此公司；2.向詢問的人推薦此公司；3.鼓勵親友到此家公司消費；4.消費時會優先選擇此公司；5.常去此家公司消費。
1992	Fornell	認為可以藉由重覆購買的意願，和滿意的顧客對價格的容忍度，去衡量顧客的忠誠度。
1994	Dick & Basu	認為顧客忠誠為個人態度 (前因) 再與惠顧 (後果) 兩者關係間的強度。
1995	Jones & Sasser	認為顧客忠誠度乃消費者對特定產品或服務之未來再購買意願，且顧客忠誠度分為長期忠誠與短期忠誠兩種類型。

(續下表)

表 2-9 (續)

年代	提出者	定義
1991	Backman & Crompton	認為忠誠度觀念可分為行為與態度二個部分，行為部分係客參與特定活動、設施與接受服務的次數，表現遊客多次參與的一致性；態度部分則是遊客情感上的偏好程度。
1996	Bhote	當顧客滿意公司的商品或服務，會讓他們願意替公司做宣傳
1995	Prus & Randall	認為顧客滿意驅動顧客忠誠，且顧客忠誠包含顧客對某一品牌或公司的長久關係維持的承諾，而最終由態度及行為的組合表現出來。
1996	Griffin	忠誠度包括重複購買與對特定產品與服務態度上的偏好。
1999	Oliver	定義「品牌忠誠度」為「即使在不同的情境下或者是各品牌競爭激烈，對手用盡努力吸引消費者，顧客仍承諾未來會再次購買相同品牌的產品或服務」。
1999	Peppers, Rogers & Dorf	顧客忠誠度可以「顧客佔有率」(Share of Customer)的觀念來詮釋；所謂顧客佔有率指的是針對同一顧客銷售更多的產品或服務，而非傳統以市場佔有率為追求目標。
2000	Frederick & Schefter	顧客忠誠度指的是爭取值得投資的顧客，並贏得顧客的承諾關係並使顧客對公司的人員、產品或服務產生的依賴或好感。進而成為最好的廣告媒介，很快的再尋找出一群具有高度消費潛力的顧客。
2003	蘇元含 謝金燕	指出忠誠度乃遊客對遊憩區所提供的遊憩設施與服務、特定遊憩活動多次參與的一致性及對該遊憩區所產生情感偏好程度。

資料來源：吳柏勳(2009)

二、顧客忠誠度衡量構面

Gronholdt Martensen and Kristensen (2000) 對於顧客忠誠度的衡量方式，分別由行為忠誠度與態度忠誠度兩個構面進行衡量。在態度忠誠上採用自我認知忠誠與價格容忍度；在行為忠誠上採用再購意願、向他人推薦公司和交叉購買意願，本研究忠誠度衡量構面是依據 Gronholdt et al. (2000) 所提出忠誠度衡量指標，加以適當修訂後成為本研究忠誠度之衡量問項。對於觀眾忠誠度衡量構面的研究中，學者提出的衡量構面彙整如表 2-10 所示。

表 2-10 顧客忠誠度衡量構面彙整表

年代	學者	衡量構面
1975	Monroe & Guiltinan	1. 態度。 2. 行為。
1979	Weiner & Lerman	1. 自我認知理論。 2. 認知失調理論。
1992	Fornell	1. 重複購買的意向。 2. 滿意顧客對價格的容忍情形。
1993	Selnes	1. 重購意願。 2. 向他人推薦的意願。
1995	Prus & Randall	1. 重複購買。 2. 購買該公司其它產品。 3. 向他人推薦的行為。
1996	Jones. & Lenhtinen	1. 基本行為：最近一次消費的購買時間、購買頻率、購買數量。 2. 衍生行為：公開的推薦、口碑。 3. 再購意願（重購意願）。
1996	Griffin	1. 重複購買。 2. 購買該公司其它產品。 3. 建立口碑。 4. 對競爭者免疫的程度。
1999	Peppers, Rogers & Dorf	顧客忠誠度可以「顧客佔有率」(Share of Customer)的觀念來詮釋；所謂顧客佔有率指的是針對同一顧客銷售更多的產品或服務，而非傳統以市場佔有率為追求目標。
2000	Gronholdt, Martensen & Kristensen	1. 重購意願。 2. 向他人推薦的行為。 3. 價格容忍度。 4. 交叉購買的意願。
2003	廖明豐	認為忠誠度包含：1. 重遊意願、2. 推薦意願、3. 合作的態度、4. 主動參與的行為，作為忠誠度的衡量構面。
2003	蘇元含 謝金燕	忠誠度包括：1. 遊客遊玩後所產生的衍生行為，2. 重遊意願、3. 向親朋好友推薦、4. 口碑宣傳及 5. 情感偏好等衍生行為。

資料來源：吳柏勳(2009)

第參章 研究方法

第一節 研究架構

本研究以 2010 年居住在嘉義地區，前往市立港坪運動公園從事休閒相關運動設施之使用者為對象，探討休閒運動者對公園運動設施使用之運動態度、設施使用者之體驗程度及忠誠度以及三者之間的關係，究架構如圖 3-1 所示。

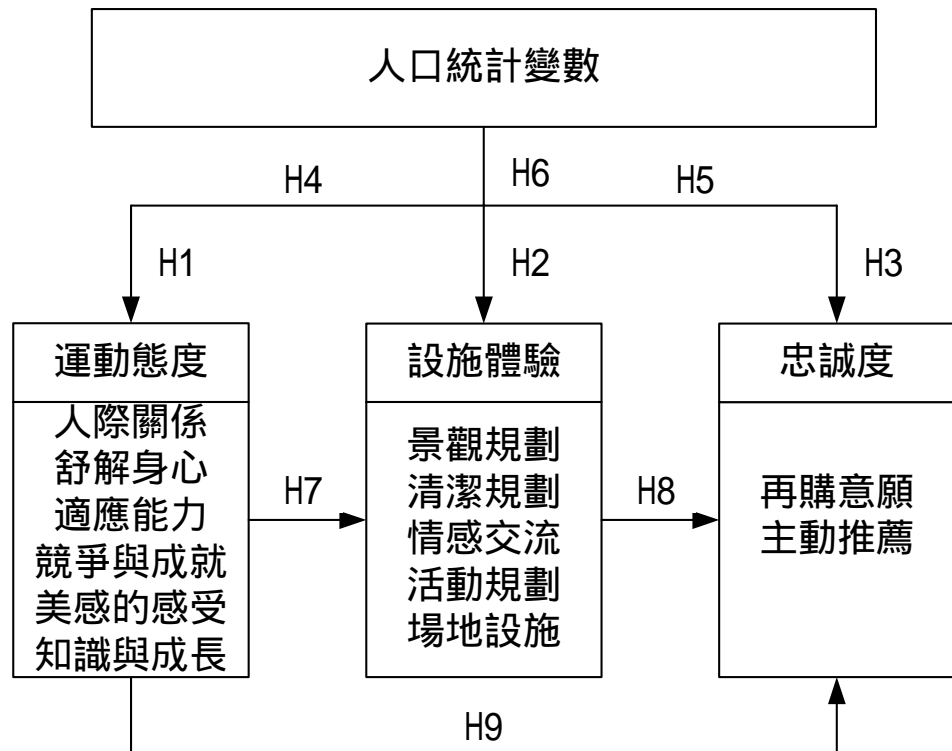


圖 3-1 研究基本架構圖

第二節 研究流程

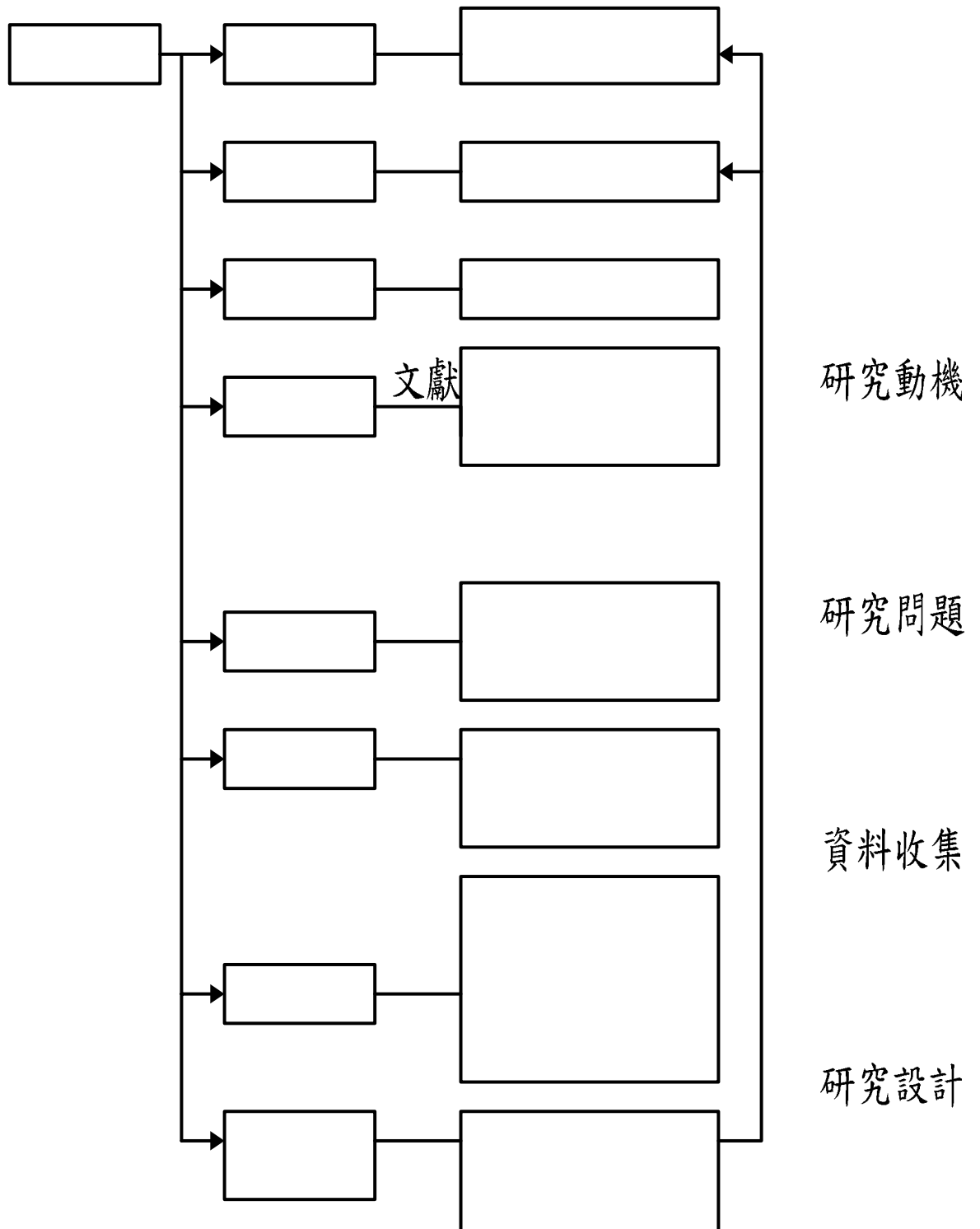


圖 3-2 研究步驟流程圖

第三節 研究假設

根據前述研究問題與文獻研究，本研究所提出之假設如下：

假設一：不同人口背景變項對運動態度有顯著差異。

- H1-1：性別變項對運動態度有顯著差異。
- H1-2：年齡變項對運動態度有顯著差異。
- H1-3：婚姻狀況變項對運動態度有顯著差異。
- H1-4：教育程度變項對運動態度有顯著差異。
- H1-5：職業變項對運動態度有顯著差異。
- H1-6：收入變項對運動態度有顯著差異。
- H1-7：居住地變項對運動態度有顯著差異。
- H1-8：交通工具變項對運動態度有顯著差異。
- H1-9：與誰一同前往變項對運動態度有顯著差異。
- H1-10：使用設施變項對運動態度有顯著差異。
- H1-11：休閒時間變項對運動態度有顯著差異。
- H1-12：運動頻率變項對運動態度有顯著差異。
- H1-13：參與時間變項對運動態度有顯著差異。

假設二：不同人口背景變項對設施體驗有顯著差異。

- H2-1：性別變項對設施體驗有顯著差異。
- H2-2：年齡變項對設施體驗有顯著差異。
- H2-3：婚姻狀況變項對設施體驗有顯著差異。
- H2-4：教育程度變項對設施體驗有顯著差異。
- H2-5：職業變項對設施體驗有顯著差異。
- H2-6：收入變項對設施體驗有顯著差異。
- H2-7：居住地變項對設施體驗有顯著差異。
- H2-8：交通工具變項對設施體驗有顯著差異。

H2-9：與誰一同前往變項對設施體驗有顯著差異。

H2-10：使用設施變項對設施體驗有顯著差異。

H2-11：休閒時間變項對設施體驗有顯著差異。

H2-12：運動頻率變項對設施體驗有顯著差異。

H2-13：參與時間變項對設施體驗有顯著差異。

假設三：不同人口背景變項對忠誠度有顯著差異。

H3-1：性別變項對忠誠度有顯著差異。

H3-2：年齡變項對忠誠度有顯著差異。

H3-3：婚姻狀況變項對忠誠度有顯著差異。

H3-4：教育程度變項對忠誠度有顯著差異。

H3-5：職業變項對忠誠度有顯著差異。

H3-6：收入變項對忠誠度有顯著差異。

H3-7：居住地變項對忠誠度有顯著差異。

H3-8：交通工具變項對忠誠度有顯著差異。

H3-9：與誰一同前往變項對忠誠度有顯著差異。

H3-10：使用設施變項對忠誠度有顯著差異。

H3-11：休閒時間變項對忠誠度有顯著差異。

H3-12：運動頻率變項對忠誠度有顯著差異。

H3-13：參與時間變項對忠誠度有顯著差異。

假設四：港坪運動公園使用者之運動態度與設施體驗有顯著相關。

假設五：港坪運動公園使用者之運動態度與忠誠度有顯著相關。

假設六：港坪運動公園使用者之設施體驗與忠誠度有顯著相關。

假設七：港坪運動公園使用者之運動態度對設施體驗有顯著

影響。

假設八：港坪運動公園使用者之運動態度對忠誠度有顯著影響。

假設九：港坪運動公園使用者之設施體驗對忠誠度有顯著影響。

第四節 研究對象與抽樣設計

一、母群體

本研究以使用嘉義市立港坪運動公園運動設施者做為研究對象，但因考量公園休閒設施使用者可能於時段中重複進出，因此，運動設施者總人次並不能代表現場運動設施者的實際人數與母群體人數，故在精確度與信賴度的限制條件下，乃採取顏月珠（1988）所建議，樣本的大小通常會影響結果的精確度，樣本越大越能精確推估母體的真实狀況與分配特性。一般在假設抽樣誤差不大於 5%，信賴度為 95% 的條件下，樣本參考大小為 384 人，為顧及抽樣完整性與防止因過多廢卷而減少有效樣本，故以 600 份為基本樣本數。

二、抽樣方式

本研究於 2010 年 3 月 1 日起至 2010 年 3 月 31 日於嘉義市立港坪運動公園內及其相關設施進行問卷發放，對象設定為運動公園設施之使用者，以便利抽樣的方式共抽取樣本數 600 份。

第五節 研究工具

一、問卷設計

本研究工具參考方美玉（2006）、林豔汝（2003）、郭滿洲（2003）之研究，依據研究需要修編成「運動公園休閒遊憩者運動態度、設施體驗與忠誠度調查問卷」，做為本研究資料蒐集之工具。為了衡量使用者運動態度、設施體驗、忠誠度之間的關係，其問項皆參考上述相關學者之研究問項所建構出來，並進行前測以受訪者進行初步分析與探討，而後修正成為正式問卷並發放之。

本研究採用李科特五點尺度（5-point Likert Scale）量表來衡量，總計本研究問卷共 68 題問項。

（一）基本資料

人口背景變項界定為下列十三項：（一）性別；（二）年齡；（三）婚姻狀況；（四）教育程度；（五）職業；（六）月收入；（七）居住地區；（八）您通常來到園區的交通工具是；（九）通常和您一起到運動公園的是；（十）您通常使用的休閒運動設施是；（十一）您通常什麼時間進入園區從事休閒活動；（十二）您通常運動的頻率是；（十三）您預計/或本次在本運動公園參與時間。

（二）運動態度

本研究運動態度問卷量是參閱洪昭坤（2001）南投縣高中職學生休閒運動設施需求暨休閒運動態度之調查研究，其內容含有六個構面「人際關係」、「紓解身心」、「適應能力與運動技能」、「競爭與成就」、「美感的感受」、「知識與成長」。

（三）設施體驗

本研究問卷編製是參考方美玉(2006)之相關研究，量表主要包括「景觀規劃」、「清潔」、「人際」、「活動」、「交通」、「廁所」與「安全」等七大構面，加以修正成「景觀規劃」、「清潔規劃」、「情感交流」、「活動規劃」、「場地設施」等五個構面，採用李克特氏量表五等尺度量表，依休閒運動者對題項之同意程度分為：非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意等五個等級，分別給予 5、4、3、2、1 分。而本部份量表之得分越高，代表現場從事運動者對於設施體驗程度愈高。

(四)忠誠度

本研究忠誠度問卷量表是依據 (Parasuraman, Zeithmal, & Berry,1985) 所指之「消費者除了本身的再購意願外，也願意向他人推薦並給予口碑的行為」。

二、母群體之界定

本研究旨在探討民眾對港坪運動公園的運動態度、設施體驗、忠誠度之關聯性，故母群體範圍為到港坪運動公園的民眾，總計發放 600 份問卷進行調查。

三、問卷預試

預試問卷之信效度係指測量結果的一致性(consistency)或穩定性(stability)。問卷的信度在於表示測驗內部題目間是否相互符合，而兩次測驗的分數是否前後一致。信度有外在信度 (external reliability) 與內在信度 (internal reliability)，外在信度通常指不同時間測量時，量表一致性的程度。內在信度指每一量表是否測量單一概念 (idea)，並衡量組成量表題項的內在一致性的程度，在多選項量表 (multiple item scales) 中，內在信度特別重要，常使用

Cronbach's α 係數表示。 α 係數值在 0.80-0.90 之間最佳， α 係數值在 0.70-0.80 很好， α 係數值在 0.65-0.70 是最小可接受值，低於 0.65 則重新修正研究工具。(林秉毅，2005)。

本研究選取 2010 年 2 月 1 日至 2 月 11 日，前往嘉義市港坪運動公園從事休閒運動者來進行問卷預試。問卷以便利抽樣方式發放，並至運動公園內及其相關設施進行問卷之發放，做為問卷發放地點，共發放 110 份問卷。收回有效樣本 100 份，有效問卷率為 91 %。

表 3-1 預試問卷回收統計表

預試樣本份數	港坪運動公園	備註
發出份數	110	剔除無效問卷：包括作答不完整、惡意填寫等
回收份數	110	
回收率	100%	
有效份數	100	
有效問卷率	91%	

資料來源：本研究整理

本研究將針對運動態度、設施體驗與忠誠度三組量表分別進行項目分析。在結果分析中，先觀察每個題項組群變異數相等的「F 檢定」，若 F 值呈現顯著 ($p < .05$)，表示二個組群變異數不相等，此時應再觀察「不假設變異數相等」列之 t 值，若 t 值檢定呈現顯著 (顯著性的 p 值小於 .05)，則表示此題項具有鑑別力。該檢定結果列於表 3-2 至 3-3 中。

(一)本研究所使用運動態度量表經項目分析後，量表皆 $< .05$ 達顯著水準。

表 3-2 運動態度項目分析表

題項	平均數	標準差	決斷值 (CR 值)	校正題 目與總 分相關	題項刪 除後的 α 係數	P 值
A 1	4.27	.86	9.70	.59	.94	.000
A 2	4.17	.83	12.58	.58	.94	.000
A 3	4.15	.89	11.51	.51	.94	.000
A 4	4.23	.71	9.98	.48	.94	.000
A 5	4.28	.73	15.15	.62	.94	.000
A 6	4.17	.70	11.35	.62	.94	.000
A 7	4.10	.76	6.38	.61	.94	.000
A 8	4.15	.73	9.77	.61	.94	.000
A 9	4.11	.82	9.74	.61	.94	.000
A 10	4.34	.65	9.63	.55	.94	.000
A 11	4.37	.61	9.70	.60	.94	.000
A 12	4.14	.84	9.17	.60	.94	.000
A 13	4.09	.82	6.33	.51	.94	.000
A 14	4.06	.75	10.87	.61	.94	.000
A 15	3.99	.83	9.52	.54	.94	.000
A 16	3.72	1.02	14.49	.66	.94	.000
A 17	3.48	1.07	11.15	.66	.94	.000
A 18	3.19	1.14	9.35	.57	.94	.000
A 19	3.88	.96	8.74	.66	.94	.000
A 20	3.78	.97	14.06	.76	.94	.000
A 21	3.73	1.17	12.05	.62	.94	.000
A 22	3.59	1.02	14.18	.46	.94	.000
A 23	3.75	.95	12.29	.60	.94	.000
A 24	3.66	.96	13.58	.57	.94	.000
A 25	4.28	.71	6.51	.57	.94	.000
A 26	4.22	.81	8.37	.55	.94	.000
A 27	4.34	.73	6.52	.43	.94	.000
A 28	3.97	.96	8.87	.57	.94	.000
A 29	3.83	.90	10.05	.58	.94	.000

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001 α 係數 = .808

資料來源：本研究整理

(二) 本研究所使用設施體驗量表經項目分析後，量表皆
 < .05 達顯著水準 (表 3-3)。

表 3-3 設施體驗之項目分析表

題項	平均數	標準差	決斷值 (CR 值)	校正題 目與總 分相關	題項刪 除後的 α 係數	P 值
B 1	3.81	.95	10.73	.60	.93	.000
B 2	3.55	.96	10.37	.71	.93	.000
B 3	3.37	1.07	10.10	.64	.93	.000
B 4	3.50	1.01	1.63	.76	.93	.000
B 5	3.52	.97	10.59	.70	.93	.000
B 6	3.33	1.08	11.20	.52	.93	.000
B 7	3.36	1.07	12.10	.56	.93	.000
B 8	2.90	1.06	7.05	.38	.94	.000
B 9	3.13	1.00	11.57	.51	.93	.000
B 10	3.21	1.06	8.33	.46	.93	.000
B 11	3.34	.99	8.58	.60	.94	.000
B 12	3.34	1.06	7.53	.44	.93	.000
B 13	3.70	.89	10.16	.47	.93	.000
B 14	3.59	.95	7.91	.65	.93	.000
B 15	3.55	1.04	7.41	.39	.94	.000
B 16	3.94	.90	10.94	.43	.94	.000
B 17	3.82	.93	8.71	.58	.93	.000
B 18	3.43	.93	9.72	.78	.93	.000
B 19	3.55	1.00	9.44	.72	.93	.000
B 20	3.66	.96	12.25	.61	.93	.000
B 21	3.28	1.00	7.65	.59	.93	.000
B 22	3.61	1.07	7.95	.54	.93	.000
B 23	3.47	1.03	8.39	.66	.93	.000
B 24	3.42	1.06	4.70	.56	.93	.000
B 25	3.61	1.05	8.03	.57	.93	.000
B 26	3.59	1.10	8.52	.42	.94	.000
B 27	2.94	1.13	4.73	.41	.94	.000

(續 下 表)

表 3-3 (續)

題項	平均數	標準差	決斷值 (CR 值)	校正題目與總分相關	題項刪除後的 α 係數	P 值
B 2 8	3.60	1.02	9.32	.52	.93	.000
B 2 9	3.19	.99	4.90	.31	.94	.000
B 3 0	2.89	1.25	5.55	.35	.94	.000
B 3 1	3.28	.99	9.08	.61	.93	.000
B 3 2	3.34	1.19	1.00	.44	.94	.000

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001 α 係數 = .879

資料來源：本研究整理

(三)本研究所使用忠誠度量表經項目分析後，量表皆 < .05 達顯著水準 (表 3-4)。

表 3-4 忠誠度之項目分析表

題項	平均數	標準差	決斷值 (CR 值)	校正題目與總分相關	題項刪除後的 α 係數	P 值
C 1	3.80	1.04	8.93	.49	.80	.000
C 2	3.48	1.17	13.55	.51	.80	.000
C 3	3.37	1.16	10.72	.44	.81	.000
C 4	4.01	.88	8.11	.60	.78	.000
C 5	3.72	1.05	10.46	.64	.77	.000
C 6	3.57	1.02	12.79	.63	.77	.000
C 7	3.53	1.09	11.16	.57	.78	.000

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001 α 係數 = .92

資料來源：本研究整理

四、正式問卷施測過程

問卷回收率會影響研究結果的代表性，因此，許多學者致力於討論如何提高問卷調查之回收率。綜合來說，改善問卷設計、告知研究資訊、使用面談、事先聯絡、提示填答時

問、採用郵寄方式、提供激勵誘因、抽樣追蹤都是能提高回收率的做法（林秉毅，2005）。

本研究採便利抽樣方式進行抽樣，選取嘉嘉市港坪運動公園做為問卷施測地點，以現場民眾為研究對象施以問卷調查，為提高有效問卷回收率，問卷調查的對象以到港坪運動公園運動的民眾為主。共計發出 600 份問卷，回收 580 份，回收率 96%，扣除填答不全者 40 份，有效樣本 540 份，有效問卷率 90%。

表 3-5 預試問卷回收統計表

預試樣本份數	港坪運動公園	備註
發出份數	600	剔除無效問卷：包括作答
回收份數	580	不完整、惡意填寫等
回收率	96%	
有效份數	540	
有效問卷率	90%	

資料來源：本研究整理

第六節 資料處理

研究問卷收回後，為使在資料分析程序時能獲得最精確之統計數據，故先將填答不完整與填答無一致性的無效問卷予以剔除，篩選出符合本研究之有效問卷後，進行問卷編碼、資料建檔與統計處理工作，完成建檔程序後再進行資料分析。本研究統計資料分析採用 SPSS 10.0 for Window XP 及 Amos 7.0 統計套裝軟體為分析工具，並以 $\alpha = .05$ 顯著水準進行統計分析，過程分析如下：

一、描述統計

個人背景變項界定為下列十三項：(一)性別；(二)年齡；(三)婚姻狀況；(四)教育程度；(五)職業；(六)月收入；(七)居住地區；(八)您通常來到園區的交通工具是；(九)通常和您一起到運動公園的是；(十)您通常使用的休閒運動設施是；(十一)您通常時麼時間進入園區從事休閒活動；(十二)您通常運動的頻率是；(十三)您預計/或本次在本運動公園參與時間。等初步問題之分析。所使用的統計項目包括：次數分配、百分比、平均數、標準差。

二、效度分析

效度乃指正確性，指測量工具能夠正確地測得研究者所欲衡量的事物特質與功能

(一)內部一致性效標法（項目分析）

依研究問卷題目進行適合度的項目分析檢驗，以極端組比較法，詳述如下：極端組項目分析主要目的在求出問卷個別題項的決斷值 CR 值：將未達顯著水準的題目刪除。其主要步驟為：首先求出量表的總分；然後再取極端的 27%分

為高低兩組；接著則以獨立樣本 t-test 考驗兩組在每一個題目的差異；最後則將 t-test 未達顯著性的題目刪除。

(二)外部效度

調查法都存有誤差，理論上都希望誤差出於機率，若誤差不是由機率產生，而是由忽略或立意產生，則稱為系統性差異，此為外部效度問題，例如調查時的不適切時間、地點、人、氣氛、工具等。而本研究問卷之發放人員，皆有受過良好的訓練及瞭解。

本研究設計的問題內容乃經由國內、外文獻整理而得，以理論為基礎應用服務品質模型所設計出來，並參考以往學者類似的問題內容加以修訂，進而發展成為適切的問卷量表。因此，本研究所使用之衡量項目應能符合效度的要求，其問卷內容，測驗的結果應能顯現所擬測量對象的真正特性。

三、信度分析

信度即是測量的可靠性，係指測量結果的一致性或穩定性，一般常以 Cronbach's α 來表示。信度的高低是一種相對的概念，並非全有或全無的特質，任何一種測量，或多或少會有誤差，誤差由機率因素所支配，也就是一種隨機誤差 (random errors)。誤差愈小，信度愈高；誤差愈大，信度愈低。因此，信度亦可視為測驗結果受機率影響的程度。

Cronbach's α 值係數介於 0 到 1 之間， α 值越大表示信度越高。一般認為，0.7 是 α 可以接受的下限，但在探索性研究中，下限可降低到 0.6 (Robison, Shaver, & Wrightsman, 1991)。

四、因素分析

因素分析之前先進行 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) 取樣

適切性量數及 Bartlett's test of sphericity (球形考驗) 探討問項間之相關係數是否具有高度的關聯, Bartlett's test of sphericity 則需達顯著水準始可進行因素分析 (邱皓政, 2000)。本研究量表在達到前述要求之下採主成份因素分析法, 萃取特徵值大於 1 的因素, 再以最大變異法 (Varimax) 進行轉軸, 每個問卷题目的因素負荷量皆需大於 0.5。

五、單因子變異數分析

檢定不同人口背景變項對「運動態度」、「設施體驗」與「忠誠度」上是否有顯著的差異性存在。

六、皮爾森積差相關分析

相關係數值介於 -1 與 +1 之間, 正負號表示相關的方向 (斜率), 正相關表示線性相關的斜率為正, 負相關則表示線性相關的斜率為負。相關係數 (r) 的平方稱為判定係數或解釋變異量的以例, 不論相關係數或判定係數皆能說明二者關係密切的程度。本研究以了解「運動態度」、「設施體驗」與「忠誠度」之相關程度為何。

七、路徑分析

本研究以 AMOS 結構方程式模式建構一個可以考驗的初始模式, 並繪出一個徑路係數的路徑圖, 探討嘉義市港坪運動公園使用者之「運動態度」、「設施體驗」與「忠誠度」之因果關係。

第肆章 結果與討論

本章首先就問卷調查做因素與信度分析；第二節為樣本資料做敘述性的說明，並針對人口統計變數對各構面進行單因子變異數分析；第三節則是探討不同觀眾背景對「運動態度」、「設施體驗」與「忠誠度」之差異分析；第四節則是針對「運動態度」、「設施體驗」、「忠誠度」進行 Pearson 相關分析，找出彼此之相關性；第五節為本研究假設之結果。

第一節 因素分析與信度檢定

本研究針對「運動態度」、「設施體驗」與「忠誠度」三量表進行因素分析，歸類出各構面的共同因素，並配合信度分析來檢視同一因素或因素內之問項是否具有的一致性。在進行因素分析前，應先確定各變數或問項間是否具有共變異數的存在，再判斷是否適宜作因素分析。而最常進行因素分析適合度檢定方法為 KMO 值與 Bartlett's 球體檢定，其計算結果如表 4-1。

一、KMO 值：KMO 是 Kaiser-Meyer-Olkin 的取樣適當性量表，當 KMO 值愈大時，表示變項間的共同因素愈多，愈適合進行因素分析。依據 Kaiser (1974) 的觀點，若 KMO 值小於 0.5 時，較不宜進行因素分析，本研究之「運動態度」KMO 值為 .918、「設施體驗」為 .926 與「忠誠度」為 .721，顯示適合進行因素分析。

二、Barlett's 球體檢定：由巴氏 (M. Barlett) 在 1950 年所發展的檢定方法。從表 4-1 中得知，「運動態度」的

Barlett's 球體檢定為 1438.262, 自由度為 300 達到顯著;「設施體驗」的 Barlett's 球體檢定為 1655.164, 自由度 378 達到顯著;「忠誠度」的 Barlett's 球體檢定為 1637.432, 自由度為 21 達到顯著, 因而代表此三構面之母群體的相關矩陣有共同因素存在, 適合進行因素分析。

表 4-1 運動態度、設施體驗與忠誠度因素分析適合性檢定

變項項目 檢定法	運動態度	設施體驗	忠誠度
KMO	.918	.926	.721
Barlett's 球 體檢定	1438.262	1655.164	1637.432
自由度	300	378	21
顯著性	.000	.000	.000

*p < .05; **p < .01; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(一) 運動態度構面之因素與信度分析

完成因素分析適合度檢定後, 本部份即進入運動態度構面之因素分析。其因素分析的操作步驟如下:

1. 決定因素抽取與轉軸方法: 本研究採用主成份分析法進行分析, 並配合 Kaiser 常態化的相等最大值法 (Equamax) 行直交轉軸, 進行因素萃取與問項篩選。轉軸目的為使因素負荷量易於解釋, 且經由轉軸過程, 變項在每個因素的負荷量會產生大者恆大、小者愈小的情形。

2. 因素數目的挑選: 本研究採用學者 Kaiser 所提出的準則標準, 選取特徵值大於 1 的因素, 來決定因素數目, 共萃取 6 個特徵值大於 1 的因素, 其解釋變異量累計為 65.6%。

根據黃俊英(2000)所述，社會科學領域常因資訊不夠準確，因此只要能解釋 60% 的總變異數就令人滿意了。本研究量表七個因素共能解釋 65.6% 的總解釋變異數，顯示本研究量表因素分析之結果頗佳。

3. 估計因素負荷量與決定因素：未轉軸的因素矩陣，較難對因素作有效的解釋，因此必須進行轉軸，讓問項在各因素中的大小產生更明顯地變化；表 4-2 轉軸後的因素矩陣，每個共同因素之因素負荷量在轉軸後，會使轉軸前較大的因素負荷量變得更大，而轉軸前較小的因素負荷量變得更小。

4. 信度分析：本研究「運動態度」量表之 Cronbach's Alpha 值為 0.931 大於 0.8 以上，顯示「運動態度」量表之題項具不錯的信度。

表 4-2 休閒運動態度因素分析表

因素	題目	成份					
		1	2	3	4	5	6
適應能力	1參與休閒運動可以肯定個人的運動能力	.732					
	2參與休閒運動可以肯定個人在運動方面的技術	.711					
	3參與休閒運動可以改善運動方面的技巧	.707					
	4參與休閒運動可以培養正確的運動技巧	.707					
	5參與休閒運動可以考驗自己的能力水準	.676					
	6參與休閒運動可以改善身體的適應能力	.591					
	7參與休閒運動可以展現個人的最佳體能狀況	.578					
	8參與休閒運動可以培養健康的運動能力	.568					
	9參與休閒運動的過程中，可以學習到正確的健康常識	.517					
競爭與成就	1參與休閒運動可以體驗競爭的感覺		.791				
	2從競爭激烈的比賽中獲得最大的滿足		.764				
	3競爭是社會中的基本特色，應鼓勵每個人參與高度挑戰性的休閒運動		.753				
	4參與休閒運動可以獲得自我實現的成就感		.751				
	5參與休閒運動能提升在校的聲望和地位		.706				
	6休閒運動時追求勝利的過程，是人生最美的體驗		.700				
知識與成長	1參與休閒運動可以培養建立終身運動習慣			.772			
	2參與休閒運動可以養成規律的運動習慣			.764			
	3參與休閒運動能改善與維持好身材			.714			
	4參與休閒運動可以增進個人的自我價值			.579			
	5參與休閒運動可以培養運動家的風度			.465			
美感的感受	1運動能展現個人的美感				.882		
	2運動能賦予個人美感的經驗				.869		
	3運動本身具有藝術的特質				.800		
紓解身心	1參加休閒運動能降低緊張的情緒					.740	
	2休閒運動能解除沮喪與開朗心情					.733	
	3參加休閒運動可以紓解生活壓力，達到忘我的境界					.659	
人際關係	1參與休閒運動能培養社交基礎						.826
	2運動能提供認識新朋友及建立友誼的機會						.793
	3參加團體性的休閒運動可獲得社交上的滿足						.750
特徵值		4.374	4.278	2.895	2.554	2.553	2.370
總解釋變異量		15.084	29.835	39.817	48.625	57.429	65.601

資料來源：本研究整理

表 4-3 運動態度信度分析

因素	題目	相關	α 值
適應能力	1參與休閒運動可以肯定個人的運動能力	.611	.928
	2參與休閒運動可以肯定個人在運動方面的技術	.566	.929
	3參與休閒運動可以改善運動方面的技巧	.580	.929
	4參與休閒運動可以培養正確的運動技巧	.575	.929
	5參與休閒運動可以考驗自己的能力水準	.591	.929
	6參與休閒運動可以改善身體的適應能力	.543	.929
	7參與休閒運動可以展現個人的最佳體能狀況	.620	.928
	8參與休閒運動可以培養健康的運動能力	.582	.929
	9參與休閒運動的過程中，可以學習到正確的健康常識	.533	.929
競爭與成就	1參與休閒運動可以體驗競爭的感覺參與	.567	.929
	2從競爭激烈的比賽中獲得最大的滿足	.498	.930
	3競爭是社會中的基本特色，應鼓勵每個人參與高度挑戰性的休閒運動	.483	.931
	4參與休閒運動可以獲得自我實現的成就感	.648	.928
	5參與休閒運動能提升在校的聲望和地位	.592	.928
	6休閒運動時追求勝利的過程，是人生最美的體驗	.548	.929
知識與成長	1參與休閒運動可以培養建立終身運動習慣	.510	.930
	2參與休閒運動可以養成規律的運動習慣	.473	.930
	3參與休閒運動能改善與維持好身材	.443	.930
	4參與休閒運動可以增進個人的自我價值	.570	.929
	5參與休閒運動可以培養運動家的風度	.619	.928
美感的感受	1運動能展現個人的美感	.497	.930
	2運動能賦予個人美感的經驗	.572	.929
	3運動本身具有藝術的特質	.581	.929
紓解身心	1參加休閒運動能降低緊張的情緒	.473	.930
	2休閒運動能解除沮喪與開朗心情	.565	.929
	3參加休閒運動可以舒解生活壓力，達到忘我的境界	.544	.929
人際關係	1參與休閒運動能培養社交基礎	.520	.929
	2運動能提供認識新朋友及建立友誼的機會	.522	.929
	3參加團體性的休閒運動可獲得社交上的滿足	.531	.929

資料來源：本研究整理

(二)設施體驗構面之因素與信度分析

- 1.決定因素抽取與轉軸方法：觀眾滿意度採用主成份分析法進行分析，並配合 Kaiser 常態化的最大變異數 (Varimax) 法行直交轉軸，進行因素萃取與問項篩選。
- 2.因素數目的挑選：本研究選取特徵值大於 1 的 5 個因素，來決定因素數目，其解釋變異量累計為 62.84%。
- 3.估計因素負荷量與決定因素：未轉軸的因素矩陣，較難對因素作有效的解釋，因此必須進行轉軸，讓問項在各因素中的大小產生更明顯地變化；表 4-4 為轉軸後的因素矩陣，每個共同因素之因素負荷量在轉軸後，會使轉軸前較大的因素負荷量變得更大，而轉軸前較小的因素負荷量變得更小。
- 4.信度分析：本量表採用 Cronbach 內部一致性係數，考驗總量表與各向度的信度；經考驗結果發現量表係數值達 .943 (表 4-5) 代表穩定性高。

表 4-4 設施體驗因素分析表

因素	題目	成份				
		1	2	3	4	5
情感 交流	1 到運動公園活動對我的人際關係有益處	.747				
	2 我到運動公園活動認識許多新朋友	.738				
	3 到運動公園的讓我認識很多人方便	.729				
	4 運動公園舉辦的活動讓人覺得很有興趣	.666				
	5 到運動公園活動讓我和朋友的感情變好	.664				
	6 到運動公園活動讓我和同事的情感變好	.650				
	7 運動公園的活動舉辦次數很剛好	.581				
	8 運動公園的活動舉辦項目很多元	.573				
	9 我覺得運動公園活動舉辦的方式很恰當	.559				
	10 到運動公園活動讓我和家人感情變好	.533				
	11 運動公園活動舉辦的單位都很用心	.521				
清潔 規劃	1 運動公園定期的清潔狀況讓人感到滿意		.812			
	2 運動公園設施的清潔讓人感到滿意		.774			
	3 運動公園整體的清潔讓人覺得滿意		.771			
	4 運動公園廁所的位置分布很恰當		.686			
	5 運動公園廁所的設計很方便		.676			
	6 運動公園廁所的數量很足夠		.657			
	7 運動公園的垃圾桶數量設置很恰當		.645			
場地 設施	1 運動公園的籃球場數量足夠且規劃感到滿意			.727		
	2 運動公園的網球場數量足夠且規劃感到滿意			.723		
	3 運動公園的停車場數量足夠且規劃感到滿意			.604		
	4 運動公園的路燈設計規劃感到滿意			.594		
	5 運動公園的溜冰場數量足夠且規劃感到滿意			.593		
	6 運動公園的木球場數量足夠且規劃感到滿意			.554		
景觀 規劃	1 運動公園的植栽數量很充足				.779	
	2 運動公園的景觀設計規劃很恰當				.754	
	3 運動公園的的整體景觀設計良好				.749	
	4 運動公園裡的步道設計規劃很安全				.715	
	5 運動公園的植栽種類很多元				.698	
活動 規劃	1 運動公園的兒童遊戲場數量足夠且規劃感					.841
	2 運動公園的極限運動場數量足夠且規劃感到					.813
	3 運動公園的足球場數量足夠且規劃感到滿意					.767
特徵值		5.184	4.532	3.886	3.481	3.027
總解釋變異量 (%)		16.199	30.361	42.507	53.383	62.843

資料來源：本研究整理

表 4-5 設施體驗信度分析

因素	題目	相關	α 值
情感交流	1 到運動公園活動對我的人際關係有益處	.538	.942
	2 我到運動公園活動認識許多新朋友	.506	.941
	3 到運動公園的讓我認識很多人方便	.475	.943
	4 運動公園舉辦的活動讓人覺得很有興趣	.554	.942
	5 到運動公園活動讓我和朋友的感情變好	.375	.942
	6 到運動公園活動讓我和同事的情感變好	.652	.941
	7 運動公園的活動舉辦次數很剛好	.655	.941
	8 運動公園的活動舉辦項目很多元	.594	.941
	9 我覺得運動公園活動舉辦的方式很恰當	.569	.941
	10 到運動公園活動讓我和家人感情變好	.504	.942
	11 運動公園活動舉辦的單位都很用心	.591	.941
清潔規劃	1 運動公園定期的清潔狀況讓人感到滿意	.779	.941
	2 運動公園設施的清潔讓人感到滿意	.766	.941
	3 運動公園整體的清潔讓人覺得滿意	.595	.942
	4 運動公園廁所的位置分布很恰當	.691	.941
	5 運動公園廁所的設計很方便	.606	.941
	6 運動公園廁所的數量很足夠	.685	.941
	7 運動公園的垃圾桶數量設置很恰當	.641	.941
場地設施	1 運動公園的籃球場數量足夠且規劃感到滿意	.519	.941
	2 運動公園的網球場數量足夠且規劃感到滿意	.578	.941
	3 運動公園的停車場數量足夠且規劃感到滿意	.570	.942
	4 運動公園的路燈設計規劃感到滿意	.533	.942
	5 運動公園的溜冰場數量足夠且規劃感到滿意	.469	.942
	6 運動公園的木球場數量足夠且規劃感到滿意	.572	.941
景觀規劃	1 運動公園的植栽數量很充足	.587	.941
	2 運動公園的景觀設計規劃很恰當	.693	.941
	3 運動公園的的整體景觀設計良好	.593	.941
	4 運動公園裡的步道設計規劃很安全	.718	.940
活動規劃	1 運動公園的兒童遊戲場數量足夠且規劃感	.657	.941
	2 運動公園的極限運動場數量足夠且規劃感到	.649	.943
	3 運動公園的足球場數量足夠且規劃感到滿意	.622	.943

資料來源：本研究整理

(三)忠誠度構面之因素與信度分析

- 1.決定因素抽取與轉軸方法：本研究採用主成份分析法進行分析，並配合 Kaiser 常態化的最大變異數 (Varimax) 法行直交轉，進行因素萃取與問項篩選。
- 2.因素數目的挑選：本研究採用學者 Kaiser 所提出的準則標準，選取特徵值大於 1 的因素，來決定因素數目，共萃取 2 個特徵值大於 1 的因素，其解釋變異量累計為 66.93%。
- 3.估計因素負荷量與決定因素：未轉軸的因素矩陣，較難對因素作有效的解釋，因此必須進行轉軸，讓問項在各因素中的大小產生更明顯地變化；表 4-6 為轉軸後的因素矩陣，每個共同因素之因素負荷量在轉軸後，會使轉軸前較大的因素負荷量變得更大，而轉軸前較小的因素負荷量變得更小。
- 4.信度分析：本量表採用 Cronbach 內部一致性係數，考驗總量表與各向度的信度；經考驗結果發現量表係數值達 .797 (表 4-7)，代表穩定性高。

表 4-6 忠誠度因素分析表

因素	題目	成份	
		1	2
再購意願	1.您願意再到港坪運動公園運動嗎	.854	
	2.假如可以從新再作一次選擇，您是否還會做相同的選擇	.798	
	3.您是否願意再次使用港坪公園的運動設施	.797	
向他人推薦	1.您會將港坪運動公園推薦給親朋好友嗎		.896
	2.您願意推薦您或您的朋友的公司到港坪運動公園辦理體育活動嗎		.852
	3.您願意提供意見給港坪運動公園管理單位作為特別規劃相關推展活動計劃嗎		.808
	4.您願意提供意見給港坪運動公園管理單位作為後續工程改善參考嗎		.547
特徵值		3.24	1.45
總解釋變異量		46.25%	66.93%

資料來源：本研究整理

表 4-7 忠誠度信度分析表

因素	題目	相關	α 值
再購意願	1.您願意再到港坪運動公園運動嗎	.515	.783
	2.假如可以從新在作一次選擇，您是否還會做相同的選擇	.557	.775
	3.您是否願意再次使用港坪公園的運動設施	.494	.787
向他人推薦	1.您會將港坪運動公園推薦給親朋好友嗎	.423	.797
	2.您願意推薦您或您的朋友的公司到港坪運動公園辦理體育活動嗎	.607	.766
	3.您願意提供意見給港坪運動公園管理單位作為特別規劃相關推展活動計劃嗎	.612	.765
	4.您願意提供意見給港坪運動公園管理單位作為後續工程改善參考嗎	.557	.775

資料來源：本研究整理

第二節 本研究各變項之統計分析

一、人口變項統計分析

根據回收的 540 份的有效問卷，進行個人基本資料之敘述性統計分析，項目包括「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「教育程度」、「職業」、「月收入」、「居住地」、「交通工具」、「與誰一同前往」、「使用設施」、「從事休閒活動時間」、「運動頻率」、「參與時間」等人口統計變項（如表 4-8 所示）。

(一)性別

本研究中可看出，「男性」民眾之比例較「女性」民眾者為高，而其比例分別 56.9% 及 43.1%。

(二)年齡

本研究中可看出「21~30 歲」之樣本數所佔的比例最大，為 30%，而「51 歲以上」之樣本數所佔比例 15.6% 最少。

(三)婚姻狀況

本研究中看出，「已婚」民眾之比例較「未婚」民眾為高，而其比例分別為 53.9%、46.1%。

(四)教育程度

本研究中可看出「大學（專）」教育程度之受訪民眾所佔之比例最高，為 50.2%。「高中職」以上教育程度之受訪民眾居次，分別為 34.3% 及「國中以下」為 9.6%，最低為「研究所以下」5.9% 最少。

(五)職業

本研究中可看出「上班族」之受訪民眾所佔比率最高，為 30.6%，「學生」之受訪民眾次之，分別為 24.6%，自行開業之受訪民眾最低，為 8.3%。

(六)月收入

本研究中可看出「無收入」受訪民眾所佔比率最高，為 33.1%，最低為「100000 以上」，為 1.1%。

(七) 居住地

本研究中可看出居住在「西區」之受訪民眾所佔比率最高，為 68%，居住在「東區」之受訪民眾次之，分別為 18.5%，居住在「其他」之受訪民眾最低，為 13.5%。

(八) 交通工具

本研究中可看出，「機車」之受訪民眾所佔比率最高，為 41.3%，「腳踏車」之受訪民眾次之，分別為 23%，「其他」之受訪民眾最低，為 1.1%。

(九) 與誰一同前往

本研究中看出，「朋友同事」之受訪民眾所佔比率最高，為 38.5%，「家人親戚」之受訪民眾次之，分別為 36.3%，「其他」之受訪民眾最低，為 3.3%。

(十) 使用設施

本研究中可看出「籃球場」之使用者所佔之比例最高，為 30.2%。「綠地」之使用者居次，分別為 27.6%，最低為「極限運動場」為 .7% 最少。

(十一) 從事休閒活動時間

本研究中可看出「下午 4:01 到 8:00 點」之受訪民眾所佔比率最高，為 69.1%，「上午 8:01 到 12:00 點」之受訪民眾最低，為 9.1%。

(十二) 運動頻率

本研究中可看出「假日」之受訪民眾所佔比率最高，為 31.5%，「每天都來」之受訪民眾次之，分別為 19.4%，「每週來一次（平日）」之受訪受訪民眾最低，為 14.3%。

(十三) 參與時間

本研究中可看出「1~2小時」受訪民眾所佔比率最高，為44.1%，「2~3小時」之受訪民眾次之，分別為36.5%，「5小時以上」之受訪受訪民眾最低，為2.8%。

表 4-8 人口統計變項分析摘要表

人口變項		次數	百分比
性別	男	307	56.9%
	女	233	43.1%
年齡	10-20歲	85	15.7%
	21-30歲	162	30%
	31-40歲	119	22%
	41-50歲	90	16.7%
	51以上	84	15.6%
	婚姻狀況	未婚	249
	已婚	291	53.9%
教育程度	國中以下	52	9.6%
	高中職	185	34.3%
	大專	271	50.2%
	研究所以上	32	5.9%
職業	學生	133	24.6%
	軍公教	64	11.9%
	上班族	165	30.6%
	自行開業	45	8.3%
	家庭主婦	78	14.4%
	其他	55	10.2%
	月收入	無收入	179
	19999以下	83	15.4%
	20000-39999元	159	29.4%
	40000-69999元	103	19.1%
	70000-99999元	10	1.9%
	100000以上	6	1.1%
居住地	西區	367	68%
	東區	100	18.5%
	其他	73	13.5%
交通工具	步行	53	9.8%
	腳踏車	124	23%
	自小客車	134	24.8%

(續下表)

表 4-8(續)

人口變項		次數	百分比
交通工具	機車	223	41.3%
	其他	6	1.1%
與誰一同前往	單獨一人	118	21.9%
	家人親戚	196	36.3%
	朋友同事	208	38.5%
	其他	18	3.3%
使用設施	網球場	44	8.1%
	籃球場	163	30.2%
	足球場	34	6.3%
	溜冰場	45	8.3%
	兒童遊戲場	28	5.2%
	極限運動場	4	.7%
	木球場	5	.9%
	槌球場	5	.9%
	綠地	149	27.6%
	其他	63	11.7%
從事活動時間	上午 5:01 到 8:00 點	87	16.1%
	上午 8:01 到 12:00 點	31	5.7%
	中午 12:01 到 4:00 點	49	9.1%
	下午 4:01 到 8:00 點	373	69.1%
運動頻率	每天都來	105	19.4%
	二天來一次	100	18.5%
	每週來一次(平日)	77	14.3%
	假日才來	170	31.5%
	偶而來一次	88	16.3%
參與時間	1小時內	52	9.6%
	1~2小時	238	44.1%
	2~3小時	197	36.5%
	4~5小時	38	7%
	5小時以上	15	2.8%

資料來源：本研究整理

綜合以上描述性統計資料得知，由於港坪運動公園地理位置之影響，到運動公園進行休閒運動行為的主要族群為：「男性」民眾，「21~30歲」且「已婚」民眾。教育程度以「大學（專）」教育程度之受訪民眾所佔之比例最高。職業以「上班族」所佔比率最高，「學生」次之。月收入以「無收入」受訪民眾所佔比率最高。居住地以居住在「西區」受訪民眾所佔比率最高，「東區」次之。交通工具以「機車」最高，「腳踏車」次之。運動同伴以「朋友同事」所佔比率最高，「家人親戚」次之。設施以「籃球場」之使用者所佔之比例最高。使用時間以每次「1~2小時」所佔比率最高，「2~3小時」次之。

此結果與郭滿州（2003）的研究結果：主要進入公園的使用者大多為女性略多於男性、年齡31-44歲、教育程度平均分配從國中至大學均有、交通工具以公共運輸工具為主、使用者大多為公園所在地以外地區，略有不同。與方美玉（200）針對斗六運動公園進行休閒行為的主要族群，大致為30歲以下、未婚、為了紓解壓力、居住在附近（車程10分鐘左右）的大學學生族群為主之結果較為接近。而韓鴻恩（2001）進行竹南運動公園用後評估之研究，以428位竹南運動公園使用者為研究對象，研究結果發現：使用者年齡以30-40歲及20歲以下民眾最多；以鄰近運動公園周邊的民眾為主要使用之對象；頻率以一周2-4次最多；使用時間以下午2-6點最多；活動類型以運動打球最多。吳怡靜（2006）進行台中市豐樂公園休閒活動參與者之休閒行為與休閒利益之研究，以518位豐樂公園使用者為研究對象，採自編「都市公園休閒活動參與者之休閒行為與休閒利益之研究問卷」

為研究工具。其研究結果發現：使用者年齡上以 30-39 歲最多；職業以工商服務者最多；頻率以每週一、二次最多；同伴以親子或親戚最多，與本研究之結果接近。

研究者分析，認為有此一差異性應是來自於地區與環境上的影響，港坪位於嘉義市郊區，比鄰住宅區與學校，且嘉義地區的大眾運輸不如都會區便利，居民的生活型態也不同于其他都會型運動公園使用者，再加上居民缺乏優良運動知識，使用者人口變項統計之數據亦將此一狀態完整呈現，

所以，未來規劃港坪運動公園設施時的考量，不應只以其他不同型態之運動公園為準則，應該將嘉義地區之人口生活型態納入考量依據，方能規劃出一座適合嘉義地區民眾使用，且可以得到最大使用效益之運動公園。

二、運動態度現況分析

港坪公園運動者之運動態度構面經描述統計分析得知發現（如表 4-9 所示），民眾最關心的是適應能力構面（ $M=37.53$ ， $SD=4.63$ ），其次為競爭與成就（ $M=22.53$ ， $SD=4.31$ ）、知識與成長（ $M=20.88$ ， $SD=2.79$ ）、紓解身心（ $M=12.8$ ， $SD=1.74$ ）、人際關係（ $M=12.8$ ， $SD=1.86$ ）、最後為美感的感受（ $M=11.62$ ， $SD=2.40$ ）。

在適應能力構面中民眾最關心的部分為「參與休閒運動可以改善身體的適應能力」（ $M=4.34$ ， $SD=.63$ ），「參與休閒運動可以肯定個人在運動方面的技術」（ $M=4.05$ ， $SD=.77$ ）最不被民眾關心。

在競爭與成就構面中民眾最關心的部分為「參與休閒運動時追求勝利的過程，是人生最美的體驗」（ $M=3.98$ ，

SD=.78),「參與休閒運動能提升在校的聲望和地位」
(M=3.36, SD=1.04)最不被民眾關心。

在知識與成長構面中民眾最關心的部分為「參與休閒運動可以培養建立終身運動習慣」(M=4.28, SD=.69),「參與休閒運動可以增進個人的自我價值」(M=4.02, SD=.79)最不被民眾關心。

在美感的感受構面中民眾最關心的部分為「運動能展現個人美感」(M=3.90, SD=.87),「運動本身具有藝術的特質」
(M=3.85, SD=.91)最不被民眾關心。

在紓解身心構面中民眾最關心的部分為「休閒運動能解除沮喪與開朗心情」(M=4.30, SD=.66),「參加休閒運動可以紓解生活壓力,達到忘我境界」(M=4.20, SD=.72)最不被關心。

在人際關係構面中民眾最關心的部分為「運動能提供認識新朋友及建立友誼的機會」(M=4.30, SD=.67),「參加團體性的休閒運動可獲得社交上的滿足」(M=4.14, SD=.75)最不被關心。

綜合以上資料分析顯示到港坪運動公園民眾最滿意的項目是「參與休閒運動可以改善身體的適應能力」、「參與休閒運動時追求勝利的過程,是人生最美的體驗」、「參與休閒運動可以培養建立終身運動習慣」、「運動能展現個人美感」、「休閒運動能解除沮喪與開朗心情」、「運動能提供認識新朋友及建立友誼的機會」;民眾最不滿意的項目是「參與休閒運動可以肯定個人在運動方面的技術」、「參與休閒運動能提升在校的聲望和地位」、「參與休閒運動可以增進個人的自我價值」、「運動本身具有藝術的特質」、「參加休閒運動可以紓解生活

壓力，達到忘我境界」、「參加團體性的休閒運動可獲得社交上的滿足」。

林豔汝（2003）進行臺灣地區大型運動公園服務品質之實證研究，研究結果有發現民眾前往運動公園活動目的依序為「運動健身」、「紓解壓力」、「接近大自然」。王敏華（2005）進行臺北市富陽公園使用者休閒效益與休閒滿意度之研究，研究結果發現公園使用者選擇來富陽公園活動的主要目的以「運動健身」、「享受自然環境」為主，休閒效益以「生理效益」的同意度最高，依次為「心理效益」、「社交效益」，以「自我實現效益」最低。方美玉（2006）進行斗六運動公園休閒設施需求與滿意度之相關研究，以420位斗六運動公園使用者為研究對象，研究結果發現：民眾來斗六運動公園活動的參與動機以「紓解壓力」最多。本研究結果與上述之研界結果極為接近，顯示運動公園的使用者，並不單單只是來運動而已，他們並希望可以獲得心理上或是社會會上的滿足；

因此港坪運動公園管理單位應就民眾滿意的部份繼續保持高度的服務，就民眾最不滿意的部份應立即著手改進及修正。

表 4-9 運動態度變項分析摘要表

構面	題目	排序	平均數	標準差	構面 排序	構面平 均數	構面標 準差
適應 能力	1 參與休閒運動可以肯定個人的運動能力	11	4.17	.69	1	37.53	4.63
	2 參與休閒運動可以肯定個人在運動方面的技術	18	4.05	.77			
	3 參與休閒運動可以改善運動方面的技巧	13	4.16	.73			
	4 參與休閒運動可以培養正確的運動技巧	12	4.17	.70			
	5 參與休閒運動可以考驗自己的能力水準	17	4.06	.74			
	6 參與休閒運動可以改善身體的適應能力	1	4.34	.63			
	7 參與休閒運動可以展現個人的最佳體能狀況	15	4.13	.71			
	8 參與休閒運動可以培養健康的運動能力	2	4.33	.62			
	9 參與休閒運動的過程中，可以學習到正確的健康常識	16	4.09	.74			
競爭 成就	1 從競爭激烈的比賽中獲得最大的滿足	23	3.89	.89	2	22.53	4.31
	2 競爭是社會中的基本特色，應鼓勵每個人參與高度挑戰性的休閒運動	28	3.63	.96			
	3 參與休閒運動能提升在校的聲望和地位	29	3.36	1.04			
	4 休閒運動時追求勝利的過程，是人生最美的體驗	21	3.98	.78			
	5 參與休閒運動可以獲得自我實現的成就感	25	3.85	.86			
	6 參與休閒運動可以體驗競爭的感覺參與	27	3.82	.93			
知識 成長	1 參與休閒運動可以養成規律的運動習慣	7	4.27	.68	3	20.88	2.79
	2 參與休閒運動能改善與維持好身材	8	4.25	.74			
	3 參與休閒運動可以培養建立終身運動習慣	6	4.28	.69			
	4 參與休閒運動可以培養運動家的風度	19	4.04	.82			
	5 參與休閒運動可以增進個人的自我價值	20	4.02	.79			

(續下表)

表 4-9 (續)

構面	題目	排序	平均數	標準差	構面 排序	構面平 均數	構面標 準差
美感	1 運動本身具有藝術的特質	26	3.85	.91	6	11.62	2.40
	2 運動能展現個人的美感	22	3.90	.87			
	3 運動能賦予個人美感的經驗	24	3.86	.87			
紓解身心	1 參加休閒運動可以紓解生活壓力，達到忘	10	4.20	.71	4	12.80	1.74
	2 休閒運動能解除沮喪與開朗心情	3	4.30	.67			
	3 參加休閒運動能降低緊張的情緒	4	4.29	.66			
人際關係	1 運動能提供認識新朋友及建立友誼的機會	5	4.29	.69	5	12.68	1.86
	2 參與休閒運動能培養社交基礎	9	4.25	.69			
	3 參加團體性的休閒運動可獲得社交上的滿足	14	4.14	.75			

資料來源：本研究整理

三、設施體驗現況分析

在設施體驗構面經描述統計分析得知發現(如表 4-10 所示),民眾最關心的是情感交流構面($M=41.68$, $SD=6.57$),其次為清潔規劃($M=24.02$, $SD=5.50$)、場地設施($M=22.21$, $SD=4.13$)、景觀規劃($M=18.51$, $SD=3.91$)、最後為活動規劃($M=9.99$, $SD=2.72$)。

在情感交流構面中民眾最關心的部分為「到運動公園活動對我的人際關係有益處」($M=4.01$, $SD=.78$),「運動公園的活動舉辦次數很剛好」($M=3.56$, $SD=.91$)最不被民眾關心。

在清潔構面中民眾最關心的部分為「運動公園廁所的設計很方便」($M=3.55$, $SD=.93$),「運動公園的垃圾桶數量設置很恰當」($M=3.07$, $SD=1.12$)最不被民眾關心。

在場地設施構面中民眾最關心的部分為「運動公園的網球場數量足夠且規劃感到滿意」($M=3.85$, $SD=.86$),「運動公園的停車場數量足夠且規劃感到滿意」($M=3.54$, $SD=.93$)最不被民眾關心。

在景觀規劃構面中民眾最關心的部分為「運動公園的植栽數量很充足」($M=3.9$, $SD=.90$),「運動公園裡的步道設計規劃很安全」($M=3.56$, $SD=.96$)最不被民眾關心。

在活動規劃構面中民眾最關心的部分為「運動公園的兒童遊戲場數量足夠且規劃感到滿意」($M=3.46$, $SD=.93$),「運動公園的極限運動場數量足夠且規劃感到滿意」($M=3.15$, $SD=1.14$)最不被民眾關心。

綜上資料分析顯示到港坪運動公園民眾最滿意度的項目是「到運動公園活動對我的人際關係有益處」、「運動公園廁

所的設計很方便」、「運動公園的網球場數量足夠且規劃感到滿意」、「運動公園的植栽數量很充足」、「運動公園的兒童遊戲場數量足夠且規劃感到滿意」；民眾最不滿意的項目是「運動公園的活動舉辦次數很剛好」、「運動公園的垃圾桶數量設置很恰當」、「運動公園的停車場數量足夠且規劃感到滿意」、「運動公園裡的步道設計規劃很安全」、「運動公園的極限運動場數量足夠且規劃感到滿意」，因此港坪運動公園管理單位應就民眾滿意的部份繼續保持高度的服務，就民眾最不滿意的部份應立即著手改進及修正，以提升設施使用率。

表 4 - 1 0 設 施 體 驗 變 項 分 析 摘 要 表

構面	題目	排序	平均數	標準差	構面 排序	構面平 均數	構面 標準 差
情感 交流	1 到運動公園的讓我認識很多人方便	7	3.79	0.84	1	41.68	6.57
	2 運動公園舉辦的活動讓人覺得很有興趣	8	3.78	0.83			
	3 到運動公園活動讓我和同事的情感變好	10	3.75	0.89			
	4 到運動公園活動對我的人際關係有益處	1	4.01	0.78			
	5 到運動公園活動讓我和家人感情變好	2	3.95	0.82			
	6 我覺得運動公園活動舉辦的方式很恰當	13	3.74	0.82			
	7 運動公園的活動舉辦項目很多元	14	3.72	0.85			
	8 我到運動公園活動認識許多新朋友	6	3.80	0.88			
	9 運動公園的活動舉辦次數很剛好	21	3.56	0.91			
	10 到運動公園活動讓我和朋友的感情變好	4	3.85	0.84			
	11 運動公園活動舉辦的單位都很用心	12	3.74	0.84			
清潔 規劃	1 運動公園整體的清潔讓人覺得滿意	24	3.52	1.00	2	24.02	5.50
	2 運動公園設施的清潔讓人感到滿意	25	3.52	0.99			
	3 運動公園的垃圾桶數量設置很恰當	32	3.07	1.12			
	4 運動公園定期的清潔狀況讓人感到滿意	29	3.42	0.96			
	5 運動公園廁所的位置分布很恰當	28	3.44	1.01			
	6 運動公園廁所的設計很方便	22	3.55	0.93			
	7 運動公園廁所的數量很足夠	26	3.51	0.99			
場地 設施	1 運動公園的路燈設計規劃感到滿意	19	3.64	0.97	3	22.21	4.13
	2 運動公園的籃球場數量足夠且規劃感到滿意	11	3.75	0.92			
	3 運動公園的網球場數量足夠且規劃感到滿意	5	3.85	0.86			
	4 運動公園的溜冰場數量足夠且規劃感到滿意	9	3.76	0.89			
	5 運動公園的木球場數量足夠且規劃感到滿意	15	3.69	0.91			
	6 運動公園的停車場數量足夠且規劃感到滿意	23	3.54	0.93			

(續 下 頁)

表 4-10 (續)

構面	題目	排序	平均數	標準差	構面 排序	構面平 均數	構面 標準 差
景觀 規劃	1 運動公園的植栽數量很充足	3	3.90	0.90	4	18.51	3.91
	2 運動公園的景觀設計規劃很恰當	16	3.68	0.90			
	3 運動公園裡的步道設計規劃很安全	20	3.59	0.96			
	4 運動公園的的整體景觀設計良好	18	3.67	0.88			
	5 運動公園的植栽種類很多元	17	3.68	0.97			
活動 規劃	1 運動公園的兒童遊戲場數量足夠且規劃感	27	3.46	0.93	5	9.99	2.72
	2 運動公園的極限運動場數量足夠且規劃感到	31	3.15	1.14			
	3 運動公園的足球場數量足夠且規劃感到滿意	30	3.38	1.03			

資料來源：本研究整理

四、忠誠度現況分析

在民眾忠誠度構面經描述統計分析得知發現（如表 4-11 所示），民眾最關心的是向他人推薦（ $M=15.62$ ， $SD=2.81$ ）、最後為再購意願構面（ $M=12.75$ ， $SD=1.43$ ）。

再購意願構面中觀眾最關心的部分為「您願意再到港坪運動公園運動嗎」（ $M=4.08$ ， $SD=.95$ ），「您是否願意再次使用港坪公園的運動設施」（ $M=3.81$ ， $SD=.93$ ）最不被民眾關心。

在向他人推薦構面中民眾最關心的部分為「您會將港坪運動公園推薦給親朋好友嗎」（ $M=4.27$ ， $SD=.71$ ），「您願意提供意見給港坪運動公園管理單位作為後續工程改善參考嗎」（ $M=3.65$ ， $SD=.97$ ）最不被民眾關心。

表 4-11 忠誠度變項分析摘要表

構面	題目	排序	平均數	標準差	構面排序	構面平均數	構面標準差
再購意願	1.您願意再到港坪運動公園運動嗎	2	4.08	.95			
	2.假如可以從新在作一次選擇，您是否還會做相同的選擇	4	3.88	.94	2	12.75	1.43
	3.您是否願意再次使用港坪公園的運動設施	5	3.81	.93			
向他人推薦	1.您會將港坪運動公園推薦給親朋好友嗎	1	4.27	.71			
	2.您願意推薦您的朋友或公司到港坪運動公園辦理體育活動嗎	3	3.98	.87			
	3.您願意提供意見給港坪運動公園管理單位作為特別規劃相關推展活動計劃嗎	6	3.72	.92	1	15.62	2.81
	4.您願意提供意見給港坪運動公園管理單位作為後續工程改善參考嗎	7	3.65	.97			

資料來源：本研究整理

綜上資料分析顯示港坪運動公園忠誠度民眾最滿意的

項目是「您願意再到港坪運動公園運動嗎」、「您會將港坪運動公園推薦給親朋好友嗎」；民眾最不滿意的項目是「您是否願意再次使用港坪公園的運動設施」、「您願意提供意見給港坪運動公園管理單位作為後續工程改善參考嗎」。

第三節 人口變項在各構面之差異分析

為探討不同背景的民眾在港坪運動公園對運動態度與設施體驗、忠誠度是否會有顯著差異，本研究以變異數分析(ANOVA)來檢定不同背景的民眾在各觀察變項上是否有顯著差異。分析上的顯著水準定為 0.05，將整體樣本進行分析，分析結果如下所述：在整體樣本方面，觀眾基本資料包括性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、月收入、居住地、交通工具、與誰一同前往、使用設施、從事休閒活動時間、運動頻率、參予時間，以下將分別探討：

一、性別

不同性別對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知「運動態度」、「忠誠度」達顯著水準 $p < .05$ (如表 4-12 所示)。顯示男、女對運動態度、設施體驗各有不同的看法。故，本研究假設 H1-1、H2-1 性別在運動態度、設施體驗差異應接受對立假設，H3-1 性別在忠誠度差異應接受虛無假設。男性在運動態度與設施體驗顯著高於女性。

表 4-12 性別在各構面之差異分析表

構面	性別	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
運動態度	男	307	119.60	13.50	10.07	.002
	女	233	115.99	12.51		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	男	307	117.80	19.19	4.39	.037
	女	233	114.58	15.64		
	總和	540	116.41	17.80		
忠誠度	男	307	28.47	3.70	.67	.415
	女	233	28.22	3.25		
	總和	540	28.36	3.51		

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

不同性別對運動態度各變項之 p 值為「適應能力」.010、「競爭與成就」.000、「人際關係」.007， $p < 0.05$ 達顯著差異水準（如表 4-13 所示），其他變項皆未達顯著差異，這表示男、女對運動態度中「美感的感受」、「知識與成長」、「紓解身心」的看法相同，而對「適應能力」、「競爭成就」、「人際關係」會有所不同的看法與態度。經事後比較，男性在適應能力、競爭成就、人際關係關係的態度顯著高於女性。

表 4-13 性別在運動態度構面之差異分析表

構面	變項	性別	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
運動態度	人際關係	男	307	12.87	1.85	7.39	0.007	男 > 女
		女	233	12.43	1.84			
		總和	540	12.68	1.86			
	紓解身心	男	307	12.84	1.72	0.41	0.522	
		女	233	12.75	1.76			
		總和	540	12.80	1.74			
	適應能力	男	307	37.97	4.68	6.36	0.010	男 > 女
		女	233	36.96	4.51			
		總和	540	37.54	4.63			
	競爭成就	男	307	23.39	3.98	30.46	0.000	男 > 女
		女	233	21.38	4.47			
		總和	540	22.53	4.31			
	知識與成長	男	307	20.89	2.81	0.01	0.938	
		女	233	20.87	2.78			
		總和	540	20.88	2.79			
	美感感受	男	307	11.64	2.38	0.03	0.870	
		女	233	11.60	2.43			
		總和	540	11.62	2.40			

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

在設施體驗的評量方面，各構面之 p 值除了「清潔規劃」.010、「活動規劃」.001， $p < 0.05$ 達顯著差異外（如表 4-14 所示），其他變項皆無顯著差異，這表示男、女對「清潔規劃」、「活動規

劃」抱持不相同的看法。經事後比較發現，男性在清潔規劃與活動規劃上之態度顯著高於女性。

表 4-14 性別在設施體驗構面之差異分析表

構面	變項	性別	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
設施體驗	情感交流	男	307	42.04	7.05	2.17	0.141
		女	233	41.20	5.88		
		總和	540	41.68	6.57		
	清潔規劃	男	307	24.56	5.68	6.74	0.010 (男 > 女)
		女	233	23.32	5.19		
		總和	540	24.02	5.50		
	場地設施	男	307	22.31	4.46	0.39	0.532
		女	233	22.08	3.66		
		總和	540	22.21	4.13		
景觀規劃	男	307	18.58	3.86	0.24	0.624	
	女	233	18.42	4.00			
	總和	540	18.51	3.91			
活動規劃	男	307	10.32	2.78	10.56	0.001 (男 > 女)	
	女	233	9.55	2.59			
	總和	540	9.99	2.72			

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(三) 忠誠度所有構面皆無顯著差異，這表示男、女對忠誠度的看法是相同的。

表 4-15 性別在忠誠度構面之差異分析表

構面	變項	性別	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
忠程度	再購意願	1.男生	307	12.74	1.51	.50	.823
		2.女生	233	12.76	1.31		
		總和	540	12.75	1.43		
	向他人推薦	1.男生	307	15.74	2.99	1.29	.257
		2.女生	233	15.46	2.56		
		總和	540	15.62	2.81		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(二) 年齡

不同年齡對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知「設施體驗」、「忠誠度」未達顯著水準 $p > .05$ (如表 4-16 所示)。顯示不同年齡對設施體驗、忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H2-2、H3-2 年齡在設施體驗、忠誠度差異應接受虛無假設，H1-2 年齡在運動態度差異應接受對立假設。經事後比較後發現，10-20 歲的運動者在運動態度上顯著高於其他人。

表 4-16 年齡在各構面上的差異性

構面	年齡	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
運動態度	1.10-20	85	124.38	13.37	6.97	.000 1 > 2,3,4,5
	2.21-30	162	117.76	12.76		
	3.31-40	119	117.24	13.02		
	4.41-50	90	116.89	12.61		
	5.51 以上	84	114.55	12.89		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1.10-20	85	119.25	17.73	.97	.426
	2.21-30	162	116.79	15.81		
	3.31-40	119	114.87	20.99		
	4.41-50	90	116.63	17.92		
	5.51 以上	84	114.76	16.43		
	總和	540	116.41	17.8		
忠誠度	1.10-20	85	28.2	3.95	.127	.973
	2.21-30	162	28.33	3.59		
	3.31-40	119	28.32	3.34		
	4.41-50	90	28.53	3.3		
	5.51 以上	84	28.48	3.41		
	總和	540	28.36	3.51		

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

(一) 不同年齡對運動態度各變項上，在「人際關係」.004、「適應能力」.000、「競爭與成

就」.000， $p < .05$ 達顯著差異外（如表 4-17 所示），「美感的感受」、「知識與成長」、「紓解身心」變項上皆無顯著差異，這表示不同年齡在「適應能力」、「競爭與成就」、「人際關係」的要求會有所不同。經事後比較發現，在「人際關係」變項上，10-20 歲之運動者態度顯著高於 21-30 歲、31-40 歲、51 歲以上之運動者。在「適應能力」變項上，10-20 歲之運動者態度顯著高於 21-30 歲、31-40 歲、41-50 歲、51 歲以上之運動者。在「知識與成長」變項上，10-20 歲之運動者態度顯著高於 21-30 歲、51 歲以上之運動者。

表 4 - 1 7 年 齡 在 運 動 態 度 構 面 之 差 異 分 析 表

構面	變項	年 齡	個 數	平 均 數	標 準 差	F 檢 定	顯 著 性	比 較
運動 態度	人際關 係	1.10-20	85	13.38	1.85	4.00	0.003	1 > 2, 3, 5
		2.21-30	162	12.49	1.78			
		3.31-40	119	12.50	1.82			
		4.41-50	90	12.77	1.96			
		5.51 以上	84	12.52	1.81			
		總和	540	12.68	1.86			
紓解身 心	紓解身 心	1.10-20	85	13.21	1.79	1.68	0.154	
		2.21-30	162	12.70	1.83			
		3.31-40	119	12.83	1.83			
		4.41-50	90	12.76	1.57			
		5.51 以上	84	12.58	1.47			
		總和	540	12.80	1.74			
適應能 力	適應能 力	1.10-20	85	39.62	4.65	6.22	0.000	1 > 2, 3, 4, 5
		2.21-30	162	37.29	4.16			
		3.31-40	119	37.58	4.92			
		4.41-50	90	36.99	4.40			
		5.51 以上	84	36.42	4.72			
		總和	540	37.54	4.63			
競爭成 就	競爭成 就	1.10-20	85	24.75	3.33	10.94	0.000	1, 2 > 3, 4, 5
		2.21-30	162	23.06	3.80			
		3.31-40	119	21.85	4.42			
		4.41-50	90	21.68	4.38			
		5.51 以上	84	21.11	4.89			
		總和	540	22.53	4.31			
知識與 成長	知識與 成長	1.10-20	85	21.60	3.18	2.23	0.064	
		2.21-30	162	20.62	2.68			
		3.31-40	119	21.03	2.71			
		4.41-50	90	20.80	2.51			
		5.51 以上	84	20.51	2.93			
		總和	540	20.88	2.79			
美感感 受	美感感 受	1.10-20	85	11.81	2.61	0.74	0.563	
		2.21-30	162	11.59	2.36			
		3.31-40	119	11.46	2.26			
		4.41-50	90	11.90	2.30			
		5.51 以上	84	11.40	2.57			
		總和	540	11.62	2.40			

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(二) 在設施體驗的評量方面除了「活動規劃」.002, $p < .05$ 有顯著差異外, 其他變項皆無顯著差異(如表 4-18 所示), 這表示不同年齡在「活動規劃」的要求會有所不同。經事後比較發現, 在「活動規劃」的要求上 10-20 歲之運動者顯著高於 51 歲以上者。

表 4-18 年齡在設施體驗構面之差異分析表

構面	變項	年齡	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
設施體驗	情感交流	1.10~20	85	43.01	6.43	1.83	0.121	
		2.21~30	162	41.60	5.75			
		3.31~40	119	40.90	7.92			
		4.41~50	90	42.33	6.15			
		5.51 以上	84	40.89	6.43			
		總和	540	41.68	6.57			
	清潔規劃	1.10~20	85	23.60	5.38	0.32	0.864	
		2.21~30	162	24.17	5.43			
		3.31~40	119	23.81	6.02			
		4.41~50	90	24.06	5.24			
		5.51 以上	84	24.44	5.35			
		總和	540	24.02	5.50			
	場地設施	1.10~20	85	22.92	4.08	1.18	0.320	
		2.21~30	162	22.27	3.75			
		3.31~40	119	21.66	4.66			
		4.41~50	90	22.09	4.45			
		5.51 以上	84	22.27	3.71			
		總和	540	22.21	4.13			
	景觀規劃	1.10~20	85	18.86	3.82	0.99	0.410	
		2.21~30	162	18.54	3.67			
3.31~40		119	18.78	3.99				
4.41~50		90	18.43	4.07				
5.51 以上		84	17.81	4.17				
總和		540	18.51	3.91				
活動規劃	1.10~20	85	10.86	2.72	4.22	0.002	1 > 5	
	2.21~30	162	10.21	2.62				
	3.31~40	119	9.71	2.89				
	4.41~50	90	9.72	2.63				
	5.51 以上	84	9.35	2.58				
	總和	540	9.99	2.72				

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

(三) 在忠誠度的評量方面經單因子變異數分析得知各組皆未達顯著水準 $p > .05$ (如表 4-19 所示), 這表示不同年齡在「再購意願」、「向他人推薦」的要求是相同。

表 4-19 年齡在忠誠度構面之差異分析表

構面	變項	年齡	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
忠誠度	再購意願	1.10-20	85	11.26	2.77	.298	.879
		2.21-30	162	11.43	2.58		
		3.31-40	119	11.38	2.08		
		4.41-50	90	11.47	1.98		
		5.51以上	84	11.13	2.6		
		總和	540	11.35	2.41		
	向他人推薦	1.10-20	85	15.78	2.8	.85	.494
		2.21-30	162	16.29	2.5		
		3.31-40	119	15.8	2.59		
		4.41-50	90	16.16	2.75		
		5.51以上	84	16.02	2.85		
		總和	540	16.04	2.67		

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

三、婚姻

婚姻對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較, 經單因子變異數分析得知設施體驗、忠誠度未達顯著水準 $p > .05$ (如表 4-20 所示)。顯示未婚或已婚對設施體驗、忠誠度的看法是相同的。故, 本研究假設 H2-3、H3-3 婚姻在設施體驗、忠誠度差異應接受虛無假設, H1-3 運動態度差異應接受對立假設。而未婚者之運動態度顯著高於已婚者。

表 4-20 婚姻在各構面之差異分析表

構面	婚姻	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
運動態度	1. 未婚	249	119.67	13.76	7.08	.008 1 > 2
	2. 已婚	291	116.65	12.54		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1. 未婚	249	116.71	17.40	.12	.721
	2. 已婚	291	116.16	18.17		
	總和	540	116.41	17.80		
忠誠度	1. 未婚	249	28.23	3.74	.65	.420
	2. 已婚	291	28.48	3.31		
	總和	540	28.36	3.51		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(一) 婚姻對運動態度變項上「適應能力」、「競爭與成就」達顯著差異 $p < .05$ (如表 4-21 所示), 這表示「適應能力」、「競爭與成就」的受訪民眾在休閒運動態度變項上的要求是不相同的。經事後比較, 未婚者之「適應能力」與「競爭成就」態度顯著高於已婚者。

表 4-21 婚姻在運動態度構面之差異分析表

構面	變項	婚姻	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性	比較
運動態度	人際關係	1. 未婚	249	12.77	1.90	0.98	0.322	
		2. 已婚	291	12.61	1.82			
		總和	540	12.68	1.86			
	紓解身心	1. 未婚	249	12.85	1.88	0.38	0.540	
		2. 已婚	291	12.76	1.61			
		總和	540	12.80	1.74			
	適應能力	1. 未婚	249	37.99	4.53	4.45	0.035	1 > 2
		2. 已婚	291	37.15	4.68			
		總和	540	37.54	4.63			
	競爭成就	1. 未婚	249	23.54	3.79	26.71	0.000	1 > 2
		2. 已婚	249	21.66	4.54			
		總和	291	22.53	4.31			
	知識與成長	1. 未婚	540	21.00	2.94	0.94	0.332	
		2. 已婚	249	20.77	2.66			
		總和	291	20.88	2.79			
	美感感受	1. 未婚	540	11.52	2.53	0.84	0.360	
		2. 已婚	249	11.71	2.29			
		總和	291	11.62	2.40			

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(二) 婚姻在設施體驗的評量方面除「活動規劃」外皆無顯著差異(如表 4-22 所示), 這表示「未婚」或「已婚」對設施體驗的要求大多會相同。而未婚者之「活動規劃」體驗顯著高於已婚者。

表 4-22 婚姻在設施體驗構面之差異分析表

構面	變項	婚姻	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較			
設施體驗	情感交流	1. 未婚	249	41.78	6.32	0.11	0.740				
		2. 已婚	291	41.59	6.79						
		總和	540	41.68	6.57						
	清潔規劃	1. 未婚	249	23.78	5.41				0.95	0.331	
		2. 已婚	291	24.24	5.59						
		總和	540	24.02	5.50						
	場地設施	1. 未婚	249	22.33	4.11	0.39	0.533				
		2. 已婚	291	22.11	4.16						
		總和	540	22.21	4.13						
	景觀規劃	1. 未婚	249	18.53	3.80				0.01	0.917	
		2. 已婚	291	18.49	4.02						
		總和	540	18.51	3.91						
	活動規劃	1. 未婚	249	10.29	2.75	5.73	0.017	1 > 2			
		2. 已婚	291	9.73	2.68						
		總和	540	9.99	2.72						

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(三) 婚姻在忠誠度的評量方面各變項皆無顯著差異 $p > .05$ (如表 4-23 所示), 這表示「未婚」或「已婚」的受訪民眾在忠誠度的認同上是相同的。

表 4 - 2 3 婚 姻 在 忠 誠 度 構 面 之 差 異 分 析 表

構面	變項	婚姻	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
忠誠度	再購意願	1.未婚	249	12.67	1.46	1.36	.244
		2.已婚	291	12.81	1.4		
		總和	540	12.75	1.43		
	向他人推薦	1.未婚	249	15.56	3.1	.17	.678
		2.已婚	291	15.66	2.55		
		總和	540	15.62	2.81		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

四、教育程度

不同教育程度對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知運動態度、設施體驗、忠誠度皆未達顯著水準 $p > .05$ (如表 4 - 2 4 所示)。顯示不同教育程度對運動態度、設施體驗、忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H 1 - 4、H 2 - 4、H 3 - 4 教育程度在運動態度、設施體驗、忠誠度差異應接受虛無假設。

表 4 - 2 4 教育程度在各構面之差異分析表

構面	教育程度	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
運動態度	1.國中以下	52	119.67	16.09	1.60	.188
	2.高中職	185	116.50	12.80		
	3.大專	271	118.92	13.12		
	4.研究所以上	32	116.84	10.07		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1.國中以下	52	117.42	19.29	.29	.832
	2.高中職	185	116.70	17.60		
	3.大專	271	116.32	17.67		
	4.研究所以上	32	113.88	18.23		
	總和	540	116.41	17.8		
忠誠度	1.國中以下	52	28.37	3.82	.22	.881
	2.高中職	185	28.23	3.37		
	3.大專	271	28.42	3.63		
	4.研究所以上	32	28.72	2.83		
	總和	540	28.36	3.51		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(一) 不同教育程度對運動態度各變項之 p 值上，皆未達顯著差異的水準， $p > .05$ (如表 4 - 2 5 所示)，這表示不同教育程度對「運動態度」各變項的看法是相同的。

表 4 - 2 5 教育程度在運動態度構面之差異分析表

構面	變項	教育程度	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
運動態度	人際關係	1.國中以下	52	12.96	1.91	1.09	0.351	
		2.高中職	185	12.51	1.88			
		3.大專	271	12.72	1.83			
		4.研究所以上	32	12.88	1.90			
		總和	540	12.68	1.86			
	紓解身心	1.國中以下	52	12.77	1.95	0.36	0.780	
		2.高中職	185	12.70	1.67			
		3.大專	271	12.87	1.76			
		4.研究所以上	32	12.81	1.64			
		總和	540	12.80	1.74			
	適應能力	1.國中以下	52	38.10	5.57	2.13	0.095	
		2.高中職	185	37.21	4.63			
		3.大專	271	37.83	4.46			
		4.研究所以上	32	36.00	4.00			
		總和	540	37.54	4.63			
	競爭成就	1.國中以下	52	23.23	4.33	1.77	0.152	
		2.高中職	185	21.97	4.31			
		3.大專	271	22.74	4.40			
		4.研究所以上	32	22.78	3.19			
		總和	540	22.53	4.31			
知識與成長	1.國中以下	52	20.75	3.62	0.94	0.421		
	2.高中職	185	20.63	2.77				
	3.大專	271	21.04	2.67				
	4.研究所以上	32	21.16	2.45				
	總和	540	20.88	2.79				
美感感受	1.國中以下	52	11.87	2.51	0.78	0.510		
	2.高中職	185	11.49	2.45				
	3.大專	271	11.71	2.41				
	4.研究所以上	32	11.22	1.84				
	總和	540	11.62	2.40				

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(二)在教育程度的評量方面各變項上，變項皆無顯著差異(如表4-26所示)，這表示教育程度在設施體驗上看法是相同。

表 4 - 2 6 教育程度在設施體驗構面之差異分析表

構面	變項	教育程度	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
設施體驗	情感交流	1.國中以下	52	42.85	6.44	1.17	0.322	
		2.高中職	185	41.66	6.30			
		3.大專	271	41.65	6.88			
		4.研究所以上	32	40.09	5.56			
		總和	540	41.68	6.57			
	清潔規劃	1.國中以下	52	23.35	5.82	0.34	0.791	
		2.高中職	185	24.00	5.43			
		3.大專	271	24.13	5.60			
		4.研究所以上	32	24.41	4.70			
		總和	540	24.02	5.50			
	場地設施	1.國中以下	52	22.40	4.13	0.36	0.784	
		2.高中職	185	22.38	3.97			
		3.大專	271	22.11	4.17			
		4.研究所以上	32	21.69	4.82			
		總和	540	22.21	4.13			
	景觀規劃	1.國中以下	52	18.33	4.38	0.58	0.630	
		2.高中職	185	18.41	3.82			
		3.大專	271	18.69	3.87			
		4.研究所以上	32	17.84	4.16			
		總和	540	18.51	3.91			
活動規劃	1.國中以下	52	10.50	2.94	2.00	0.112		
	2.高中職	185	10.24	2.54				
	3.大專	271	9.73	2.75				
	4.研究所以上	32	9.84	3.08				
	總和	540	9.99	2.72				

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(三)在忠誠度的評量方面皆無顯著差異外(如表4-27所示)，這表示不同教育程度受訪民眾者在忠誠度上的看法有所相同。

表 4-27 教育程度在忠誠度構面之差異分析表

構面	變項	教育程度	個數	平均 平數	標準差	F檢定	顯著性
忠誠度	再購意願	1.國中以下	52	12.73	1.61	.13	.941
		2.高中職	185	12.7	1.38		
		3.大專	271	12.79	1.45		
		4.研究所以上	32	12.72	1.3		
		總和	540	12.75	1.43		
	向他人推薦	1.國中以下	52	15.63	3.16	.28	.849
		2.高中職	185	15.52	2.63		
		3.大專	271	15.63	2.91		
		4.研究所以上	32	16	2.44		
		總和	540	15.62	2.81		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

五、職業

不同職業對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知設施體驗與忠誠度皆未達顯著水準 $p > .05$ (如表 4-28 所示)。顯示不同職業對設施體驗、忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H2-5、H3-5 職業在設施體驗、忠誠度差異應接受虛無假設，H1-5 休閒運動態度差異應接受對立假設。經事後比較發現，學生之運動態度顯著高於自行開業與家庭主婦。

表 4 - 2 8 職 業 在 各 構 面 之 差 異 分 析 表

構面	職業	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
運動態度	1.學生	133	122.66	12.66	5.98	.000 1 > 4,5
	2.軍公教	64	118.36	10.73		
	3.上班族	165	117.70	12.74		
	4.自行開業	45	114.04	14.84		
	5.家庭主婦	78	114.03	11.16		
	6.其他	55	116.49	16.42		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1.學生	133	119.05	17.54	1.81	.109
	2.軍公教	64	118.30	15.85		
	3.上班族	165	115.76	17.41		
	4.自行開業	45	113.00	19.56		
	5.家庭主婦	78	112.80	16.70		
	6.其他	55	117.71	20.85		
	總和	540	116.41	17.80		
忠誠度	1.學生	133	28.32	3.85	1.44	.210
	2.軍公教	64	29.22	3.09		
	3.上班族	165	28.36	3.46		
	4.自行開業	45	27.93	3.26		
	5.家庭主婦	78	27.77	2.96		
	6.其他	55	28.67	4.06		
	總和	540	28.36	3.51		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(一)不同職業對運動態度各變項之 p 值，在「適應能力」.000、「競爭成就」.001、「知識與成長」.043， $p < .05$ 有顯著差異外（如表 4-29 所示），其他「人際關係」、「紓解身心」、「美感的感受」變項皆無顯著差異。這表示職業在運動態度上除了「知識與成長」、「競爭成就」、「適應能力」的要求會有所不同外，其他皆相同。經事後比較發現，學生之「適應能力」的態度顯著高於自行開業者；學生之「競

爭成就」的態度顯著高於自行開業者與家庭主婦；學生之「知識與成長」的態度顯著高於自行開業者。

表 4 - 2 9 職 業 在 運 動 態 度 構 面 之 差 異 分 析 表

構面	變項	職業	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
運動態度	人際關係	1.學生	133	13.02	1.83	1.76	0.123	
		2.軍公教人員	64	12.80	1.76			
		3.一般上班族	165	12.64	1.91			
		4.自行開業	45	12.40	1.92			
		5.家庭主婦	78	12.33	1.75			
		6.其他	55	12.58	1.90			
		總和	540	12.68	1.86			
		總和	540	12.68	1.86			
	紓解身心	1.學生	133	13.10	1.63	1.87	0.101	
		2.軍公教人員	64	12.98	1.51			
		3.一般上班族	165	12.78	1.81			
		4.自行開業	45	12.42	1.66			
		5.家庭主婦	78	12.65	1.58			
		6.其他	55	12.47	2.18			
		總和	540	12.80	1.74			
		總和	540	12.80	1.74			
	適應能力	1.學生	133	38.99	4.13	4.19	0.000	1 > 4
		2.軍公教人員	64	37.20	4.30			
		3.一般上班族	165	37.30	4.75			
		4.自行開業	45	36.27	5.13			
		5.家庭主婦	78	36.63	4.26			
		6.其他	55	37.42	5.15			
		總和	540	37.54	4.63			
		總和	540	37.54	4.63			
	競爭成就	1.學生	133	24.35	3.56	10.02	0.001	1 > 4,5
		2.軍公教人員	64	22.70	4.05			
		3.一般上班族	165	22.42	4.05			
4.自行開業		45	21.22	4.76				
5.家庭主婦		78	20.47	4.52				
6.其他		55	22.20	4.69				
總和		540	22.53	4.31				
總和		540	22.53	4.31				
知識與成長	1.學生	133	21.38	2.87	2.33	0.043	1 > 4	
	2.軍公教人員	64	21.09	2.49				
	3.一般上班族	165	20.88	2.61				
	4.自行開業	45	19.93	2.96				
	5.家庭主婦	78	20.51	2.92				
	6.其他	55	20.67	3.00				
	總和	540	20.88	2.79				
	總和	540	20.88	2.79				
美感感受	1.學生	133	11.81	2.50	0.78	0.564		
	2.軍公教人員	64	11.58	1.93				
	3.一般上班族	165	11.68	2.12				
	4.自行開業	45	11.80	2.23				
	5.家庭主婦	78	11.42	2.45				
	6.其他	55	11.15	3.36				
	總和	540	11.62	2.40				
	總和	540	11.62	2.40				

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(二)在設施體驗的評量方面「情感交流」、「場地設施」、「景觀規劃」未達顯著差異外，其他變項「清潔規劃」.046、「活動規劃」.001皆達顯著差異（如表4-30所示）。這表示不同職業在設施體驗上除了「清潔規劃」、「活動規劃」的要求不相同外，其他變項皆相同。經事後比較，軍公教之「清潔規劃」體驗顯著高於家庭主婦；學生與軍公教之「活動規劃」體驗顯著高於自行開業者與家庭主婦。

表 4 - 3 0 職業在設施體驗構面之差異分析

構面	變項	職業	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
設施體驗	情感交流	1.學生	133	42.72	6.38	0.98	0.428	
		2.軍公教	64	41.09	5.91			
		3.上班族	165	41.58	6.24			
		4.自行開業	45	41.02	7.19			
		5.家庭主婦	78	41.38	6.53			
		6.其他	55	41.11	8.13			
		總和	540	41.68	6.57			
	清潔規劃	1.學生	133	23.96	5.39	2.27	0.046	2 > 5
		2.軍公教	64	25.36	4.43			
		3.上班族	165	24.05	5.66			
		4.自行開業	45	23.78	5.81			
		5.家庭主婦	78	22.50	5.13			
		6.其他	55	24.89	6.31			
		總和	540	24.02	5.50			
	場地設施	1.學生	133	22.89	3.96	2.07	0.068	
		2.軍公教	64	22.59	3.91			
		3.上班族	165	21.62	4.28			
		4.自行開業	45	21.49	4.63			
		5.家庭主婦	78	21.99	3.90			
		6.其他	55	22.78	4.03			
		總和	540	22.21	4.13			
	景觀規劃	1.學生	133	18.82	3.84	2.18	0.055	
		2.軍公教	64	18.66	3.40			
		3.上班族	165	18.74	3.64			
		4.自行開業	45	17.42	3.97			
		5.家庭主婦	78	17.58	4.67			
		6.其他	55	19.13	4.02			
總和		540	18.51	3.91				
活動規劃	1.學生	133	10.65	2.62	3.98	0.001	1, 2 > 4, 5	
	2.軍公教	64	10.59	2.40				
	3.上班族	165	9.77	2.82				
	4.自行開業	45	9.29	2.78				
	5.家庭主婦	78	9.36	2.59				
	6.其他	55	9.80	2.82				
	總和	540	9.99	2.72				

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(三)在忠誠度的評量方面，皆 $P > .05$ 無顯著差異（如表 4-31 所示），這表示不同職業程度受訪民眾在忠誠度上要求皆相同的。

表 4-31 職業在忠誠度構面之差異分析表

構面	變項	職業	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
忠誠度	再購意願	1.學生	133	12.74	1.52	1.59	.162
		2.軍公教	64	12.81	1.22		
		3.上班族	165	12.68	1.46		
		4.自行開業	45	12.38	1.64		
		5.家庭主婦	78	12.79	1.29		
		6.其他	55	13.15	1.27		
		總和	540	12.75	1.43		
	向他人推薦	1.學生	133	15.59	3.11	1.88	.096
		2.軍公教	64	16.41	2.33		
		3.上班族	165	15.68	2.71		
		4.自行開業	45	15.56	2.3		
		5.家庭主婦	78	14.97	2.32		
		6.其他	55	15.53	3.62		
總和	540	15.62	2.81				

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

六、收入

不同收入對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知設施體驗與忠誠度達顯著水準 $p < .05$ （如表 4-32 所示）。顯示不同收入對設施體驗與忠誠度的看法是不相同的。故，本研究假設 H2-6、H3-6 收入在設施體驗與忠誠度差異應接受對立假設；H1-6 運動態度差異應接受虛無假設。月收入為無收入、19999 以下、20000-39999 元、40000-69999 元、70000-99999 元者之設施體驗顯著高於收入為 100000 以上者。

表 4-32 收入在各構面之差異分析表

構面	收入	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
運動態度	1.無收入	179	118.53	13.54	1.33	.250
	2.19999以下	83	119.07	13.68		
	3.20000-39999元	159	116.63	12.16		
	4.40000-69999元	103	119.13	12.44		
	5.70000-99999元	10	118.1	16.66		
	6.100000以上	6	108.17	24.87		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1.無收入	179	116.16	18.61	4.37	.001
	2.19999以下	83	119.7	15.5		
	3.20000-39999元	159	115.7	16.89		
	4.40000-69999元	103	116.95	16.78		
	5.70000-99999元	10	117.9	23.57		
	6.100000以上	6	85.67	28.21		
	總和	540	116.41	17.8		
忠誠度	1.無收入	179	27.88	3.59	2.37	.038
	2.19999以下	83	29.05	3.42		
	3.20000-39999元	159	28.29	3.14		
	4.40000-69999元	103	28.82	3.61		
	5.70000-99999元	10	29.3	3.23		
	6.100000以上	6	26	7.29		
	總和	540	28.36	3.51		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(一)不同收入對運動態度各變項上，除了「競爭與成就」.045、「紓解身心」.012、有顯著差異 $p < .05$ (如表 4-33 所示)其餘皆未達顯著差異的水準，這表示收入的高低對運動態度上「競爭與成就」、「紓解身心」會有不同的看法，其他皆相同。而月收入在 40000-69999 元之「紓解身心」態度顯著高於 100000 以上者；月收入在 19999 以下與 70000-99999 元者之「競爭成就」態度顯著高於 100000 以上者。

表 4 - 3 3 收入在運動態度構面之差異分析表

構面	變項	收入	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
運動 態度	人際 關係	1.無收入	179	179.00	12.82	0.80	0.553	
		2.19999 以下	83	83.00	12.71			
		3.20000-39999 元	159	159.00	12.50			
		4.40000-69999 元	103	103.00	12.79			
		5.70000-99999 元	10	10.00	12.20			
		6.100000 以上	6	6.00	12.17			
		總和	540	540.00	12.68			
紓解 身心		1.無收入	179	179.00	12.94	2.94	0.012	4 > 6
		2.19999 以下	83	83.00	12.35			
		3.20000-39999 元	159	159.00	12.69			
		4.40000-69999 元	103	103.00	13.18			
		5.70000-99999 元	10	10.00	12.60			
		6.100000 以上	6	6.00	11.83			
		總和	540	540.00	12.80			
適應 能力		1.無收入	179	179.00	37.93	1.59	0.160	
		2.19999 以下	83	83.00	37.87			
		3.20000-39999 元	159	159.00	36.75			
		4.40000-69999 元	103	103.00	37.85			
		5.70000-99999 元	10	10.00	38.00			
		6.100000 以上	6	6.00	35.67			
		總和	540	540.00	37.54			
競爭 成就		1.無收入	179	179.00	22.45	2.27	0.045	5,2 > 6
		2.19999 以下	83	83.00	23.54			
		3.20000-39999 元	159	159.00	22.40			
		4.40000-69999 元	103	103.00	22.18			
		5.70000-99999 元	10	10.00	23.50			
		6.100000 以上	6	6.00	18.50			
		總和	540	540.00	22.53			
知識 與長		1.無收入	179	179.00	20.73	1.24	0.290	
		2.19999 以下	83	83.00	21.23			
		3.20000-39999 元	159	159.00	20.82			
		4.40000-69999 元	103	103.00	21.08			
		5.70000-99999 元	10	10.00	20.70			
		6.100000 以上	6	6.00	18.67			
		總和	540	540.00	20.88			
美感 感受		1.無收入	179	179	11.66	1.03	0.400	
		2.19999 以下	83	83	11.37			
		3.20000-39999 元	159	159	11.48			
		4.40000-69999 元	103	103	12.04			
		5.70000-99999 元	10	10	11.10			
		6.100000 以上	6	6	11.33			
		總和	540	540	11.62			

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(二)在設施體驗的評量方面「情感交流」.000、「景觀規劃」.009， $P < .05$ 有顯著差異（如表 4-34 所示），其它未達顯著差異。這表示不同收入在設施體驗上「情感交流」、「景觀規劃」的要求會有所不同，而對於「清潔規劃」、「場地設施」與「活動規劃」的態度則是相同。

表 4-34 收入在設施體驗構面之差異分析表

構面	變項	收入	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
設施體驗	情感交流	1.無收入	179	41.96	6.94	7.15	0.000	1,2,3,4,5 > 6
		2.19999 以下	83	42.52	6.01			
		3.20000-39999 元	159	41.32	5.56			
		4.40000-69999 元	103	42.10	6.32			
		5.70000-99999 元	10	40.00	9.43			
		6.100000 以上	6	26.83	10.32			
		總和	540	41.68	6.57			
	清潔規劃	1.無收入	179	23.35	5.82	2.16	0.057	
		2.19999 以下	83	24.95	4.97			
		3.20000-39999 元	159	24.16	5.49			
		4.40000-69999 元	103	24.36	5.07			
		5.70000-99999 元	10	25.60	5.21			
		6.100000 以上	6	19.33	8.31			
		總和	540	24.02	5.50			
	場地設施	1.無收入	179	22.59	4.01	1.73	0.125	
		2.19999 以下	83	22.69	3.53			
		3.20000-39999 元	159	21.81	4.31			
		4.40000-69999 元	103	21.94	4.22			
		5.70000-99999 元	10	22.50	3.54			
		6.100000 以上	6	18.83	7.88			
		總和	540	22.21	4.13			
景觀規劃	1.無收入	179	18.31	4.38	3.08	0.009	1,2,3,4,5 > 6	
	2.19999 以下	83	19.11	3.53				
	3.20000-39999 元	159	18.59	3.73				
	4.40000-69999 元	103	18.56	3.18				
	5.70000-99999 元	10	18.70	4.62				
	6.100000 以上	6	12.83	5.67				
	總和	540	18.51	3.91				

(續下頁)

表 4-34 (續)

構面	變項	收入	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
	活動規劃	1.無收入	179	9.94	2.76	1.68	0.139	
		2.19999 以下	83	10.43	2.52			
		3.20000-39999 元	159	9.82	2.73			
		4.40000-69999 元	103	9.99	2.75			
		5.70000-99999 元	10	11.10	2.18			
		6.100000 以上	6	7.83	3.60			
		總和	540	9.99	2.72			

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

經事後比較後發現，月收入在 100000 以上者之「情感交流」體驗顯著低於其他。

(三)在忠誠度的評量方面「再購意願」.062， $p > 0.05$ 未達顯著差異(如表 4-35 所示)，「向他人推薦」達顯著差異，這表示不同收入受試者在忠誠度上除了「再購意願」的要求相同外，「向他人推薦」則是不相同的。

表 4-35 收入在忠誠度構面之差異分析表

構面	變項	收入	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
忠誠度	再購意願	1.無收入	179	12.77	1.48	2.12	.062
		2.19999 以下	83	13.05	1.31		
		3.20000-39999 元	159	12.65	1.36		
		4.40000-69999 元	103	12.73	1.32		
		5.70000-99999 元	10	12.6	1.51		
		6.100000 以上	6	11.33	3.44		
		總和	540	12.75	1.43		
	向他人推薦	1.無收入	179	15.12	3.04	2.49	.031
		2.19999 以下	83	16	2.66		
		3.20000-39999 元	159	15.64	2.54		
		4.40000-69999 元	103	16.09	2.79		
		5.70000-99999 元	10	16.7	2.21		
		6.100000 以上	6	14.67	4.08		
		總和	540	15.62	2.81		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

七、居住地

不同居住地對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知運動態度、設施體驗、忠誠度皆達顯著水準 $p < .05$ （如表 4-36 所示）。顯示不同居住地對運動態度、設施體驗、忠誠度的看法是不相同的。故，本研究假設 H1-7、H2-7、H3-7 居住地在運動態度、設施體驗、忠誠度差異應接受對立假設。經事後比較發現，居住於東區之運動者的運動態度、設施體驗、忠誠度顯著高於居住在西區和其他地區者。

表 4-36 居住地在各構面之差異分析表

構面	變項	收入	個數	平均數	標準差	F檢定
運動態度	1.西區	367	116.89	13.55	4.99	.007
	2.東區	100	121.38	12.5		2 >
	3.其他	73	119.27	11.43		1,3
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1.西區	367	114.51	17.7	9.34	.000
	2.東區	100	123.05	16.45		2 >
	3.其他	73	116.86	18.14		1,3
	總和	540	116.41	17.8		
忠誠度	1.西區	367	27.08	3.46	5.74	.003
	2.東區	100	29.41	3.45		2 >
	3.其他	73	28.37	3.63		1,3
	總和	540	28.36	3.51		

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

（一）不同居住地對運動態度各變項上，在「適應能力」.067、「美感的感受」.424、「知識與成長」.079、「紓解身心」.111、「人際

關係」0.537， $P > .05$ 無顯著差異（如表 4-37 所示）；在「競爭與成就」.001， $P < .05$ 達顯著差異。這表示不同居住地在運動態度上適應能力」、「美感的感受」、「知識與成長」、「紓解身心」、「人際關係」看法是相同。經事後比較發現，東區之運動者之「競爭成就」態度顯著高於西區者。

表 4-37 居住地在運動態度構面之差異分析表

構面	變項	居住地	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
運動態度	人際關係	1.西區	367	12.62	1.88	0.62	0.537	
		2.東區	100	12.85	1.95			
		3.其他	73	12.74	1.60			
		總和	540	12.68	1.86			
	紓解身心	1.西區	367	12.73	1.75	2.21	0.111	
		2.東區	100	13.13	1.64			
		3.其他	73	12.70	1.78			
		總和	540	12.80	1.74			
	適應能力	1.西區	367	37.24	4.81	2.72	0.067	
		2.東區	100	38.42	4.23			
		3.其他	73	37.81	4.08			
		總和	540	37.54	4.63			
競爭成就	1.西區	367	22.07	4.48	7.44	0.001	2 > 1	
	2.東區	100	23.84	3.69				
	3.其他	73	23.04	3.84				
	總和	540	22.53	4.31				
知識與成長	1.西區	367	20.69	2.73	2.54	0.079		
	2.東區	100	21.26	2.87				
	3.其他	73	21.29	2.96				
	總和	540	20.88	2.79				
美感感受	1.西區	367	11.53	2.49	0.86	0.424		
	2.東區	100	11.88	2.18				
	3.其他	73	11.70	2.25				
	總和	540	11.62	2.40				

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

(二)在設施體驗的評量方面, $p < .05$ 皆有顯著差異(如表 4-38 所示), 這表示不同居住地在設施體驗的要求是不相同。經事後比較發現, 居住東區之運動者的情感交流、清潔規劃、場地設施、景觀規劃、活動規劃的體驗高於居住於西區者。

表 4-38 居住地在設施體驗構面之差異分析表

構面	變項	居住地	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
設施體驗	情感交流	1.西區	367	41.23	6.46	5.72	0.000	2 > 1,3
		2.東區	100	43.67	6.52			
		3.其他	73	41.22	6.79			
		總和	540	41.68	6.57			
	清潔規劃	1.西區	367	23.55	5.46	5.04	0.009	2 > 1
		2.東區	100	25.45	5.00			
		3.其他	73	24.47	6.06			
		總和	540	24.02	5.50			
	場地設施	1.西區	367	21.80	4.14	10.08	0.000	2 > 1,3
		2.東區	100	23.85	3.80			
		3.其他	73	22.01	4.02			
		總和	540	22.21	4.13			
	景觀規劃	1.西區	367	18.17	4.13	4.89	0.008	2 > 1
		2.東區	100	19.49	3.28			
		3.其他	73	18.88	3.36			
		總和	540	18.51	3.91			
活動規劃	1.西區	367	9.76	2.70	4.19	0.021	2 > 1	
	2.東區	100	10.59	2.80				
	3.其他	73	10.29	2.61				
	總和	540	9.99	2.72				

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

(三)忠誠度的評量方面 $p < 0.05$ 有顯著差異 (如表 4-39 所示) , 這表示不同居住地在忠誠度的要求是不相同。而居住於東區的「向他人推薦」態度高於居住西區者。

表 4-39 居住地在忠誠度構面之差異分析表

構面	變項	收入	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性	
忠誠度	再購意願	1.西區	367	11.16	2.34	4.91	.008	
		2.東區	100	12.01	2.41			
		3.其他	73	11.38	2.51			
		總和	540	11.35	2.41			
	向他人推薦	1.西區	367	15.87	2.7	4.7	.009	
		2.東區	100	16.77	2.53			2 > 1
		3.其他	73	15.86	2.55			
		總和	540	16.04	2.67			

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

八、交通工具

不同交通工具對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較, 經單因子變異數分析得知運動態度、設施體驗、忠誠度皆未達顯著水準 $p > .05$ (如表 4-40 所示)。顯示不同交通工具對運動態度、設施體驗、忠誠度的看法是相同的。故, 本研究假設 H1-8、H2-8、H3-8 交通工具在運動態度、設施體驗、忠誠度差異應接受虛無假設。

表 4 - 4 0 交 通 工 具 在 各 構 面 之 差 異 分 析 表

構面	交通工具	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
運動態度	1.步行	53	114.77	14.35	1.26	.283
	2.腳踏車	124	119.09	14.41		
	3.自小客車	134	119.02	13.33		
	4.機車	223	117.62	12.31		
	5.其他	6	119.17	10.28		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1.步行	53	114.7	18.71	.38	.827
	2.腳踏車	124	117.4	18.23		
	3.自小客車	134	116.22	17.86		
	4.機車	223	116.23	17.5		
	5.其他	6	122	13.56		
	總和	540	116.41	187.8		
忠誠度	1.步行	53	28.77	3.43	.82	.514
	2.腳踏車	124	28.15	4.06		
	3.自小客車	134	28.68	3.32		
	4.機車	223	28.23	3.32		
	5.其他	6	27.17	3.31		
	總和	540	28.36	3.51		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(一) 不同交通工具對運動態度所有構面皆無顯著差異 $p > .05$ (如表 4 - 4 1 所示) 這表示交通工具在運動態度看法皆相同。

表 4-41 交通工具在運動態度構面之差異分析表

構面	變項	交通工具	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性比較
運度態度	適應能力	1.步行	53	12.38	2.03	0.85	0.496
		2.腳踏車	124	12.82	2.06		
		3.自小客車	134	12.71	1.85		
		4.機車	223	12.68	1.69		
		5.其他	6	11.83	1.94		
		總和	540	12.68	1.86		
		競爭與成就	1.步行	53	12.77		
2.腳踏車	124	13.06	1.72				
3.自小客車	134	12.68	1.77				
4.機車	223	12.76	1.69				
5.其他	6	11.83	1.94				
總和	540	12.80	1.74				
運動技能	1.步行	53	36.13	4.54	1.42	0.230	
2.腳踏車	124	37.81	5.14				
3.自小客車	134	37.60	4.41				
4.機車	223	37.65	4.45				
5.其他	6	38.33	5.01				
總和	540	37.54	4.63				
美感的感受	1.步行	53	21.32	4.28			1.87
2.腳踏車	124	22.91	4.65				
3.自小客車	134	22.90	4.26				
4.機車	223	22.33	4.15				
5.其他	6	24.17	1.94				
總和	540	22.53	4.31				
知識與成長	1.步行	53	20.81	2.90	0.74	0.560	
2.腳踏車	124	20.81	2.86				
3.自小客車	134	21.23	2.84				
4.機車	223	20.73	2.73				
5.其他	6	20.50	1.97				
總和	540	20.88	2.79				
紓解身心	1.步行	53	11.36	2.92			1.08
2.腳踏車	124	11.67	2.33				
3.自小客車	134	11.90	2.09				
4.機車	223	11.46	2.49				
5.其他	6	12.50	1.38				
總和	540	11.62	2.40				
人際關係	1.步行	53	12.38	2.03	0.85	0.491	
2.腳踏車	124	12.82	2.06				
3.自小客車	134	12.71	1.85				
4.機車	223	12.68	1.69				
5.其他	6	11.83	1.94				
總和	540	12.68	1.86				

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(二)在設施體驗的評量方面，各變相皆 $p > .05$ 無顯著差異(如表 4-42 所示)，表示不同交通工具在設施體驗上的要求是相同。

表 4-42 交通工具在設施體驗構面之差異分析

構面	變項	交通工具	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
設施體驗	情感交流	1.步行	53	40.15	7.30	1.02	0.392	
		2.腳踏車	124	42.19	6.43			
		3.自小客車	134	41.49	6.71			
		4.機車	223	41.83	6.40			
		5.其他	6	43.00	5.93			
		總和	540	41.68	6.57			
	清潔規劃	1.步行	53	23.47	5.39	0.62	0.650	
		2.腳踏車	124	24.48	4.99			
		3.自小客車	134	23.96	5.53			
		4.機車	223	23.88	5.84			
		5.其他	6	26.17	2.71			
		總和	540	24.02	5.50			
	場地設施	1.步行	53	22.02	3.66	0.24	0.921	
		2.腳踏車	124	22.23	4.49			
		3.自小客車	134	22.12	4.16			
		4.機車	223	22.26	4.04			
		5.其他	6	23.67	3.98			
		總和	540	22.21	4.13			
	景觀規劃	1.步行	53	18.89	3.72	0.22	0.932	
		2.腳踏車	124	18.55	4.01			
3.自小客車		134	18.34	3.76				
4.機車		223	18.52	4.06				
5.其他		6	18.00	1.26				
總和		540	18.51	3.91				
活動規劃	1.步行	53	10.17	2.35	1.27	0.280		
	2.腳踏車	124	9.95	3.07				
	3.自小客車	134	10.31	2.50				
	4.機車	223	9.74	2.75				
	5.其他	6	11.17	0.98				
	總和	540	9.99	2.72				

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

(三) 在忠誠度的評量方面，各變相皆 $p > .05$ 無顯著差異（如表 4-43 所示），這表示不同交通工具在「再購意願」、「向他人推薦」上的看法是相同的。

表 4-43 交通工具在忠誠度構面之差異分析表

構面	變項	交通工具	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
忠誠度	再購意願	1.步行	53	11.57	2.66	.960	.430
		2.腳踏車	124	11.14	2.75		
		3.自小客車	134	11.63	2.1		
		4.機車	223	11.24	2.35		
		5.其他	6	11.67	1.51		
		總和	540	11.35	2.41		
	向他人推薦	1.步行	53	16.53	2.47	.963	.427
		2.腳踏車	124	15.89	2.64		
		3.自小客車	134	16.09	2.59		
		4.機車	223	16.01	2.78		
		5.其他	6	14.67	2.16		
總和		540	16.04	2.67			

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

九、與誰一同前往

與誰一同前往對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知運動態度與忠誠度達顯著水準 $p < .05$ （如表 4-44 所示）。顯示與不同人一同前往運動公園對運動態度、忠誠度的看法是不相同的。故，本研究假設 H1-9、H3-9 與誰一同前往在運動態度、忠誠度差異應接受對立假設，H2-9 設施體驗差異未達顯著水準 $p > .05$ 應接受虛無假設。

表 4-44 與誰一同前往在各構面之差異分析表

構面	與誰一同前往	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
運動態度	1.單獨一人	118	115.53	13.7	3.45	.017
	2.家人親戚	196	117.55	12.93		
	3.朋友同事	208	120.12	12.94		
	4.其他	18	115.83	12.9		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1.單獨一人	118	116.99	17.87	.24	.871
	2.家人親戚	196	115.98	16.69		
	3.朋友同事	208	116.72	18.92		
	4.其他	18	113.72	16.8		
	總和	540	116.41	17.8		
忠誠度	1.單獨一人	118	28.59	3.37	3.29	.021
	2.家人親戚	196	28.85	3.18		
	3.朋友同事	208	27.8	3.81		
	4.其他	18	28.06	3.57		
	總和	540	28.36	3.51		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(一) 在與誰一同前往對運動態度各變項上，在「競爭與成就」.000、「知識與成長」.041、「人際關係」.000， $p < .05$ 有顯著差異外（如表 4-45 所示），其他「適應能力」、「運動技能」、「美感的感受」、「紓解身心」變項皆無顯著差異。這表示與誰一同前往在運動態度上除了「競爭與成就」、「知識與成長」、「人際關係」的要求會有所不同外，其他皆相同。經事後比較，發現與朋友同事共同前往者之「人際關係」態度顯著高於其他者；與朋友同事共同前往者之「競爭成就」態度顯著高於單獨一人者。

表 4-45 與誰一同前往在運動態度構面之差異分析表

構面	變項	與誰一同前往	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
運動態度	人際關係	1.單獨一人	118	12.53	1.90	5.04	0.000	3 > 4
		2.家人親戚	196	12.41	1.96			
		3.朋友同事	208	13.06	1.68			
		4.其他	18	12.22	1.77			
		總和	540	12.68	1.86			
	紓解身心	1.單獨一人	118	12.59	1.90	1.34	0.257	
		2.家人親戚	196	12.82	1.70			
		3.朋友同事	208	12.94	1.64			
		4.其他	18	12.39	2.06			
		總和	540	12.80	1.74			
	適應能力	1.單獨一人	118	37.31	4.69	0.77	0.511	
		2.家人親戚	196	37.29	4.54			
		3.朋友同事	208	37.92	4.70			
		4.其他	18	37.22	4.40			
		總和	540	37.54	4.63			
	競爭成就	1.單獨一人	118	21.27	4.46	7.78	0.000	3 > 1
		2.家人親戚	196	22.22	4.43			
		3.朋友同事	208	23.54	3.96			
		4.其他	18	22.39	3.33			
		總和	540	22.53	4.31			
知識與成長	1.單獨一人	118	20.26	2.97	2.79	0.041		
	2.家人親戚	196	21.12	2.72				
	3.朋友同事	208	21.03	2.70				
	4.其他	18	20.44	3.09				
	總和	540	20.88	2.79				
美感感受	1.單獨一人	118	11.57	2.71	0.28	0.842		
	2.家人親戚	196	11.68	2.27				
	3.朋友同事	208	11.63	2.41				
	4.其他	18	11.17	1.58				
	總和	540	11.62	2.40				

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(二) 在設施體驗的評量方面，各構面 p 值分別為，在「情感交流」.38、「清潔規劃」.09、「場地設施」.70、「景觀規劃」.71、「活動規劃」.59，呈現 $p > .05$ 無顯著差異（如表 4-46 所示）。這表示與誰一同前往在設施體驗各構面的要

求皆相同。

表 4 - 4 6 與誰一同前往在設施體驗構面之差異分析

構面	變項	與誰一同前往	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性	比較
設施體驗	情感交流	1.單獨一人	118	40.91	6.94	1.04	0.386	
		2.家人親戚	196	41.66	6.31			
		3.朋友同事	208	42.20	6.65			
		4.其他	18	41.00	6.11			
		總和	540	41.68	6.57			
	清潔規劃	1.單獨一人	118	25.10	5.39	2.14	0.094	
		2.家人親戚	196	23.58	5.12			
		3.朋友同事	208	23.91	5.85			
		4.其他	18	23.11	5.60			
		總和	540	24.02	5.50			
	場地設施	1.單獨一人	118	22.36	3.79	0.47	0.701	
		2.家人親戚	196	22.31	3.84			
		3.朋友同事	208	22.12	4.59			
		4.其他	18	21.22	3.90			
		總和	540	22.21	4.13			
	景觀規劃	1.單獨一人	118	18.60	3.61	0.46	0.710	
		2.家人親戚	196	18.28	4.03			
		3.朋友同事	208	18.71	4.06			
		4.其他	18	18.22	2.84			
		總和	540	18.51	3.91			
活動規劃	1.單獨一人	118	10.02	2.66	0.64	0.597		
	2.家人親戚	196	10.16	2.59				
	3.朋友同事	208	9.79	2.96				
	4.其他	18	10.17	1.42				
	總和	540	9.99	2.72				

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(三)在忠誠度的評量方面皆無顯著差異(如表4-47所示),這表示與誰一同前往受訪民眾者在忠誠度上看法是相同。

表 4 - 4 7 與 誰 一 同 前 往 在 忠 誠 度 構 面 之 差 異 分 析 表

構面	變項	與誰一同前往	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
忠誠度	再購意願	1.單獨一人	118	11.31	2.43	.95	.418
		2.家人親戚	196	11.56	2.18		
		3.朋友同事	208	11.16	2.6		
		4.其他	18	11.56	2.5		
		總和	540	11.35	2.41		
	向他人推薦	1.單獨一人	118	16.09	2.66	.85	.467
		2.家人親戚	196	16.23	2.67		
		3.朋友同事	208	15.86	2.7		
		4.其他	18	15.61	2.35		
		總和	540	16.04	2.67		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

十、使用設施

不同的使用設施對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知運動態度 ($p=.000 < .05$) 達顯著差異水準，設施體驗與忠誠度未達顯著水準 $p > .05$ (如表 4-48 所示)。顯示不同使用設施對設施體驗與忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H2-10、H3-10 使用設施在設施體驗與忠誠度差異應接受虛無假設，H1-10 運動態度差異應接受對立假設。經事後比較後發現，使用籃球場、網球場與足球場之運動者之運動態度顯著高於綠地與其他。

表 4 - 4 8 使用設施在各構面之差異分析表

構面	使用設施	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
運動態度	1.網球場	44	121.34	13.75	4.04	.000
	2.籃球場	163	121.02	12.55	1,2,3 > 9,10	
	3.足球場	34	120.97	16.37		
	4.溜冰場	45	120.8	11.4		
	5.兒童遊戲場	28	118.07	12.81		
	6.極限運動場	4	112.25	26.94		
	7.木球場	5	119.4	6.5		
	8.槌球場	5	114.2	18.4		
	9.綠地	149	114.59	12.44		
	10其他	63	113.21	11.74		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1.網球場	44	118.45	16.74	1.76	.073
	2.籃球場	163	118.72	18.07		
	3.足球場	34	109.71	20.07		
	4.溜冰場	45	114.93	19.36		
	5.兒童遊戲場	28	121.82	21.98		
	6.極限運動場	4	115.25	24.36		
	7.木球場	5	116.6	7.3		
	8.槌球場	5	127	18.07		
	9.綠地	149	113.97	15.49		
	10其他	63	116.27	16.34		
	總和	540	116.41	17.8		
忠誠度	1.網球場	44	28.68	3.52	1.46	.158
	2.籃球場	163	28.17	3.78		
	3.足球場	34	28.21	4.48		
	4.溜冰場	45	28.29	3.51		
	5.兒童遊戲場	28	29.89	3.22		
	6.極限運動場	4	28.25	2.87		
	7.木球場	5	28.2	1.1		
	8.槌球場	5	24.6	5.13		
	9.綠地	149	28.54	3.25		
	10其他	63	28	2.74		
	總和	540	28.36	3.51		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(一) 不同的使用設施對運動態度各變項上，在「人際關係」.00、「適應能力」.01、「競爭成就」.00構面之 p 值 ($p < .05$) 有顯著差異外(如表 4-49 所示)，其他「紓解身心」、「美感的感受」、「知識與成長」、「紓解身心」變項皆無顯著差異。這表示使用設施在休閒運動態度上除了「人際關係」、「適應能力」、「競爭成就」的要求會有所不同外，其他皆相同。

表 4-49 使用設施在運動態度構面之差異分析表

構面	變項	使用設施	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
運度 態度	人際關 係	1.網球場	44	13.02	1.68	2.93	0.002	
		2.籃球場	163	13.12	1.56			
		3.足球場	34	13.06	2.13			
		4.溜冰場	45	12.64	2.04			
		5.兒童遊戲場	28	12.50	2.41			
		6.極限運動場	4	12.25	2.63			
		7.木球場	5	13.20	2.05			
		8.檣球場	5	12.80	2.86			
		9.綠地	149	12.28	1.79			
		10 其他	63	12.13	1.89			
		總和	540	12.68	1.86			
紓解身 心	紓解身 心	1.網球場	44	12.93	1.56	1.68	0.091	
		2.籃球場	163	13.02	1.66			
		3.足球場	34	12.91	2.09			
		4.溜冰場	45	13.00	1.45			
		5.兒童遊戲場	28	12.96	1.69			
		6.極限運動場	4	13.75	1.50			
		7.木球場	5	13.60	1.52			
		8.檣球場	5	12.80	1.48			
		9.綠地	149	12.60	1.84			
		10 其他	63	12.22	1.75			
		總和	540	12.80	1.74			
適應能 力	適應能 力	1.網球場	44	38.36	4.91	2.64	0.005	1,3,4, 7 > 6
		2.籃球場	163	38.15	4.29			
		3.足球場	34	38.29	5.18			
		4.溜冰場	45	38.58	4.34			
		5.兒童遊戲場	28	38.04	4.49			
		6.極限運動場	4	32.50	10.47			
		7.木球場	5	39.40	3.44			

(續下頁)

表 4 - 49 (續)

構面	變項	使用設施	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
		8.檯球場	5	35.80	5.50			
		9.綠地	149	36.56	4.75			
		10 其他	63	36.60	3.89			
		總和	540	37.54	4.63			
競爭成就	1.網球場	44	23.98	3.25	8.62	0.000	1,2,3 >7	
	2.籃球場	163	24.18	3.43				
	3.足球場	34	23.47	4.74				
	4.溜冰場	45	23.20	3.79				
	5.兒童遊戲場	28	22.18	4.07				
	6.極限運動場	4	21.25	4.99				
	7.木球場	5	19.60	1.52				
	8.檯球場	5	22.00	8.37				
	9.綠地	149	20.91	4.25				
	10 其他	63	20.57	4.93				
	總和	540	22.53	4.31				
知識與成長	1.網球場	44	21.45	2.91	1.04	0.410		
	2.籃球場	163	20.85	2.81				
	3.足球場	34	21.26	3.09				
	4.溜冰場	45	21.60	2.29				
	5.兒童遊戲場	28	20.68	2.75				
	6.極限運動場	4	21.00	4.24				
	7.木球場	5	21.80	2.49				
	8.檯球場	5	20.20	3.19				
	9.綠地	149	20.66	2.94				
	10 其他	63	20.40	2.35				
	總和	540	20.88	2.79				
美感感受	1.網球場	44	11.59	2.58	0.37	0.951		
	2.籃球場	163	11.69	2.32				
	3.足球場	34	11.97	2.50				
	4.溜冰場	45	11.78	1.94				
	5.兒童遊戲場	28	11.71	2.21				
	6.極限運動場	4	11.50	5.20				
	7.木球場	5	11.80	0.45				
	8.檯球場	5	10.60	3.91				
	9.綠地	149	11.58	2.29				
	10 其他	63	11.29	2.85				
	總和	540	11.62	2.40				

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

經事後比較後發現，使用網球場、足球場、溜冰場、木球場運動者之「人際關係」態度顯著高於極限運動場者。使用網球場、籃球場、足球場運動者之「競爭成就」態度顯著高於極限運動場者。

(二)在設施體驗的評量方面「情感交流」.011, $p < .05$ 有顯著差異外，其他變項「清潔規劃」、「場地設施」、「景觀規劃」、「活動規劃」皆無顯著差異（如表 4-50 所示）。這表示不同使用設施在設施體驗上「情感交流」的要求不相同外，其他變項皆相同。

表 4 - 5 0 使用設施在設施體驗構面之差異分析

構面	變項	使用設施	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
設施體驗	情感交流	1.網球場	44	43.73	5.89	2.43	0.011	
		2.籃球場	163	42.55	6.25			
		3.足球場	34	39.29	9.10			
		4.溜冰場	45	42.56	6.59			
		5.兒童遊戲場	28	43.14	7.88			
		6.極限運動場	4	39.25	6.50			
		7.木球場	5	42.60	4.77			
		8.槌球場	5	43.80	7.56			
		9.綠地	149	40.42	6.24			
		10 其他	63	40.89	5.73			
		總和	540	41.68	6.57			
	清潔規劃	1.網球場	44	24.95	5.31	1.69	0.091	
		2.籃球場	163	24.52	5.47			
		3.足球場	34	22.82	6.22			
		4.溜冰場	45	22.44	5.47			
		5.兒童遊戲場	28	25.64	5.42			
		6.極限運動場	4	25.25	7.37			
		7.木球場	5	24.40	4.39			
		8.槌球場	5	27.20	2.77			
		9.綠地	149	23.32	5.18			
		10 其他	63	24.44	5.96			
		總和	540	24.02	5.50			
	場地設施	1.網球場	44	21.48	4.42	1.32	0.231	
		2.籃球場	163	22.45	4.40			
		3.足球場	34	21.24	5.00			
		4.溜冰場	45	21.67	4.38			
		5.兒童遊戲場	28	23.04	4.61			
		6.極限運動場	4	21.00	4.55			
		7.木球場	5	23.00	2.74			
		8.槌球場	5	26.00	3.81			
		9.綠地	149	22.04	3.41			
		10 其他	63	22.75	3.83			
		總和	540	22.21	4.13			

(續下頁)

表 4-50(續)

構面	變項	使用設施	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
	景觀規劃	1.網球場	44	18.84	3.28	1.20	0.290	
		2.籃球場	163	18.83	4.03			
		3.足球場	34	17.06	4.36			
		4.溜冰場	45	18.24	3.72			
		5.兒童遊戲場	28	19.64	4.60			
		6.極限運動場	4	19.75	6.70			
		7.木球場	5	18.00	1.87			
		8.槌球場	5	20.00	4.69			
		9.綠地	149	18.37	3.60			
		10 其他	63	18.10	4.11			
		總和	540	18.51	3.91			
	活動規劃	1.網球場	44	9.45	2.97	1.06	0.390	
		2.籃球場	163	10.36	2.87			
		3.足球場	34	9.29	2.71			
		4.溜冰場	45	10.02	2.62			
		5.兒童遊戲場	28	10.36	2.84			
		6.極限運動場	4	10.00	1.83			
		7.木球場	5	8.60	4.16			
		8.槌球場	5	10.00	5.00			
		9.綠地	149	9.81	2.54			
10 其他		63	10.10	2.26				
	總和	540	9.99	2.72				

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(三) 在忠誠度的評量方面「在購意願」.012, $p < 0.05$ 有顯著差異, 「向他人推薦」無顯著差異(如表 4-51 所示), 這表示不同使用設施的受訪民眾在忠誠度上「在購意願」的要求有不相同, 「向他人推薦」是相同的。

表 4-51 使用設施在忠誠度構面之差異分析表

構面	變項	使用設施	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
忠誠度	再購意願	1.網球場	44	11.36	2.46	2.37	.012
		2.籃球場	163	11.39	2.62		
		3.足球場	34	11.56	2.45		
		4.溜冰場	45	11.22	2.19		
		5.兒童遊戲場	28	12.57	2.03		
		6.極限運動場	4	11	1.41		
		7.木球場	5	11.6	.55		
		8.槌球場	5	7.8	4.44		
		9.綠地	149	11.38	2.29		
		10其他	63	10.89	2.07		
		總和	540	11.35	2.41		
	向他人推薦	1.網球場	44	16	3	.44	.914
		2.籃球場	163	15.96	2.6		
		3.足球場	34	16.15	2.58		
		4.溜冰場	45	15.76	2.76		
		5.兒童遊戲場	28	15.86	2.69		
		6.極限運動場	4	16.	2.08		
		7.木球場	5	16.8	.84		
		8.槌球場	5	14.6	2.88		
		9.綠地	149	16.27	2.82		
		10其他	63	15.95	2.34		
		總和	540	16.04	2.67		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

十一、從事休閒時間

不同休閒時間對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知運動態度與忠誠度皆未達顯著水準 $p > .05$ (如表 4-52 所示)。顯示不同休閒時間對運動態度與忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H1-11、H3-11 休閒時間在運動態度與忠誠度差異應接受虛無假設，H2-11 設施體驗差異應接受對立假設。

表 4-52 休閒時間在各構面之差異分析表

構面	休閒時間	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
運動態度	1.上午5:01到 8:00點	87	115.4	13.37	2.54	.056
	2.上午8:01到 12:00點	31	117.16	13.33		
	3.中午12:01到 4:00點	49	121.73	14.11		
	4.下午4:01到 8:00點	373	118.25	12.93		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1.上午5:01到 8:00點	87	114.23	15.81	6.14	.000
	2.上午8:01到 12:00點	31	124.55	13.99		
	3.中午12:01到 4:00點	49	123.86	18.8		
	4.下午4:01到 8:00點	373	115.27	18.02		
	總和	540	116.41	17.8		
忠誠度	1.上午5:01到 8:00點	87	28.63	3.2	1.67	.172
	2.上午8:01到 12:00點	31	28.23	3.75		
	3.中午12:01到 4:00點	49	29.31	3.25		
	4.下午4:01到 8:00點	373	28.19	3.58		
	總和	540	28.36	3.51		

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

(一) 不同休閒時間對運動態度各變項之 p 值，在「競爭與成就」.00、「知識與成長」.04，p < .05 有顯著差異外（如表 4-53 所示），其他如「適應能力」、「美感的感受」、「紓解身心」、「人際關係」變項皆無顯著差異。這表示運動態度在休閒時間上除了「競爭與成就」與「知識與成長」的要求會有所不同外，其他皆相同。

表 4 - 5 3 休 閒 時 間 在 運 動 態 度 構 面 之 差 異 分 析 表

構面	變項	休閒時間	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較	
運度態 度	人際關 係	1.上午 5:01 到 8:00 點	87	12.63	1.79	0.54	0.66		
		2.上午 8:01 到 12:00 點	31	12.81	1.42				
		3.中午 12:01 到 4:00 點	49	12.98	2.39				
		4.下午 4:01 到 8:00 點	373	12.64	1.83				
		總和	540	12.68	1.86				
		總和	540	12.68	1.86				
	紓解身 心	1.上午 5:01 到 8:00 點	87	12.64	1.90	0.65	0.59		
		2.上午 8:01 到 12:00 點	31	12.65	2.23				
		3.中午 12:01 到 4:00 點	49	13.04	1.76				
		4.下午 4:01 到 8:00 點	373	12.82	1.65				
		總和	540	12.80	1.74				
		總和	540	12.80	1.74				
適應能 力	適應能 力	1.上午 5:01 到 8:00 點	87	37.14	4.67	0.38	0.76		
		2.上午 8:01 到 12:00 點	31	37.16	5.04				
		3.中午 12:01 到 4:00 點	49	37.82	4.91				
		4.下午 4:01 到 8:00 點	373	37.62	4.56				
		總和	540	37.54	4.63				
		總和	540	37.54	4.63				
	競爭成 就	競爭成 就	1.上午 5:01 到 8:00 點	87	21.03	5.01	7.72	0.00	3 > 1.2
			2.上午 8:01 到 12:00 點	31	21.10	4.41			
			3.中午 12:01 到 4:00 點	49	24.18	4.02			
			4.下午 4:01 到 8:00 點	373	22.77	4.04			
			總和	540	22.53	4.31			
			總和	540	22.53	4.31			

(續下頁)

表 4-53(續)

構面	變項	休閒時間	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
知識與成長		1.上午 5:01 到 8:00 點	87	20.38	3.10	2.70	0.04	3 > 1
		2.上午 8:01 到 12:00 點	31	21.10	2.97			
		3.中午 12:01 到 4:00 點	49	21.78	2.82			
		4.下午 4:01 到 8:00 點	373	20.86	2.68			
		總和	540	20.88	2.79			
		美感感受	1.上午 5:01 到 8:00 點	87	11.57			
2.上午 8:01 到 12:00 點	31	12.35	2.12					
3.中午 12:01 到 4:00 點	49	11.94	2.97					
4.下午 4:01 到 8:00 點	373	11.53	2.35					
總和	540	11.62	2.40					

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

經事後比較發現，中午 12:01 到 4:00 點來運動者之「競爭成就」態度顯著高於上午 5:01 到 8:00 點、上午 8:01 到 12:00 點者；而中午 12:01 到 4:00 點來運動者之「知識與成長」態度顯著高於上午 5:01 到 8:00 點者

(二) 在設施體驗的評量方面除了「活動規劃」.10, $p > .05$ 無顯著差異外，其他變項「情感交流」、「清潔規劃」、「場地設施」、「景觀規劃」皆有顯著差異(如表 4-54 所示)。這表示不同休閒時間在設施體驗上除了「活動規劃」的要求相同外，其他變項皆不相同。

表 4-54 休閒時間在設施體驗構面之差異分析

構面	變項	休閒時間	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性	比較
設施 體驗	情感交流	1.上午5:01到8:00點	87	41.87	6.07	3.42	0.020	3 > 4
		2.上午8:01到12:00點	31	43.23	5.85			
		3.中午12:01到4:00點	49	44.04	6.24			
		4.下午4:01到8:00點	373	41.20	6.72			
		總和	540	41.68	6.57			
	清潔規劃	1.上午5:01到8:00點	87	23.59	4.74	3.64	0.011	3 > 1
		2.上午8:01到12:00點	31	26.74	4.43			
		3.中午12:01到4:00點	49	25.08	6.23			
		4.下午4:01到8:00點	373	23.76	5.59			
		總和	540	24.02	5.50			
	場地設施	1.上午5:01到8:00點	87	21.82	3.81	4.72	0.000	2 > 1
		2.上午8:01到12:00點	31	23.97	3.89			
		3.中午12:01到4:00點	49	23.67	4.02			
		4.下午4:01到8:00點	373	21.96	4.18			
		總和	540	22.21	4.13			
	景觀規劃	1.上午5:01到8:00點	87	17.29	4.09	8.67	0.000	3,2 > 1
2.上午8:01到12:00點		31	20.29	2.83				
3.中午12:01到4:00點		49	20.27	4.07				
4.下午4:01到8:00點		373	18.42	3.81				
總和		540	18.51	3.91				
活動規劃	1.上午5:01到8:00點	87	9.67	2.39	2.07	0.104		
	2.上午8:01到12:00點	31	10.32	2.66				
	3.中午12:01到4:00點	49	10.80	3.20				
	4.下午4:01到8:00點	373	9.93	2.72				
	總和	540	9.99	2.72				

*p<.05 ; **p<.01 ; ***p<.001

資料來源：本研究整理

經事後比較發現，中午 12:01 到 4:00 點運動者之「情感交流」體驗顯著高於下午 4:01 到 8:00 點者；中午 12:01 到 4:00 點運動者之「清潔規劃」體驗顯著高於上午 5:01 到 8:00 點者；上午 8:01 到 12:00 點運動者之「場地設施」體驗顯著高於上午 5:01 到 8:00 點者；中午 12:01 到 4:00 點與上午 8:01

到 12:00 點運動者之「景觀規劃」體驗顯著高於上午 5:01 到 8:00 點者。

(三)在忠誠度的評量方面「在購意願」.039, $p < 0.05$ 有顯著差異,「向他人推薦」.069無顯著差異(如表 4-51 所示),這表示不同使用設施的受訪民眾在忠誠度上「在購意願」的要求有不相同,「向他人推薦」是相同的。

表 4-55 使用設施在忠誠度構面之差異分析表

構面	變項	使用設施	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
忠誠度	再購意願	1.上午5:01到8:00點	87	12.98	1.36	2.80	.039
		2.上午8:01到12:00點	31	13.25	1.23		
		3.中午12:01到4:00點	49	12.77	1.41		
		4.下午4:01到8:00點	373	12.64	1.44		
		總和	540	12.74	1.42		
	向他人推薦	1.上午5:01到8:00點	87	15.64	2.58	2.38	.069
		2.上午8:01到12:00點	31	14.96	3.15		
		3.中午12:01到4:00點	49	16.53	2.70		
		4.下午4:01到8:00點	373	15.54	2.82		
		總和	540	15.61	2.81		

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

十二、運動頻率

不同運動頻率對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異

比較，經單因子變異數分析得知運動態度、設施體驗與忠誠度皆未達顯著水準 $p > .05$ (如表 4-56 所示)。顯示不同參與時間對運動態度、設施體驗、忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H1-12、H2-12、H3-12 運動頻率在運動態度、設施體驗、忠誠度無顯著差異應接受虛無假設。

表 4-56 運動頻率在各構面之差異分析表

構面	參與時間	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
運動態度	1.每天都來	105	115.82	13.45	1.429	.223
	2.二天來一次	100	117.64	12.51		
	3.每週來一次(平日)	77	118.16	12.20		
	4.假日才來	170	119.68	14.19		
	5.偶而來一次	88	117.86	12.27		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1.每天都來	105	116.20	17.99	1.91	.107
	2.二天來一次	100	118.27	16.50		
	3.每週來一次(平日)	77	119.01	17.38		
	4.假日才來	170	113.56	18.73		
	5.偶而來一次	88	117.76	17.11		
	總和	540	116.41	17.80		
忠誠度	1.每天都來	105	28.62	3.46	.71	.584
	2.二天來一次	100	28.14	3.55		
	3.每週來一次(平日)	77	28.72	3.39		
	4.假日才來	170	28.10	3.55		
	5.偶而來一次	88	28.48	3.56		
	總和	540	28.36	3.51		

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

(一) 不同運動頻率對運動態度各變項之 p 值，在「競爭與成就」.001， $p < .05$ 有顯著差異外（如表 4-57 所示），其他如「人際關係」、「知識與成長」、「適應能力」、「美感的感受」、「紓解身心」變項皆無顯著差異。這表示運動態度在運動頻率上除了「競爭與成就」的要求會有所不同外，其他皆相同。經事後比較發現，每週來一次（平日）與假日才來者之「競爭成就」態度顯著高於每天都來者。

表 4 - 5 7 運 動 頻 率 在 運 動 態 度 構 面 之 差 異 分 析 表

構面	變項	休閒時間	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性	比較
運動態度	人際關係	1.每天都來	105	12.79	1.81	.392	.814	
		2.二天來一次	100	12.62	1.65			
		3.每週來一次(平日)	77	12.67	1.75			
		4.假日才來	170	12.57	2.06			
		5.偶而來一次	88	12.82	1.82			
		總和	540	12.68	1.85			
	紓解身心	1.每天都來	105	12.91	1.59	.900	.464	
		2.二天來一次	100	12.86	1.79			
		3.每週來一次(平日)	77	12.64	1.95			
		4.假日才來	170	12.90	1.72			
		5.偶而來一次	88	12.54	1.65			
		總和	540	12.80	1.73			
	適應能力	1.每天都來	105	37.00	4.89	1.606	.171	
		2.二天來一次	100	37.18	4.00			
		3.每週來一次(平日)	77	37.35	4.42			
		4.假日才來	170	38.25	4.91			
		5.偶而來一次	88	37.32	4.50			
		總和	540	37.53	4.62			
	競爭成就	1.每天都來	105	20.97	5.18	4.841	.001	3,4 >1
		2.二天來一次	100	22.58	3.85			
3.每週來一次(平日)		77	23.25	3.76				
4.假日才來		170	23.08	4.13				
5.偶而來一次		88	22.59	4.06				
總和		540	22.52	4.30				
知識與成長	1.每天都來	105	20.58	2.70	1.878	.113		
	2.二天來一次	100	20.92	2.72				
	3.每週來一次(平日)	77	20.29	2.94				
	4.假日才來	170	21.23	2.88				
	5.偶而來一次	88	21.00	2.59				
	總和	540	20.87	2.79				
美感感受	1.每天都來	105	11.56	2.59	.440	.780		
	2.二天來一次	100	11.48	2.55				
	3.每週來一次(平日)	77	11.93	1.89				
	4.假日才來	170	11.62	2.46				
	5.偶而來一次	88	11.56	2.28				
	總和	540	11.62	2.40				

*p<.05 ; **p<.01 ; ***p<.001

資料來源：本研究整理

(二) 不同運動頻率對設施體驗各變項中,「清潔規劃」、「景觀規劃」與「活動規劃」有顯著差異 $P < .05$ (如表 4-58 所示); 而「情感交流」與「場地設施」則不存在顯著差異。經事後比較發現,二天來一次與每週來一次(平日)之運動者在「清潔規劃」知體驗顯著高於假日才來者; 偶而來一次與二天來一次者之「景觀規劃」體驗顯著高於假日才來者; 每週來一次(平日)與偶而來一次者之「活動規劃」顯著高於二天來一次者。

表 4-58 運動頻率在設施體驗構面之差異分析表

構面	變項	休閒時間	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性	比較
設施體驗	情感交流	1.每天都來	105	42.06	6.93	1.295	.271	
		2.二天來一次	100	41.88	5.77			
		3.每週來一次(平日)	77	42.85	5.83			
		4.假日才來	170	40.96	7.01			
		5.偶而來一次	88	41.34	6.65			
		總和	540	41.67	6.57			
	清潔規劃	1.每天都來	105	23.78	5.47	3.589	.007	3,2>4
		2.二天來一次	100	25.20	5.11			
		3.每週來一次(平日)	77	24.98	4.92			
		4.假日才來	170	22.92	5.91			
		5.偶而來一次	88	24.26	5.29			
		總和	540	24.02	5.50			
	場地設施	1.每天都來	105	22.25	3.92	.501	.735	
		2.二天來一次	100	22.59	3.93			
		3.每週來一次(平日)	77	22.10	4.14			
4.假日才來		170	21.90	4.37				
5.偶而來一次		88	22.39	4.14				
總和		540	22.20	4.13				
景觀規劃	1.每天都來	105	18.42	4.37	2.546	.039	5,2>4	
	2.二天來一次	100	19.25	3.71				
	3.每週來一次(平日)	77	18.40	3.88				
	4.假日才來	170	17.87	3.95				
	5.偶而來一次	88	19.09	3.30				
	總和	540	18.51	3.91				

(續下頁)

表4-58 (續)

構面	變項	休閒時間	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性	比較
	活動規劃	1.每天都來	105	9.67	2.47	4.437	.002	3,5>2
		2.二天來一次	100	9.35	2.92			
		3.每週來一次(平日)	77	10.66	2.49			
		4.假日才來	170	9.89	2.89			
		5.偶而來一次	88	10.67	2.37			
		總和	540	9.98	2.72			

*p<.05; **p<.01; ***p<.001

資料來源：本研究整理

(三) 運動頻率在忠誠度的評量方面皆無顯著差異(如表4-59所示),這表示不同運動頻率的受訪民眾在忠誠度上要求皆是相同的。

表 4 - 5 9 運動頻率在忠誠度構面之差異分析表

構面	變項	運動頻率	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
忠誠度	再購意願	1.每天都來	105	11.31	2.56	1.66	.159
		2.二天來一次	100	10.97	2.58		
		3.每週來一次(平日)	77	11.83	2.22		
		4.假日才來	170	11.26	2.32		
		5.偶而來一次	88	11.58	2.36		
		總和	540	11.35	2.41		
	向他人推薦	1.每天都來	105	16.2	2.6	.86	.489
		2.二天來一次	100	16.16	2.75		
		3.每週來一次(平日)	77	16.36	2.45		
		4.假日才來	170	15.85	2.64		
		5.偶而來一次	88	15.77	2.87		
		總和	540	16.04	2.67		

*p<.05; **p<.01; ***p<.001

資料來源：本研究整理

十三、參與時間

不同參與時間對運動態度、設施體驗、忠誠度之差異比較,經單因子變異數分析得知設施體驗與忠誠度皆未達顯著

水準 $p > .05$ (如表 4-60 所示)。顯示不同參與時間對設施體驗、忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H2-13、H3-13 參與時間在設施體驗、忠誠度差異應接受虛無假設，H1-13 運動態度差異應接受對立假設。

表 4 - 6 0 參 與 時 間 在 各 構 面 之 差 異 分 析 表

構面	參與時間	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
運動態度	1.1小時內	52	112.9	15.77	18.27	.000
	2.1~2小時	238	114.02	11.51		
	3.2~3小時	197	122.98	12.01		
	4.4~5小時	38	122.26	14.72		
	5.5小時以上	15	124.13	12.44		
	總和	540	118.04	13.19		
設施體驗	1.1小時內	52	114.85	16.32	1.78	.131
	2.1~2小時	238	114.46	16.86		
	3.2~3小時	197	118.44	18.1		
	4.4~5小時	38	118.97	22.82		
	5.5小時以上	15	119.6	16.92		
	總和	540	116.41	17.8		
忠誠度	1.1小時內	52	28.15	3.3	1.2	.309
	2.1~2小時	238	28.06	3.23		
	3.2~3小時	197	28.79	3.74		
	4.4~5小時	38	28.39	4.16		
	5.5小時以上	15	28.27	3.61		
	總和	540	28.36	3.51		

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

(一) 不 同 參 與 時 間 對 運 動 態 度 各 變 項 皆 有 顯 著 差 異 $P < .05$ (如 表 4 - 6 1 所 示)。這 表 示 參 與 時 間 在 運 動 態 度 的 要 求 會 有 所 不 同。經 事 後 比 較 後 發 現，在 運 動 態 度 各 構 面 上，參 與 時 間 5 小 時 以 上 者 之 「 人 際 關 係 」 態 度 顯 著 高 於 1

小時內與 1-2 小時者；2-3 小時者之「紓解身心」態度顯著高於 1 小時內者；在「適應能力」態度上 5 小時以上者高於 1-2 小時者、2-3 小時者、4-5 小時者高於 1 小時內者；在競爭成就態度上，4-5 小時者高於 1 小時內者與 1-2 小時者；在知識與成長態度上，5 小時以上者高於 1 小時內者與 1-2 小時者；在美感感受態度上，4-5 小時者高於 1 小時內者。

表 4 - 6 1 參 與 時 間 在 運 動 態 度 構 面 之 差 異 分 析 表

構面	變項	參與時間	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
運 度 態 度	人際關係	1.1 小時內	52	12.35	2.02	6.93	0.00	5 > 1,2
		2.1~2 小時	238	12.29	1.84			
		3.2~3 小時	197	13.12	1.76			
		4.4~5 小時	38	13.11	1.72			
		5.5 小時以上	15	13.27	1.83			
		總和	540	12.68	1.86			
	紓解身心	1.1 小時內	52	11.94	1.99	7.90	0.00	3 > 1
		2.1~2 小時	238	12.59	1.64			
		3.2~3 小時	197	13.25	1.57			
		4.4~5 小時	38	12.87	2.17			
		5.5 小時以上	15	13.07	1.67			
		總和	540	12.80	1.74			
	適應能力	1.1 小時內	52	35.94	5.45	12.98	0.00	5 > 2,3,4 > 1
		2.1~2 小時	238	36.34	4.10			
		3.2~3 小時	197	38.90	4.54			
		4.4~5 小時	38	39.13	4.47			
		5.5 小時以上	15	39.93	4.20			
		總和	540	37.54	4.63			
	競爭成就	1.1 小時內	52	21.27	5.24	14.61	0.00	4 > 1,2
		2.1~2 小時	238	21.28	4.08			
3.2~3 小時		197	23.91	3.80				
4.4~5 小時		38	24.37	4.31				
5.5 小時以上		15	23.87	3.34				
總和		540	22.53	4.31				

(續下表)

表 4-61(續)

構面	變項	參與時間	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
	知識與成長	1.1 小時內	52	20.33	3.05	7.67	0.00	5 > 1,2
		2.1~2 小時	238	20.34	2.75			
		3.2~3 小時	197	21.65	2.50			
		4.4~5 小時	38	20.55	3.19			
		5.5 小時以上	15	22.07	2.96			
	總和	540	20.88	2.79				
	美感感受	1.1 小時內	52	11.08	2.98	5.98	0.00	4 > 1
		2.1~2 小時	238	11.18	2.46			
		3.2~3 小時	197	12.15	2.06			
		4.4~5 小時	38	12.24	2.31			
5.5 小時以上		15	11.93	2.15				
總和	540	11.62	2.40					

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

(二) 在設施體驗的評量方面除了「情感交流」.000、「活動規劃」.021, $p < .05$ 有顯著差異外, 其他變項「景觀規劃」、「清潔規劃」、「場地設施」無顯著差異(如表 4-62 所示)。這表示不同參與時間在設施體驗上除了「情感交流」、「活動規劃」的要求不相同外, 其他變項皆相同。

表 4 - 6 2 參 與 時 間 在 設 施 體 驗 構 面 之 差 異 分 析

構面	變項	參與時間	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	比較
設施體驗	情感交流	1.1 小時內	52	40.65	6.78	5.09	0.000	4 > 2
		2.1~2 小時	238	40.50	6.25			
		3.2~3 小時	197	42.94	6.33			
		4.4~5 小時	38	43.66	7.83			
		5.5 小時以上	15	42.40	7.11			
		總和	540	41.68	6.57			
	清潔規劃	1.1 小時內	52	24.17	5.51	0.11	0.984	
		2.1~2 小時	238	23.89	5.29			
		3.2~3 小時	197	24.13	5.78			
		4.4~5 小時	38	23.87	5.86			
		5.5 小時以上	15	24.60	4.81			
		總和	540	24.02	5.50			
	場地設施	1.1 小時內	52	21.90	3.82	0.54	0.701	
		2.1~2 小時	238	21.99	3.91			
		3.2~3 小時	197	22.49	4.33			
		4.4~5 小時	38	22.34	5.01			
		5.5 小時以上	15	22.73	3.61			
		總和	540	22.21	4.13			
	景觀規劃	1.1 小時內	52	18.23	4.19	0.10	0.982	
		2.1~2 小時	238	18.48	4.00			
		3.2~3 小時	197	18.60	3.70			
4.4~5 小時		38	18.61	4.30				
5.5 小時以上		15	18.60	3.78				
總和		540	18.51	3.91				
活動規劃	1.1 小時內	52	9.88	2.68	2.96	0.021	5 > 2	
	2.1~2 小時	238	9.61	2.50				
	3.2~3 小時	197	10.28	2.85				
	4.4~5 小時	38	10.50	3.15				
	5.5 小時以上	15	11.27	2.71				
	總和	540	9.99	2.72				

*p < .05 ; **p < .01 ; ***p < .001

資料來源：本研究整理

經事後比較發現，4-5小時者之「情感交

流」體驗顯著高於1-2小時者；5小時以上者之「活動規劃」體驗顯著高於1-2小時者。

(三)在忠誠度的評量方面皆為 $p > 0.05$ 未達顯著差異(如表4-63所示)，這表示不同參與時間受訪民眾在忠誠度上「再購意願」、「向他人推薦」要求是相同的。

表 4 - 6 3 參與時間在忠誠度構面之差異分析表

構面	變項	參與時間	個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
忠誠度	再購意願	1.1小時內	52	12.81	1.22	1.6	.172
		2.1~2小時	238	12.72	1.36		
		3.2~3小時	197	12.85	1.51		
		4.4~5小時	38	12.63	1.53		
		5.5小時以上	15	11.93	1.75		
		總和	540	12.75	1.43		
	向他人推薦	1.1小時內	52	15.35	3.02	1.58	.178
		2.1~2小時	238	15.34	2.56		
		3.2~3小時	197	15.93	2.97		
		4.4~5小時	38	15.76	3.08		
		5.5小時以上	15	16.33	2.69		
		總和	540	15.62	2.81		

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

資料來源：本研究整理

綜合以上研究結果，港坪運動公園使用者的運動態度與設施體驗與忠誠度，主要使用族群對於運動態度與設施體驗的態度顯著高於其他使用者，顯示主要使用族群重視運動公園，且具有較佳之運動態度。此研究結果與郭滿州(2003)針對天母運動公園功能性需求所做的研究，得到之結果接近。推測其原因，可能是因為港坪運動公園位居嘉義市近郊區域，所以，進入公園內的使用者多為運動喜愛者，或是因

為地緣因素之使用者；又嘉義市為以工商業為主的縣市，市政府近年來積極推廣運動休閒風氣，培養正確運動態度。但一般大多數民眾對於休閒運動重要性的認知不夠明確，對於運動公園提供功能認知不足，加上對運動公園的使用考量因素單純為放鬆之活動場所。因此，在進入公園內使用設施的同時，只著重於當下體驗到之感受，而對景觀設施的規劃得宜與否、空間的舒適及設施使用便利與否，以及從事休閒活動時，活動中其他如美感、知識等方面較無深刻感受。

第四節 運動態度、設施體驗與忠誠度之相關分析

本節以 Pearson 相關考驗，針對「運動態度」、「設施體驗之滿意度」與「忠誠度」間的相關性進行分析，茲將結果敘述如下：

一、運動態度與設施體驗之相關分析

此部分為探討「運動態度」與「設施體驗」之相關性而進行 Pearson 相關分析(如表 4-64)，其結果由表中可知，「運動態度」與「設施體驗」呈現顯著正向相關 $r(N=540) = .524$ ， $p.000 < 0.05$ 。表示港坪運動公園不論是實體設施、設備及環境，將會影響民眾的感受而表現在民眾的體驗上。因此必須重視對民眾提供優良的設備，隨時以民眾的角度來檢視公園的運作方向，才能使民眾的體驗也相對的提升。

表 4-64 運動態度與設施體驗之相關表

構面		運動態度	設施體驗
運動態度	Pearson 相關	1	.524(**)
	顯著性		.000
	個數	540	540
設施體驗	Pearson 相關	.524(**)	1
	顯著性	.000	
	個數	540	540

在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

資料來源：本研究整理

二、運動態度與忠誠度之相關分析

此部分為探討「運動態度」與「忠誠度」之相關性而進行 Pearson 相關分析(如表 4-65)，其結果由表中可知，「運動態度」與「忠誠度」呈現顯著正向相關 $r(N=540) = .399$ ， $p.000 < 0.05$ 。表示港坪公園管理單位提供給民眾的運動時的感受越好，則忠誠度會更高，並積極創造民眾再次到公園運

動的意願，維護彼此友誼關係，增進民眾的價值性。

表 4-65 運動態度與忠誠度之相關表

構面		運動態度	設施體驗
運動態度	Pearson 相關	1	.399(**)
	顯著性		.000
	個數	540	540
忠誠度	Pearson 相關	.399(**)	1
	顯著性	.000	
	個數	540	540

在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

資料來源：本研究整理

三、設施體驗之滿意度與觀眾忠誠度之相關

此部分為探討「設施體驗」與「忠誠度」之相關性而進行 Pearson 相關分析 (如表 4-66)，其結果由表中可知，「設施體驗」與「忠誠度」呈現顯著正向相關 $r(N=540) = .498$ ， $p.000 < 0.05$ 。表示港坪公園的民眾體驗愈高，則在忠誠度會更高。

表 4-66 滿意度與忠誠度之相關表

構面		設施體驗	忠誠度
設施體驗	Pearson 相關	1	.498(**)
	顯著性		.000
	個數	540	540
忠誠度	Pearson 相關	.498(**)	1
	顯著性	.000	
	個數	540	540

在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

資料來源：本研究整理

從以上研究結果得知，設施體驗與休閒設施滿意度呈低度正相關的關係，此結果與蘇瑛敏 (1999) 對女性休閒環境設施使用評估所進行的研究結果接近，發現使用者在使用

休閒設施的同時，對景觀規劃的滿意度確實有顯著的相關存在。方美玉（2006）也認為，對進入運動公園中進行休閒活動者，最希望能在活動中感受環境景觀提供的舒適感，此亦可能為使用者進行休閒活動時最重視的部份。

休閒設施的需求會因個人背景變項的不同而有相當程度的差異，而休閒設施的使用滿意度也會因個人需求的因素不同產生不同程度的滿意情況。港坪運動公園休閒設施的使用需求及滿意度情況與其他運動公園使用情況無異，兩者間的關係也相當密切。

第五節 運動態度與設施體驗及場地忠誠度之徑路分析

結構方程模式即因果關係模式 (Causal Model)，目的在檢驗實證資料是否支持假說的因果關係。本研究利用 AMOS 7.0 統計軟體進行結構方程式模型分析，以最大概算法算出各構面之間的參數，進而了解其之間的關係，並看是否支持本研究之假設。結構方程模式 (SEM) 是用來檢定有關於觀察變項與潛在變項之間假設關係的一種全包式統計取向，並融合了因素分析以及徑路分析兩種統計技術 (Hoyle, 1995)。

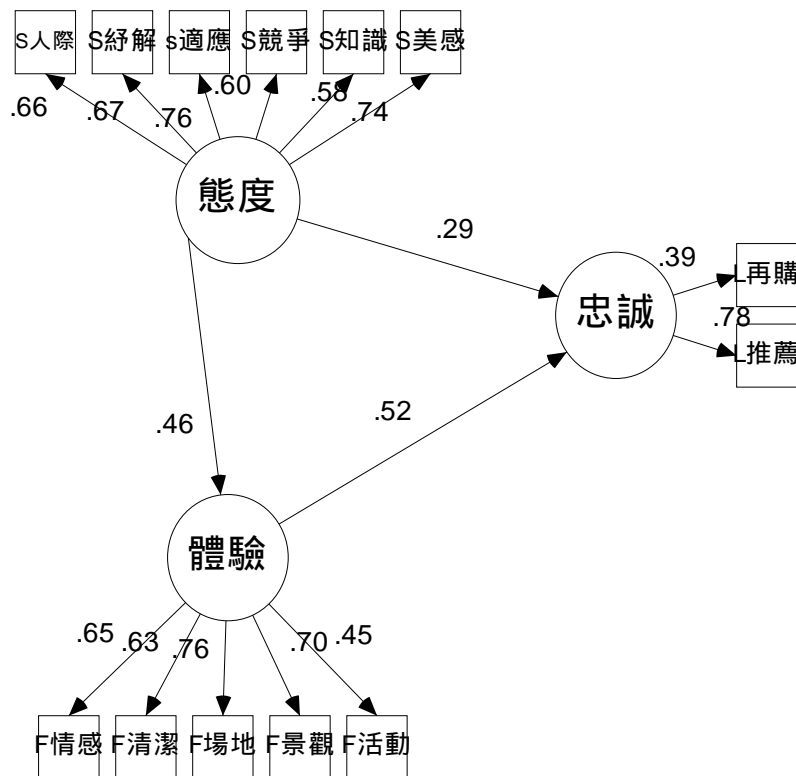


圖 4-1 運動態度與滿意度及忠誠度之結構方程模式

表 4 - 6 7 運動態度與設施體驗及忠誠度之路徑係數表

路徑	Estimate	S.E	C.R.	P
體驗 ← 態度	.466	.071	6.520	***
忠誠 ← 態度	.131	.034	3.822	***
忠誠 ← 體驗	.237	.049	4.803	***

資料來源：本研究整理

根據研究假說之因果關係分析結果如圖所示，運動態度與設施體驗都會顯著影響運動者對運動公園的忠誠度，並且運動態度會以體驗為中介因素來顯著影響忠誠。依本研究之架構，前往嘉義市港坪運動公園之運動民眾對於公園之運動設施體驗，本身運動態度與忠誠度之路徑分析結果為，運動態度會直接而且顯著影響忠誠度；對運動公園的體驗會會直接而且顯著影響忠誠度；運動態度會以體驗為中介因素，進而影響忠誠度。

觀察 AMOS 結構方程模式中各項潛在自變項與潛在依變項之間的路徑係數，經由資料分析得知，卡方值比率 ($\chi^2/df < 3$) 為 1.957, P 值 .000 達顯著水準；而 GFI 值為 .973 (> 0.9)、AGFI 值為 .951 (> 0.9)、IFI 值為 .981 (> 0.9)、CFI 值為 .971 (> 0.9)，至於 RMSEA 值為 .042 符合 $< .08$ 的適配水準。

學者黃芳銘(2007)提出「多數決」的判斷方式，即各類指標至少有一半要達到標準，表示可接受此模式。因此，本研究所提出之運動態度、設施體驗、忠誠度之整體模式假設模型與實證資料相適配。在整體模式適配度中，除 RMR 值

未達標準外，其餘適配指標所呈現的統計量均達標準值，可見整體模式的適配度尚稱理想。亦即模式之徑路圖與實際觀察資料之適配度尚佳，研究所提的因果模式圖假設獲得統計上的支持。

表 4-68 模式適配度與判斷標準

檢定統計量	數據	標準	模式適配判斷
絕對適配度指標			
卡方值	99.80(P < .05)	p > .05	否
CMIN/DF	1.957	< 3	是
GFI	.973	> .90	是
RMR	.310	< .05	否
RMSEA	.042	< .08	是
增值適配度指標			
AGFI	.951	> .90	是
NFI	.962	> .90	是
RFI	.942	> .90	是
IFI	.981	> .90	是
TLI	.971	> .90	是
CFI	.981	> .90	是
簡約適配度指標			
PGFI	.545	> .50	是
PNFI	.629	> .50	是
PCFI	.641	> .50	是
CN 值	371	> 200	是
模式內在品質估計的參數			
	皆達顯著水準	p < .05	是

資料來源：本研究自行整理

第六節 本研究假設結果

一、不同人口背景變項對運動態度各變項之假設結果

- (一)不同性別對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示男、女對運動態有不同的看法。故，本研究假設 H1-1 性別在運動態度差異應接受對立假設。
- (二)不同年齡對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示不同年齡對運動態度的看法是不相同的。故，本研究假設 H1-2 年齡在運動態度差異應接受對立假設。
- (三)婚姻對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示未婚或已婚對運動態度的看法是不同的。故，本研究假設 H1-3 婚姻在運動態度差異應接受對立假設。
- (四)不同教育程度對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知運動態度未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示運動態度的看法是相同的。故，本研究假設 H1-4 教育程度在運動態度差異應接受虛無假設。
- (五)不同職業對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著達水準 $p < .05$ 。顯示不同職業對運動態度的看法是不相同的。故，本研究假設 H1-5 職業在運動態度差異應接受對立假設。
- (六)不同收入對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同收入對運動太度的看法是相同的。故，本研究假設 H1-6 收入在運動態度

差異應接受虛無假設。

- (七)不同居住地對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示不同居住地對運動態度的看法是不相同的。故，本研究假設 H1-7 居住地在運動態度差異應接受對立假設。
- (八)不同交通工具對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同交通工具對運動態度的看法是不相同的。故，本研究假設 H1-8、H2-8、H3-8 交通工具在運動態度差異應接受虛無假設。
- (九)與誰一同前往對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示不同與誰一同前往對運動態度的看法是不相同的。故，本研究假設 H1-9 與誰一同前往在運動態度差異應接受對立假設。
- (十)使用設施對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同使用設施對運動踏次的看法是不相同的。故，本研究假設 H1-10 使用設施在運動態度差異應接受對立假設。
- (十一)不同休閒時間對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知運動態度未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同休閒時間對運動態度的看法是相同的。故，本研究假設 H1-11 休閒時間在運動態度差異應接受虛無假設。
- (十二)不同運動頻率對運動態度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同運動頻率對運動態度看法是相同的。故，本研究假設 H1-12 運動頻率在運動態度差異應接受虛無假設。
- (十三)不同參與時間對運動態度之差異比較，經單因子變異

數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示不同參與時間對運動態度的看法是不相同的。故，本研究假設 H1-13 參與時間在運動態度差異應接受對立假設。

二、不同人口背景變項對設施體驗各變項之假設結果

- (一)不同性別對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示男、女對設施體驗有不同的看法。故，本研究假設 H2-1 性別在運動態度差異應接受對立假設。
- (二)不同年齡對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同年齡對設施體驗的看法是相同的。故，本研究假設 H2-2 年齡在設施體驗差異應接受虛無假設。
- (三)婚姻對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示未婚或已婚對設施體驗的看法是相同的。故，本研究假設 H2-3 婚姻在設施體驗差異應接受虛無假設。
- (四)不同教育程度對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同教育程度對設施體驗的看法是相同的。故，本研究假設 H1-4 教育程度在運動態度差異應接受虛無假設。
- (五)不同職業對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同職業對設施體驗的看法是相同的。故，本研究假設 H2-5 職業在設施體驗差異應接受虛無假設。
- (六)不同收入對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示不同收入對設施體驗的看

法是不相同的。故，本研究假設 H2-6 收入在設施體驗差異應接受對立假設。

(七)不同居住地對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示不同居住地對設施體驗的看法是不相同的。故，本研究假設 H2-7 居住地在設施體驗差異應接受對立假設。

(八)不同交通工具對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同交通工具對設施體驗的看法是不相同的。故，本研究假設 H2-8 交通工具在設施體驗差異應接受虛無假設。

(九)與誰一同前往對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同與誰一同前往對設施體驗的看法是相同的。故，本研究假設 H2-9 與誰一同前往在設施體驗差異應接受虛無假設。

(十)使用設施對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同使用設施對設施體驗的看法是相同的。故，本研究假設 H2-10 使用設施在設施體驗差異應接受虛無假設。

(十一)不同休閒時間對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示不同休閒時間對設施體驗的看法是不相同的。故，本研究假設 H2-11 休閒時間在設施體驗差異應接受對立假設。

(十二)不同運動頻率對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同運動頻率對設施體驗看法是相同的。故，本研究假設 H2-12 運動頻率在設施體驗差異應接受虛無假設。

(十三)不同參與時間對設施體驗之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同參與時間對設施體驗的看法是相同的。故，本研究假設 H2-13 參與時間在設施體驗差異應接受虛無假設。

三、不同人口背景變項對忠誠度各變項之假設結果

(一)不同性別對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示男、女對設施體驗有相同的看法。故，本研究假設 H3-1 性別在忠誠度差異應接受虛無假設。

(二)不同年齡對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同年齡對忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H3-2 年齡在忠誠度差異應接受虛無假設

(三)婚姻對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示未婚或已婚對忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H3-3 婚姻在忠誠度差異應接受虛無假設。

(四)不同教育程度對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同教育程度對忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H3-4 教育程度在忠誠度差異應接受虛無假設。

(五)不同職業對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同職業對忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H3-5 職業在忠誠度差異應接受虛無假設。

(六)不同收入對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得

達顯著水準 $p < .05$ 。顯示不同收入對忠誠度的看法是不相同的。故，本研究假設 H3-6 收入在忠誠度差異應接受對立假設。

(七)不同居住地對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示不同居住地對忠誠度的看法是不相同的。故，本研究假設 H3-7 居住地在忠誠度差異應接受對立假設。

(八)不同交通工具對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同交通工具對忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H3-8 交通工具在忠誠度差異應接受虛無假設。

(九)與誰一同前往對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知達顯著水準 $p < .05$ 。顯示不同與誰一同前往對忠誠度的看法是不相同的。故，本研究假設 H3-9 與誰一同前往在忠誠度差異應接受對立假設。

(十)使用設施對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同使用設施對忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H3-10 使用設施在忠誠度差異應接受虛無假設。

(十一)不同休閒時間對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同休閒時間對忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H1-11 休閒時間在忠誠度差異應接受虛無假設。

(十二)不同運動頻率對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同運動頻率對忠誠度看法是相同的。故，本研究假設 H3-12 運動頻率在

忠誠度差異應接受虛無假設。

(十三)不同參與時間對忠誠度之差異比較，經單因子變異數分析得知未達顯著水準 $p > .05$ 。顯示不同參與時間對忠誠度的看法是相同的。故，本研究假設 H3-13 參與時間在忠誠度差異應接受虛無假設。

四、「運動態度」與「設施體驗」呈現顯著正向相關 $r=.524$ ($N=540$), $p.000 < 0.05$ 。表示港坪運動公園不論是實體設施、設備及環境，將會影響民眾的感受而表現在民眾的體驗上。因此必須重視對民眾提供優良的設備，隨時以民眾的角度來檢視公園的運作方向，才能使民眾的體驗也相對的提升。

五、「運動態度」與「忠誠度」呈現顯著正向相關 $r=.399$ ($N=540$), $p.000 < 0.05$ 。表示港坪公園管理單位提供給民眾的運動時的感受越好，則在忠誠度會更高，並積極創造民眾再次到公園運動的意願，維護彼此友誼關係，增進民眾的價值性。

六、「設施體驗」與「忠誠度」呈現顯著正向相關 $r(N=540) = .498$, $p.000 < 0.05$ 。表示港坪公園的民眾體驗愈高，則在忠誠度會更高。

七、根據研究假說之因果關係分析結果，運動態度與設施體驗都會顯著影響運動者對運動公園的忠誠度，並且運動態度會以體驗為中介變項，進而影響忠誠度。

表 4 - 6 9 研究假設驗證彙整表

假設	顯著差異與結果
H1-1 性別變項對運動態度有顯著差異。	有差異 接受
H1-2 年齡變項對運動態度有顯著差異。	有差異 接受
H1-3 婚姻狀況變項對運動態度無顯著差異。	有差異 接受
H1-4 教育程度變項對運動態度有顯著差異。	無差異 拒絕
H1-5 職業變項對運動態度有顯著差異。	有差異 接受
H1-6 收入變項對運動態度有顯著差異。	無差異 拒絕
H1-7 居住地變項對運動態度有顯著差異。	有差異 接受
H1-8 交通工具變項對運動態度有顯著差異。	無差異 拒絕
H1-9 與誰一同前往變項對運動態度有顯著差異。	有差異 接受
H1-10 使用設施變項對運動態度有顯著差異。	有差異 接受
H1-11 休閒時間變項對運動態度有顯著差異。	無差異 拒絕
H1-12 運動頻率變項對運動態度有顯著差異。	無差異 拒絕
H1-13 參與時間變項對運動態度有顯著差異。	有差異 接受
H2-1 性別變項對設施體驗有顯著差異。	有差異 接受
H2-2 年齡變項對設施體驗有顯著差異。	無差異 拒絕
H2-3 婚姻狀況變項對設施體驗有顯著差異。	無差異 拒絕
H2-4 教育程度變項對設施體驗有顯著差異。	無差異 拒絕
H2-5 職業變項對設施體驗有顯著差異。	無差異 拒絕
H2-6 收入變項對設施體驗有顯著差異。	有差異 接受
H2-7 居住地變項對設施體驗有顯著差異。	有差異 接受
H2-8 交通工具變項對設施體驗有顯著差異。	無差異 拒絕
H2-9 與誰一同前往變項對設施體驗有顯著差異。	無差異 拒絕

(續下表)

表 4-65 (續)

假設		顯著差異與結果	
H2-10	使用設施變項對設施體驗有顯著差異。	無差異	拒絕
H2-11	休閒時間變項對設施體驗有顯著差異。	有差異	接受
H2-12	運動頻率變項對設施體驗有顯著差異。	無差異	拒絕
H2-13	參與時間變項對運動態度有顯著差異。	無差異	拒絕
H3-1	性別變項對忠程度有顯著差異。	無差異	拒絕
H4	港坪運動公園使用者之運動態度與設施體驗有顯著相關。	顯著相關	接受
H5	港坪運動公園使用者之運動態度與忠誠度有顯著相關。	顯著相關	接受
H6	港坪運動公園使用者之設施體驗與忠誠度有顯著相關。	顯著相關	接受
H7	港坪運動公園使用者之運動態度對設施體驗有顯著影響。	顯著影響	接受
H8	港坪運動公園使用者之運動態度對忠誠度有顯著影響。	顯著影響	接受
H9	港坪運動公園使用者之設施體驗對忠誠度有顯著影響。	顯著影響	接受

資料來源：本研究整理

第五章 結論與建議

本研究主要目的在於探討港坪運動公園之「運動態度」、「設施體驗」與「忠誠度」之間關聯性，冀以所研究出之結果能對港坪運動公園管理單位帶來實質的幫助，並作為擬定經營策略時之參考。

根據此研究目的，以港坪運動公園之民眾為研究對象，並以「運動態度、設施體驗、忠誠度三份量表」為研究工具，進行問卷調查。並根據實際調查所得之數據，分別以描述統計、單因子變異數分析、皮爾遜積差相關、AMOS 結構方程模式等統計方法進行分析，以此驗證本研究所提之研究問題及假設。茲將於第一節中加以說明。另外，在第二節中，亦將對港坪運動公園管理單位及未來規劃提出些許建議，並提出後續研究之參考與意見。

第一節 結論

一、在本研究中港坪運動公園民眾，經由人口統計變數結果分析可知：

(一) 性別

本研究中可看出，「男性」民眾之比例較「女性」民眾者為高，而其比例分別 56.9% 及 43.1%。

(二) 年齡

本研究中可看出「21~30 歲」之樣本數所佔的比例最大，為 30%，而「51 歲以上」之樣本數所佔比例 15.6% 最少。

(三) 婚姻狀況

本研究中看出，「已婚」民眾之比例較「未婚」民眾為

高，而其比例分別為 53.9%、46.1%。

(四)教育程度

本研究中可看出「大學(專)」教育程度之受訪民眾所佔之比例最高，為 50.2%。「高中職」以上教育程度之受訪民眾居次，分別為 34.3%及「國中以下」為 9.6%，最低為「研究所以下」5.9%最少。

(五)職業

本研究中可看出「上班族」之受訪民眾所佔比率最高，為 30.6%，「學生」之受訪民眾次之，分別為 24.6%，自行開業之受訪民眾最低，為 8.3%。

(六)月收入

本研究中可看出「無收入」受訪民眾所佔比率最高，為 33.1%，最低為「100000 以上」，為 1.1%。

(七)居住地

本研究中可看出居住在「西區」之受訪民眾所佔比率最高，為 68%，居住在「東區」之受訪民眾次之，分別為 18.5%，居住在「其他」之受訪民眾最低，為 13.5%。

(八)交通工具

本研究中可看出，「機車」之受訪民眾所佔比率最高，為 41.3%，「腳踏車」之受訪民眾次之，分別為 23%，「其他」之受訪民眾最低，為 1.1%。

(九)與誰一同前往

本研究中看出，「朋友同事」之受訪民眾所佔比率最高，為 38.5%，「家人親戚」之受訪民眾次之，分別為 36.3%，「其他」之受訪民眾最低，為 3.3%。

(十)使用設施

本研究中可看出「籃球場」之使用者所佔之比例最高，為 30.2%。「綠地」之使用者居次，分別為 27.6%，最低為「極限運動場」為 .7% 最少。

(十一)從事休閒活動時間

本研究中可看出「下午 4:01 到 8:00 點」之受訪民眾所佔比率最高，為 69.1%，「上午 8:01 到 12:00 點」之受訪民眾最低，為 9.1%。

(十二)運動頻率

本研究中可看出「假日」之受訪民眾所佔比率最高，為 31.5%，「每天都來」之受訪民眾次之，分別為 19.4%，「每週來一次（平日）」之受訪受訪民眾最低，為 14.3%。

(十三)參與時間

本研究中可看出「1~2 小時」受訪民眾所佔比率最高，為 44.1%，「2~3 小時」之受訪民眾次之，分別為 36.5%，「5 小時以上」之受訪受訪民眾最低，為 2.8%。

二、港坪公園運動態度構面經單因子變異數分析得知發現，民眾最關心的是民眾最關心的是適應能力，其次為競爭與成就、知識與成長、紓解身心、人際關係、最後為美感的感受。

(一)在適應能力構面中民眾最關心的部分為「參與休閒運動可以改善身體的適應能力」，「參與休閒運動可以肯定個人在運動方面的技術」最不被民眾關心。

(二)在競爭與成就構面中民眾最關心的部分為「參與休閒運動時追求勝利的過程，是人生最美的體驗」，「參與休閒運動能提升在校的聲望和地位」最不被民眾關心。

- (三) 在知識與成長構面中民眾最關心的部分為「參與休閒運動可以培養建立終身運動習慣」,「參與休閒運動可以增進個人的自我價值」最不被民眾關心。
- (四) 在美感的感受構面中民眾最關心的部分為「運動能展現個人美感」,「運動本身具有藝術的特質」最不被民眾關心。
- (五) 在紓解身心構面中民眾最關心的部分為「休閒運動能解除沮喪與開朗心情」,「參加休閒運動可以紓解生活壓力,達到忘我境界」最不被關心。
- (六) 在人際關係構面中民眾最關心的部分為「運動能提供認識新朋友及建立友誼的機會」,「參加團體性的休閒運動可獲得社交上的滿足」最不被關心。
- 三、在設施體驗構面經單因子變異數分析得知發現,民眾最關心的是情感交流構面,其次為清潔規劃、場地設施、景觀規劃、最後為活動規劃。
- (一) 在情感交流構面中民眾最關心的部分為「到運動公園活動對我的人際關係有益處」,「運動公園的活動舉辦次數很剛好」最不被民眾關心。
- (二) 在清潔構面中民眾最關心的部分為「運動公園廁所的設計很方便」($M=3.55, SD=.93$),「運動公園的垃圾桶數量設置很恰當」($M=3.07, SD=1.12$)最不被民眾關心。
- (三) 在場地設施構面中民眾最關心的部分為「運動公園的網球場數量足夠且規劃感到滿意」,「運動公園的停車場數量足夠且規劃感到滿意」最不被民眾關心。
- (四) 在景觀規劃構面中民眾最關心的部分為「運動公園的植栽數量很充足」,「運動公園裡的步道設計規劃很安全」

最不被民眾關心。

(五) 在活動規劃構面中民眾最關心的部分為「運動公園的兒童遊戲場數量足夠且規劃感到滿意」,「運動公園的極限運動場數量足夠且規劃感到滿意」最不被民眾關心。

四、在民眾忠誠度構面經單因子變異數分析得知發現, 民眾最關心的是向他人推薦、最後為再購意願構面。

(一) 在再構意願構面中觀眾最關心的部分為「您願意再到港坪運動公園運動嗎」,「您是否願意再次使用港坪公園的運動設施」最不被民眾關心。

(二) 在向他人推薦構面中民眾最關心的部分為「您會將港坪運動公園推薦給親朋好友嗎」,「您願意提供意見給港坪運動公園管理單位作為後續工程改善參考嗎」最不被民眾關心。

五、經過相關分析後發現, 運動民眾對於「運動態度」、「設施體驗」與「忠誠度」間皆呈現正相關。

(一) 「運動態度」與「設施體驗」呈現顯著正向相關。表示港坪運動公園不論是實體設施、設備及環境, 將會影響民眾的感受而表現在民眾的體驗上。

(二) 「運動態度」與「忠誠度」呈現顯著正向相關。表示港坪公園管理單位提供給民眾的運動時的感受越好, 則在忠誠度會更高, 並積極創造民眾再次到公園運動的意願, 維護彼此友誼關係, 增進民眾的價值性。

(三) 「設施體驗」與「忠誠度」呈現顯著正向相關。表示港坪公園的民眾體驗愈高, 則在忠誠度會更高。

六、經由路徑分析, 可以得知「運動態度」、「設施體驗」與

運動者的「忠誠度」之間的因果關係。運動態度與設施體驗都會顯著影響運動者對運動公園的忠誠度，並且運動態度會以體驗為中介因素，間接影響忠誠度。所以提高市民對運動的正當態度與提升對運動公園的設施滿意度皆會增加對運動公園的忠誠度，進而提昇使用率。

第二節 建議

根據本研究之文獻探討、研究結果與發現，研究者提出以下幾項之建議，以作為港坪公園管理及未來相關研究之參考。

一、積極規劃吸引民眾參與運動並建立良好運動態度

根據研究結果顯示，運動公園使用者大多為年紀較輕的學生族群，附近的民眾使用情況不算踴躍，對此一腹地寬廣、設施造景美觀完備之休閒綠地而言，實在可惜。所以若能在活動的舉辦方面，規劃舉辦優質且適合全家一同參與的休閒，吸引民眾走入運動公園從事活動以及活動後能獲得所需，這是運動公園管理單位須重視的問題。因此運動公園管理單位除了加強園區內休閒設施的建設與管理來提升民眾滿意度外，更可以積極舉辦相關系列活動來增進民眾正確的運動態度與從事休閒活動的觀念，藉以帶動民眾追求運動，滿足健康生活的需求。

二、定期管理與維護環境與設施以及植栽。

休閒遊憩者普遍認為環境的清潔衛生需要程度最高，顯示休閒遊憩者對於公園的環境與設施的管理要求頗高，因此，為能令休閒遊憩者更有重遊之意願，運動公園管理單位平時更應加強公園內各設施之清潔、維護與管理工作。公廁安置地點做好妥善規劃，以方便來運動之民眾使用。照明設施會對傍晚至夜間運動之休閒遊憩者有極大的影響，故更應定期檢修與更替，否則長久下來不僅會令休閒遊憩者活動受限，也容易令休閒遊憩者安全堪憂。建議運動公園管理單位對於公園的環境清潔、維護與管理與植栽、綠地與花壇應更加重視並做定期管理，以提升該運動公園之環境品質與休閒

遊憩者之使用率。

未來研究建議

一、在後續研究方面，建議可以就運動公園的服務品質或環境管理等議題來進行研究，以作為日後主管單位規劃之參考。

二、本研究僅以嘉義市港坪運動公園做研究，建議未來之研究者可以針對國內不同型態的公園進行研究，藉以了解不同型態公園使用者的態度之間的差異。

三、在抽樣調查的時間上，本研究受限於時間因素而未能將抽樣時間採更細分之方式進行，如能以兩小時或特定一個時段為區隔進行調查，則研究結果將更據精準的反映使用者的特性。

四、本研究在調查時僅以某一段時間進行，並未考量季節性之差異存在，因此在研究結果上並未呈現出季節性之表徵差異，此一部份值得有意進行後續研究者參考之，從季節性之差異面研提運動公園的區隔與地區差異性，並從其中分析探討台灣地區運動公園需求計畫。

參考文獻

- 水心蓓 (2006)。公園休閒遊憩者對軟硬體設施使用滿意度研究 - 以大安森林公園為例。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。
- 方美玉 (2006)。斗六運動公園休閒設施需求與滿意度之相關研究。未出版碩士論文，國立雲林科技大學，雲林縣。
- 文崇一 (1990)。台灣居民的休閒生活，東大圖書，台北。
- 王慶堂 (2002)。美國運動設施考察報告。行政院體育委員會，台北。
- 王慶堂 (2004)。從三生概念談提升臺灣運動建築之品質。國民體育季刊，33 (143)，53-58。
- 王敏華 (2004)。自然公園使用者休閒效益與休閒滿意度之研究 - 以臺北市富陽公園為例。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。
- 行政院體育委員會 (1999)。行政院體育委員會 88 年施政計劃。行政院體委會，臺北。
- 江盈如 (1999)。大台北地區健康俱樂部顧客滿意度、忠誠度以及滿意構面重視度之研究。未出版碩士論文，國立交通大學，新竹市。
- 沈淑貞 (1999)。桃竹苗地區運動健身俱樂部服務品質與會員滿意度之研究。未出版碩士論文，國立台灣師範大學體育研究所，台北市。
- 李國華 (1993)。國民小學教師休閒活動狀況調

- 查研究，*台南師院學報*，26，313 - 332。
- 吳怡靜（2006）。*都市公園休閒活動參與者之休閒行為與休閒利益之研究 - 以豐樂公園為例*。未出版碩士論文，國立臺灣體育學院，桃園縣。
- 呂慧中（2008）。*公園休閒遊憩者設施使用需求與滿意度之研究 - 以花蓮縣立運動公園為例*。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。
- 吳守從、方乃玉（2004）。遊客對都市公園休憩設施重視度與滿意度之研究。*運動休閒管理學報*，1（2），72-88。
- 官文炎（1992）。論體育場的組織、功能與運作。*國民體育季刊*，21（1），53-62。
- 林佳蓉（2001）。*老人生活滿意模式之研究*。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 林建地，（1996）。*我國青少年休閒活動之研究*。未出版碩士論文，國立師範大學，台北。
- 林秉毅（2005）。*台北市市民運動中心服務品質、顧客滿意度與忠誠度之相關研究*。未出版碩士論文，國立屏東師範學院，屏東縣。
- 林豔汝（2003）。*臺灣地區大型運動公園服務品質之實證研究*。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。
- 邱皓政（2000）。*量化研究與統計分析：SPSS 中文視窗版資料分析範例解析*。台北：五南出版社。

- 洪昭坤 (2002)。週休二日之休閒運動規劃。國立台灣體育學院學報，11，27-40。
- 范智明 (1999)。台北市運動健身俱樂部會員消費者行為之研究。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北市。
- 侯錦雄 (1997)。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，台灣大學，台北市。
- 郭滿洲 (2003)。民眾對都會型運動公園功能適切性與滿意度之調查研究 - 以臺北天母運動公園為例。未出版碩士論文，國立雲林科技大學，雲林縣。
- 時蓉華 (1996)。社會心理學，東華書局，台北。
- 陳邁 (1992)。「體育公園的規畫與設計」，建築師雜誌，18，6，p.82。
- 陳龍 (2006)。公營運動場館民眾使用滿意度調查研究 - 以臺北縣立新莊體育場為例。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。
- 陳正霖 (2006)。臺北縣大漢溪河濱公園使用者分析與管理之研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 陳美玲 (1997)。從成人發展觀點探討嘉義地區成人休閒態度，休閒參與及其相關因素。未出版碩士論文，國立中正大學，嘉義。
- 陳昭仁 (2006)。民眾對都市公園委託民間經營管理之滿意度研究 - 以臺中市豐樂公園為例。未出版碩士論文，逢甲大學，臺中市。

- 陳思倫、歐聖榮、林連聰（2001）。*休閒遊憩概論*。世新大學出版中心：臺北市。
- 梁雯玟（2001）。*顧客導向、服務補償與服務品質之關係研究。以國際觀光旅為實證*。未出版碩士論文，國立成功大學，台南市。
- 黃明福（1980）。*運動公園美化設計之研究*。未出版碩士論文，文化化大學，臺北市。
- 黃金柱（1999）。*跨世紀體育運動經營管理思潮*。師大書苑，臺北市。
- 游松治（2006）。*職業棒球場用後評估研究-以觀眾使用部分為例*。未出版碩士論文，國立台灣體育學院，臺中。
- 游家政（1987）。*台北縣市國民小學中高年級兒童在學期間校外休閒活動之研究*。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北。
- 張淑智（1986）。*臺北市行水區開發運動公園之研究*。未出版碩士論文，國立臺灣大學，臺北市。
- 張耀中（2001）。*臺中市銀髮族退休教師參與休閒運動之研究*。未出版碩士論文，國立台灣體育學院，桃園縣。
- 張春興（1991）。*現代心理學*。東華書局：臺北市。
- 費宗澄（1992）。*體育設施之發展未來-兼談國內大型體育場及運動公園的規劃*。*中華民國建築師雜誌*，18（6），70-76。
- 楊秀芝（1989）。*一般少年與非行少年休閒生活*

- 之比較 - 以西門町休活動為主的少年研究。未出版碩士論文，東吳大學，台北市。
- 葉公鼎（1991）。台灣地區公立體育場企業化管理之研究。未出版碩士論文，國立臺灣體育學院，桃園。
- 嘉義市政府（2001）。嘉義市港坪運動公園改善設施工程計畫書。嘉義市，嘉義市政府。
- 劉田修（1992）。休閒運動公園之規劃與管理。國民體育季刊，21，4，25-37。
- 廖明豐（2003）。東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究。南華大學旅遊事業管理學研究所，未出版碩士論文，嘉義縣。
- 鄭虎（1999）。臺灣區公立體育場場地設備標準研究。（行政院體育委員會委託計畫，BRPG88BZ0111）。臺北市：臺北市立體育學院。
- 鄭順聰（2001）。台北市YMCA游泳訓練班消費者行為之研究。國立體育學院論叢，第12卷1期，175-188頁。
- 蔡長啟（1991）。體育場設備之回顧與發展。國民體育季刊，20（3）。74-85
- 穆火杉（2001）。臺灣地區鄉鎮運動公園設施規劃與場地使用之探討。百齡高中學報，1，279-290。
- 戴儀臻（2002）。健康休閒俱樂部會員參與動機、限制因子、實際體驗與滿意度之研究。國立

- 嘉義大學管理研究所碩士論文，未出版，嘉義市。
- 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，臺北縣。
- 韓鴻恩（2001）。運動公園用後評估之研究 - 以竹南運動公園為例。中華大學，未出版碩士論文，新竹市。
- 顏月珠（1988）。現代統計學。臺北市：三民書局。
- 蘇武龍（2000）。住院服務品質與病患滿意度之探討 - 以成大、奇美醫院為例。國立成功大學工管研究所，未出版碩士論文，台南市。
- 蘇元含、謝金燕（2003）。宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究 - 以高雄佛光山為例。旅遊管理研究，3(1)，P79-95。
- 蘇瑛敏（1999）。女性休閒設施環境使用評估初探：以台北市公園、風景區為例。台北科技大學學報，第卅二之一期，P.505 - 524。
- 蘇雄飛（1999）。國內外優良運動場館經營管理範例研究期中報告。台北市立體育學院研究計劃。
- 高俊雄（2001）。運動休閒事業管理，初版，頁106，志軒，台北市。
- 蕭立夫（2002）。商圈休閒活動需求之研究 - 以日月潭形象商圈為例，未出版碩士論文，國立台北科技大學，臺北市。

- Anderson, E. W., Fornell, C. D., & Lehman, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.
- Backman, S. J., & Crompton, J. L. (1991). The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty. *Leisure Sciences*, 13, 205-220.
- Bhote, K. (1996). *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty-The Key to Greater*
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Mohr, L. A. (1994), "Critical service encounters: The employee's viewpoint," *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 4, pp. 95-106.
- Burge, R. (1961). *The development of a leisure-orientation scale*. Unpublished M. S. Thesis, Ohio State University, Columbus, Ohio.
- Chan, C. S., & Lawal, M. M. (2006). Components of urban park systems. *Parks & Recreation*, 41, 26-30.
- Dick A.S. and K. Basu (1994) "Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework" *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), pp.99-113.
- Eagly, A., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitude*. Fort Worth, TX :

Harcourt Brace Jovanovich.

Estrem-Fuller, N.E. (1990) .*Attitude of Adult toward Leisure: a life span persrective*.
University of Wisconsin, Wisconsin.

Fornell, C., & Wernerfelt, B. (1988). A model for customer complaint management,*Marketing Science*, 7, 271-286.

Fornell, C.(1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience.*Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.

Frederick, F. R , & Schefter, P. (2000).E-Loyalty.*Harvard Business view*, 78(4) ,105-113.

Griffin, J.(1996).*Customer Loyalty*, Simon & Schuster Inc.NY.

Gronholdt, L., Martensen, A., & Kristensen, K. (2000). The relationship between Customer Satisfaction and Loyalty: Cross-Industry different. *Total Quality Management*, 11, 509-516.

Harnik, P. (2003). *The excellent park system*. San Francisco: The Trust for Public Land.

Hunt, H. K.(1977). *CS/D-Overview and Future Research Directions, Conceptualization and Measurement of Customer Satisfaction and Dissatisfaction*, Cambridge. MA:Marketing Science Institute, 489-460.

Jarmo, R., & Lehtinen. (1983). *Customer Oriented Service*

- System*. Service Management Institute Working Paper, Helsinki, Finland.
- Jones, T. O ., & Sasser, E. W. J. (1995). *Why Satisfied Customers Defect*. Harvard Business Review, 73(6), 88-99.
- Kotler, P. (1996). *Marketing Management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and Control, (9th ed)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Korca, P. "Resident attitudes toward tourism impacts." *Annals of Tourism Research, Vol.23*, No.3, 1996, PP.695-697.
- Kotler, P. (1999). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation & Control, 9th ed* , Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall Inc.
- Kristensen, K., Martensen, A., & Gronholdt, L. (1999), "Measuring the impact of buying behaviour on customer satisfaction," *Total Quality Management, Vol. 10*, No. 4/5, pp. 602-614
- Monroe, Kent .B ., & Gultinan. (1975). A Path-analytic Exploration of Retail Patronage Influences. *Journal of Consumer Research, 1.2* , 19-28.
- Muller, W. (1991), "Gaining Competitive Advantage Through Customer Satisfaction", *European Management Journal, 34* ,pp.201-221.

- Neulinger & Breit (1969), "Attitude Dimensions of Leisure",
Journal of Leisure Research, 1(2), pp.255-261.
- Neulinger & Breit, (1971). A study of leisure. In J.
Neulinger (Ed.), *The psychology of leisure* (pp.167-183).
Springfield, IL: C. C. Thomas.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of
Marketing*, 63, 33-44.
- Ostrom, A ., & Iacobucci, D. (1995). Consumer Trade-Off &
the Evaluation of Services.*Journal of Marketing* ,
59 ,17-28.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A
Conceptual Model of Service Quality & its Implication
for Future Research. *Journal of Marketing*, 49 (6) ,48.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, A.V. (1991).
Refinement and Reassessment of the SERVQUAL. *Journal
of Retailing*, 67: 420-450.
- Peppers, D., Rogers, M., & Dorf, B. (1999). Is your company
ready for one-to-one marketing. *Harvard Business Review*,
77 (1), 151-160.
- Price, L. L., & Arnould, E. J. (1999). Commercial Friendships:
Service Provider-Client Relationships in Context,
Journal of Marketing, 63 , pp.38-56.
- Prus, A., & Randall, B. D. (1995). Understanding your
customer.*Marketing Tools*,47, 10-14.
- Regan. (1963). The service revolution. *Journal of Marketing*,
27, 32-36.

- Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero Defections : Quality Comes to Service. *Harvard Business Review*, 68 , 105-111.
- Robinson, Shaver, and Wrightsman. (1991). *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*. Academic Press, Inc. NY.
- Selnes, F. (1993). An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, S ., & Loyalty. *European Journal of Marketing*, 27,19-35.
- Smith, B. (1998). Buyer-seller relationships: Bonds, relationship management, and sex-type. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 15(1): 76-92.
- Stum, D. L., & Thiry, A. (1991). Building Customer Loyalty. *Training and Development Journal*, 45, 34-36.
- Weber, A. L. (1992). *Social psychology*. NY: Harper Collins.
- Weiner, D. R., & Lerman, D. (1979). The cognition-emotion process in chievement-related Contexts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(7), 1211-1220.

附件一

您好！

首先感謝您的協助配合，這是一份瞭解運動公園使用設施需求與使用滿意度的意見調查，以做為運動公園設施問題之改善及參考，本問卷共分為三個部分，採不具名方式進行。對於您提供的寶貴資料及意見，純為學術用，一切填答亦將保密，請您放心填答。請依照問卷各部分的說明及您的實際感受情形，做詳細的填答，再次感受您的熱心協助。

祝福您身體健康、快樂。

國立臺灣體育大學（臺中）運動管理學系碩士班

指導教授：王慶堂 教授

研究生：蔡貴絲 敬上

第一部份：基本資料

1. 性別 男 女
2. 年齡 10~20 歲 21~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 51 歲 以上
3. 婚姻狀況 未婚 已婚
4. 教育程度 國中以下 高中職 大專 研究所以上
5. 請問您的職業為 學生 軍公教人員 一般上班族 自行開業家庭主婦 其他
6. 請問您個人月收入為 無收入19,999 元以下20,000-39,999 元40,000-69,000 元
70000-99999 元 100000 元以上
7. 請問您現在居住的地區？ 西區 東區 其他_____
- 8.您通常來到園區的交通工具是（單選）步行 腳踏車自小客車機車
其他_____
- 9.通常和您一起到運動公園的是單獨一人家人親戚朋友同事 其他_____
- 10.您通常使用的休閒運動設施是網球場籃球場足球場溜冰場兒童遊戲場
極限運動場木球場槌球場綠地溜冰場其他_____
- 11.您通常運動的頻率是（單選）每天都來天來一次每週來一次（平日） 假日才來
其他_____
- 12.您通常什麼時間進入園區從事休閒活動（單選）：上午 5：01 到 8：00 點
上午 8：01 到 12：00 點中午 12：01 到 4：00 點下午 4：01 到 8：00 點
- 13.您預計/或本次在本運動公園參與時間1 小時內1-2 小時2-3 小時
4-5 小時 5 小時以

第二部份：休閒運動態度

本部份的題目在請教您對休閒運動態度感受程度請您依照個人實際情形，在右邊適當的□上勾選，同意度 5 4 3 2 1，謝謝您的協助。

非常同意
同意
普通
不同意
非常不同意

一、人際關係

- 1.運動能提供認識新朋友及建立友誼的機會
- 2.參與休閒運動能培養社交基礎
- 3.參加團體性的休閒運動可獲得社交上的滿足

二、紓解身心

- 1.參加休閒運動可以舒解生活壓力，達到忘我的境界
- 2.休閒運動能解除沮喪與開朗心情
- 3.參加休閒運動能降低緊張的情緒

三、適應能力與運動技能

- 1.參與休閒運動可以展現個人的最佳體能狀況
- 2.參與休閒運動可以肯定個人的運動能力
- 3.參與休閒運動可以培養正確的運動技巧
- 4.參與休閒運動可以改善身體的適應能力
- 5.參與休閒運動可以培養健康的運動能力
- 6.參與休閒運動可以改善運動方面的技巧
- 7.參與休閒運動的過程中，可以學習到正確的健康常識
- 8.參與休閒運動可以考驗自己的能力水準
- 9.參與休閒運動可以肯定個人在運動方面的技術

四、競爭與成就

- 1.從競爭激烈的比賽中獲得最大的滿足
- 2.競爭是社會中的基本特色，應鼓勵每個人參與高度挑戰性的休閒運動
- 3.參與休閒運動能提升在校的聲望和地位
- 4.參與休閒運動可以獲得自我實現的成就感
- 5.參與休閒運動時追求勝利的過程，是人生最美的體驗
- 6.參與休閒運動可以體驗競爭的感覺

非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意

五、美感的感受

- 1.運動本身具有藝術的特質
- 2.運動能展現個人的美感
- 3.運動能賦予個人美感的經驗

六、知識與成長

- 1.參與休閒運動可以養成規律的運動習慣
- 2.參與休閒運動能改善與維持好身材
- 3.參與休閒運動可以培養建立終身運動習慣
- 4.參與休閒運動可以培養運動家的風度
- 5.參與休閒運動可以增進個人的自我價值

第三部份：設施體驗

本部份的題目在請教您休閒運動設施使用後就整體體驗感受程度請您依照個人實際情形，在右邊適當的□上勾選，體驗量表。滿意度 5 4 3 2 1，謝謝您的協助。

非常同意 滿意 普通 不同意 非常不同意

一、景觀規劃

- 1.運動公園的植栽數量很充足
- 2.運動公園的景觀設計規劃很恰當
- 3.運動公園裡的步道設計規劃很安全
- 4.運動公園的的整體景觀設計良好
- 5.運動公園的植栽種類很多元

二、清潔

- 1.運動公園整體的清潔讓人覺得滿意
- 2.運動公園設施的清潔讓人感到滿意
- 3.運動公園的垃圾桶數量設置很恰當
- 4.運動公園定期的清潔狀況讓人感到滿意
- 5.運動公園廁所的位置分布很恰當
- 6.運動公園廁所的設計很方便
- 7.運動公園廁所的數量很足夠

非常同意
同意
普通
不同意
非常不同意

三、情感交流

- 1.到運動公園能讓我認識很多人
- 2.運動公園舉辦的活動讓人覺得很有興趣
- 3.到運動公園活動讓我和同事的情感變好
- 4.到運動公園活動對我的人際關係有益處
- 5.到運動公園活動讓我和家人感情變好

四. 活動

- 1.我覺得運動公園活動舉辦的方式很恰當
- 2.運動公園的活動舉辦項目很多元
- 3.我到運動公園活動認識許多新朋友
- 4.運動公園的活動舉辦次數很剛好
- 5.到運動公園活動讓我和朋友的感情變好
- 6.運動公園活動舉辦的單位都很用心

五、場地設施

- 1.運動公園的路燈設計規劃感到滿意
- 2.運動公園的籃球場數量足夠且規劃感到滿意
- 3.運動公園的網球場數量足夠且規劃感到滿意
- 4.運動公園的足球場數量足夠且規劃感到滿意
- 5.運動公園的溜冰場數量足夠且規劃感到滿意
- 6.運動公園的兒童遊戲場數量足夠且規劃感到滿意
- 7.運動公園的極限運動場數量足夠且規劃感到滿意
- 8.運動公園的停車場數量足夠且規劃感到滿意
- 9.運動公園的木球場數量足夠且規劃感到滿意

第四部份：忠誠度

本部份的題目在請教您休閒運動設施使用後就整體體驗感受程度請您依照個人實際情形，在右邊適當的□上勾選，體驗量表。滿意度 5 4 3 2 1，謝謝您的協助。

非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
------	----	----	-----	-------

一、再購意願

1. 您願意再到港坪運動公園運動嗎
2. 假如可以從新在作一次選擇，您是否還會做相同的選擇
3. 您是否願意再次使用港坪公園的運動設施

二、向他人推薦

2. 您會將港坪運動公園推薦給親朋好友嗎
3. 您願意推薦您或您的朋友的公司到港坪運動公園辦理體育活動嗎
4. 您願意提供意見給港坪運動公園管理單位作為特別規劃相關推展活動計劃嗎
5. 您願意提供意見給港坪運動公園管理單位作為後續工程改善參考嗎

本問卷到此全部結束，請再檢查一次以免疏漏，謝謝！