

林口勝光羽球館運動消費者滿意度之研究

鄭俊傑/真理大學

柯彥惠/真理大學

蔡慧敏/淡江大學

摘要

本研究以林口勝光羽球館年滿 15 歲以上的消費者為研究對象，針對不同消費者類別變項，探討羽球運動消費者對於林口勝光羽球館的「服務態度」、「場地環境」、「器材設施」、「行政管理」四個因素之滿意度差異。本研究以便利抽樣的方式共發出 100 份問卷，回收有效問卷 100 份，回收率 100%。回收問卷後利用信效度分析、項目分析、因素分析、描述性統計、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析及雪費法事後考驗等統計方式，歸納出幾點結論，期望研究結果能提供管理者作為規劃行銷策略的參考依據。本研究針對林口勝光羽球場的行政管理、服務態度、器材設備、場地環境方面提出部份建議，希望對林口勝光羽球館有所益處。

一、羽球運動消費者在性別方面以「男性」較多，年齡大多介於「21-25 歲」，大部份為「未婚」狀況。而教育程度則以「大學程度」為多，職業以「學生」、每月收入為「20,000 元以下」最多。

二、羽球運動消費者滿意度上的各構面得分以「服務態度」為最高，其次依序為「場地環境」、「器材設施」、「行政管理」。

三、不同教育程度羽球運動消費者在「行政管理」、「服務態度」滿意度上有顯著性差異。

關鍵字：運動消費者、滿意度

壹、緒論

一、研究背景

隨著國民所得增加、知識水平及健康觀念的提升，及我國於 2001 年 1 月 1 日正式實施週休二日，因此，國民有比較多的時間與金錢從事休閒運動。高俊雄



(2002)提到休閒運動人口以及消費增加帶動了休閒運動產業的成長；隨著政府積極推展全民運動，從 1997 年的「陽光系列活動」、1998 年的「陽光健身計畫-厝邊相招來運動」、至 2002 年的「運動人口倍增計畫」，不難發現政府在國人休閒運動生活上作了諸多的努力。王沛泳(2001)認為人們不僅重視休閒時間的多少，對休閒運動的品質亦相當重視。

1957 年台北羽球協會成立，且積極推動羽球運動，每年在國際上及在台北所舉辦的國際羽球名人邀請賽，精湛的球技，加上大眾傳媒的宣傳，使國內瞬間掀起一股羽球熱潮。羽球運動已成為國內熱門運動項目之一(呂芳陽、陳麒文，2003)。羽球運動在我國受歡迎程度極高，這點從公營及私營羽球場館數目，便可了解其普遍之程度。因此，羽球場館顧客滿意度的好壞對提供羽球運動消費者之影響是不容忽視的。呂芳陽(2004)認為花錢買健康的國人即成為運動消費鏈上的主體，而「了解消費者行為」、「滿足顧客需求」已是身為經營管理者的一大課題。

如何給予消費者一個好的體驗及滿意程度，對於運動產業的經營是相當重要的。希望這份研究結果能提供羽球館經營管理者在於規劃設施以及行銷策略上之參考依據。

二、研究目的

根據研究背景，本研究目的為探討羽球運動消費者之現況與滿意度，期望研究結果能提供羽球館經營管理者作為規劃行銷策略的參考。

三、研究範圍與限制

(一) 研究範圍

本研究以羽球館消費者進行滿意度研究，以林口勝光羽球館為研究範圍；主要研究的對象為林口勝光羽球館年滿 15 歲以上的消費者。

(二) 研究限制

研究對象僅限於林口勝光羽球館的消費者，因此所得結論是否能推論至其他地區的羽球運動消費者，尚待驗證。

四、名詞操作性定義

(一) 運動消費者：本研究之運動消費者為閒暇時間內於林口勝光羽球館，依個人自由意願與個人特定參與目標，並付費從事羽球運動的人。

(二) 滿意度：指羽球運動消費者至林口勝光羽球館從事運動行為，體驗後的滿意程度。

貳、研究方法

一、研究設計

本研究採問卷調查法進行研究，針對林口勝光羽球館之運動消費者為母群體，進行問卷調查，根據文獻回顧之理論基礎設計【羽球運動消費者滿意度之問卷】，以羽球運動消費者類別變項及四個構面--「行政管理」、「服務態度」、「器材設施」及「場地環境」的滿意度進行調查，完成後進行資料分析，並根據研究變項之間的關係提出具體結論及建議。

(一) 研究工具

本研究工具為問卷調查，採用封閉式問題，即利用勾選項作答，而問題與選項之設計乃以確實、易懂為重點。問卷之內容參考呂芳陽（2004）研究『台灣地區羽球運動消費者滿意度之研究』加以修訂編製而成，問卷內容包含三部份：

第一部份為消費者對勝光羽球館的滿意度：有二十五個項目，採李克特量表（Likert scale），將答項分為五個向度：『非常滿意』、『滿意』、『普通』、『不滿意』、『非常不滿』，分別給予 5、4、3、2、1 之分數，得分愈高者表示受試者該項的滿意度愈高。

第二部份為消費者類別變項，包括性別、年齡、婚姻狀況、教育程度和每月收入等五項。

二、信度與效度分析

(一) 項目分析：本研究設計之「林口勝光羽球館運動消費者滿意度」量表的各題項中 p 值決斷值均小於.001 且 t 值達.05 顯著水準者，題項均保留。



(二) 信度分析：本問卷採用 **Cronbach α** 內部一致性係數，考驗量表與其各向度間的信度。經考驗後，結果顯示：「林口勝光羽球館運動消費者滿意度」 α 係數值為.91，整體而言，代表本問卷信度良好。

(三) 因素分析：統計分析結果發現：「林口勝光羽球館運動消費者滿意度」量表，其 **KMO** 值為.82，顯示適合進行因素分析，萃取特徵值大於 1，並依照解釋變異量高低分別命名為：

- 1.行政管理：3、5、10、12、13、14、21、25 題。
- 2.器材設施：6、11、17、23、24 題。
- 3.服務態度：1、2、7、8、9、16 題。
- 4.場地環境：4、15、18、19、20、22 題。

在本量表中，經 **Cronbach α** 內部一致性係數考驗後， α 係數達.91，而各向度 α 係數值介於.82 至.88 之間，顯示本量表內部一致性頗佳，如表 1。

表 1 林口勝光羽球館之運動消費者滿意度與各分量表間之信度

向度別	因素一 行政管理	因素二 器材設施	因素三 服務態度	因素四 場地管理	全量表
α 係數	.84	.88	.83	.82	.9121
題項數	8	5	6	6	25

三、資料分析處理

問卷回收後，刪除資料不全，作答不完整及作答呈現規律性或明顯不合理者，隨即進行編碼、登錄，並以套裝軟體 **SPSS 12.0 for Windows** 進行資料分析。

本研究所使用的統計方法有下列：

(一) 本研究之資料處理以 $\alpha=0.05$ 顯著水準進行分析。

(二) 根據本研究目的而使用的統計分析如下：

- 1.以描述性統計說明目前羽球運動消費者的各項消費者類別變項資料。

2.採用獨立樣本 t 檢定，檢定羽球運動消費者不同性別、婚姻狀況與滿意度之差異情形。

3.單因子變異數分析（one way ANOVA）檢定羽球運動消費者不同年齡、教育程度、每月收入與滿意度之差異情形，若比較結果達顯著水準，則採用 Scheffe 法進行事後比較。

參、研究結果與討論

一、羽球運動消費者之特性

描述羽球運動消費者的人口統計變項特性—性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、每月收入，分別描述如下：

（一）性別

在羽球運動消費者的性別分佈情形中，以「男性」者為最多，共有 68 人（68%）；而「女性」者則為 32 人，佔 32%。如表 2 所示。

表 2 性別分佈表

組別	人數	百分比	累積百分比
男性	68	68	68
女性	32	32	100
總和	100	100	

（二）年齡

在羽球運動消費者的年齡分佈情形中，以「21-25 歲」者為最多，共有 32 人（32%）；其次為「15-20 歲」有 21 人（21%）；「40 歲以上」者，有 21 人（21%）；再其次為「26-30 歲」者，有 14 人（14%）；而以「31-40 歲以上」者的比例為最低，共 12 人，佔 12%，如表 3 所示。

表 3 年齡分布表

組別	人數	百分比	累積百分比
15-20 歲	21	21	21
21-25 歲	32	32	53
26-30 歲	14	14	67
31-40 歲	12	12	79
40 歲以上	21	21	100
總和	100	100	



（三）婚姻狀況

在羽球運動消費者的婚姻狀況方面，以「未婚」者為最多，共 71 人（71%）；而「已婚」者則有 29 人（29%）。如表 4 所示

表 4 婚姻分佈表

組別	人數	百分比	累積百分比
未婚	71	71	71
已婚	29	29	100
總和	100	100	

（四）教育程度

由羽球運動消費者的學歷分佈情形得知，教育程度以「大學」者為最多，共有 55 人（55%）；其次為「高中（職）」者，共 20 人（20%）；「研究所」者有 20 人（20%）；最後為「國小國中」者，共 5 人（5%）。如表 5 所示。

表 5 教育程度分佈表

組別	人數	百分比	累積百分比
國小國中	5	5	5
高中（職）	20	20	25
大學	55	55	80
研究所	20	20	100
總和	100	100	

（五）每月收入

在羽球運動消費者的每月收入方面，以「20000 元以下」者為最多，共有 45 人（45%）；其次為「20001~40000 元」者，有 30 人（30%）；再其次為「40001~60000 元」者，有 14 人（14%）；最後為「60001 元以上」者，共有 11 人（11%）。如表 6 所示。

表 6 每月收入表

組別	人數	百分比	累積百分比
20000 元以下	45	45	45
20001~40000 元	30	30	75
40001~60000 元	14	14	89
60001 元以上	11	11	100
總和	100	100	

由上述研究資料可見，整體而言，羽球運動消費者在性別方面以「男性」較

多，年齡大多介於「21-25 歲」，大部份為「未婚」狀況。而教育程度則以「大學」、職業以「學生」居多，每月收入以「20,000 元以下」為主。

二、羽球運動消費者在滿意度之差異

（一）羽球運動消費者滿意度現況分析

由表 7 得知，羽球運動消費者滿意度上的各構面得分以「服務態度」為最高，其依序為「場地環境」、「器材設施」、「行政管理」；各構面得分介於 3.55～3.75 之間，整體平均為 3.67，各構面間的差距小，表示各構面滿意度感受較為平均，羽球運動消費者對於林口勝光羽球館的滿意度感受到中上程度的滿意。

表 7 羽球運動消費者之滿意度現況分析表

項目	平均得分	標準差	排序
服務態度	3.85	.47	1
場地環境	3.70	.54	2
器材設施	3.63	.46	3
行政管理	3.55	.43	4
整體	3.67	.39	

（二）不同性別的羽球運動消費者在滿意度上之差異

不同性別的羽球運動消費者在滿意度上未達顯著性差異，如表 8 所示。結果顯示「行政管理」、「器材設施」、「服務態度」、「場地環境」未達顯著性差異。但由平均數可見，「女性」在滿意度之「行政管理」、「場地環境」、及「整體」上皆大於「男性」，顯示「女性」對於林口勝光羽球館的滿意度大於「男性」；而「男性」在「服務態度」及「器材設施」構面上滿意度較高於「女性」。

表 8 不同性別羽球運動消費者在滿意度上之摘要表

構面	性別	個數	平均數	標準差	t值
行政管理	男性	68	3.52	.43	-.98
	女性	32	3.61	.43	
器材設施	男性	68	3.87	.49	.60
	女性	32	3.81	.44	
服務態度	男性	68	3.63	.44	.03
	女性	32	3.62	.51	
場地環境	男性	68	3.66	.56	-1.23
	女性	32	3.80	.50	
總和	男性	68	3.65	.39	-.59
	女性	32	3.70	.40	

*p<.05



(三) 不同年齡的羽球運動消費者，在滿意度上的差異

不同年齡的羽球運動消費者在滿意度上未達顯著性差異。結果顯示「行政管理」、「器材管理」、「服務態度」、「場地環境」未達顯著性差異（如表 9）。

表 9 不同年齡羽球運動消費者在滿意度之摘要表

構面	年齡	個數	平均數	標準差	F值	事後比較
行政管理	(1) 15-20歲	21	3.57	.40	.51	
	(2) 21-25歲	32	3.54	.41		
	(3) 26-30歲	14	3.43	.47		
	(4) 31-40歲	12	3.56	.48		
	(5) 40歲以上	21	3.64	.44		
器材設施	(1) 15-20歲	21	3.53	.37	.71	
	(2) 21-25歲	32	3.66	.47		
	(3) 26-30歲	14	3.50	.54		
	(4) 31-40歲	12	3.54	.75		
	(5) 40歲以上	21	3.80	.33		
服務態度	(1) 15-20歲	21	3.53	.47	1.44	
	(2) 21-25歲	32	3.66	.48		
	(3) 26-30歲	14	3.50	.38		
	(4) 31-40歲	12	3.54	.54		
	(5) 40歲以上	21	3.80	.37		
場地環境	(1) 15-20歲	21	3.72	.49	.67	
	(2) 21-25歲	32	3.69	.61		
	(3) 26-30歲	14	3.67	.62		
	(4) 31-40歲	12	3.53	.54		
	(5) 40歲以上	21	3.84	.44		
整體	(1) 15-20歲	21	3.66	.30	.70	
	(2) 21-25歲	32	3.68	.43		
	(3) 26-30歲	14	3.55	.40		
	(4) 31-40歲	12	3.61	.50		
	(5) 40歲以上	21	3.77	.35		

*p<.05

(四) 不同婚姻狀況羽球運動消費者在滿意度上之差異

不同婚姻的羽球消費者在滿意度上未達顯著性差異。結果顯示「行政管理」、「器材設施」、「服務態度」、「場地環境」未達顯著性差異。但由平均數可見，在「行政管理」、「服務態度」、「場地環境」、及「整體」均是「已婚」者之得分高於「未婚」者；在「器材設施」上則是「未婚」者滿意度高於「已婚」者。（如表 10）

表 10 不同婚姻狀況的羽球消費者在滿意度之摘要表

構面	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	t值
行政管理	未婚	71	3.54	.39	-3.33
	已婚	29	3.58	.52	
器材設施	未婚	71	3.86	.49	.08
	已婚	29	3.85	.46	
服務態度	未婚	71	3.58	.47	-1.62
	已婚	29	3.71	.42	
場地環境	未婚	71	3.69	.56	-.56
	已婚	29	3.75	.51	
整體	未婚	71	3.65	.38	-.75
	已婚	29	3.71	.42	

* $p < .05$

(五) 不同教育程度羽球運動消費者在滿意度上之差異

不同教育程度的羽球消費者在「行政管理」、「服務態度」滿意度上達顯著性差異 ($p < .05$)，如表 11 所示。在「行政管理」及「服務態度」方面，教育程度在高中（職）的羽球運動消費者高於大學；「器材設施」、「場地環境」則未達顯著性差異。

表 11 不同教育程度的羽球消費者在滿意度之摘要表

構面	教育程度	個數	平均數	標準差	F值	事後比較
行政管理	(1) 國小國中	5	3.55	0.44	3.04*	(2) > (3)
	(2) 高中（職）	20	3.77	0.43		
	(3) 大學	55	3.45	0.41		
	(4) 研究所	20	3.61	0.40		
器材設施	(1) 國小國中	5	3.92	0.11	2.26	
	(2) 高中（職）	20	4.01	0.50		
	(3) 大學	55	3.75	0.46		
	(4) 研究所	20	3.98	0.49		
服務態度	(1) 國小國中	5	3.60	0.48	4.18**	(2) > (3)
	(2) 高中（職）	20	3.92	0.40		
	(3) 大學	55	3.52	0.45		
	(4) 研究所	20	3.63	0.41		
場地環境	(1) 國小國中	5	3.70	0.27	1.44	
	(2) 高中（職）	20	3.89	0.57		
	(3) 大學	55	3.57	0.50		
	(4) 研究所	20	3.71	0.65		
整體	(1) 國小國中	5	3.70	0.27	3.64*	(2) > (3)
	(2) 高中（職）	20	3.89	0.39		
	(3) 大學	55	3.57	0.36		
	(4) 研究所	20	3.71	0.43		

* $p < .05$



(六) 不同收入羽球運動消費者在滿意度上之差異

不同收入的羽球運動消費者在滿意度上未達顯著性差異。結果顯示「行政管理」、「器材設施」、「服務態度」、「場地環境」未達顯著性差異，如表12所示。但由平均數可見，隨者每月收入高低的不同，對於林口勝光羽球館的滿意度也不同，月收入在「60,001元以上」者對於整體的滿意度是低於平均值，其次為月收入在「20,000元以下」者，由人口統計分析來看月收入 20,000 以下的大多為學生族群，有較多的時間在從事羽球運動，對於林口勝光羽球館的整體滿意度也是低於平均值。許世銘（2000）認為每月平均所得在顧客滿意度上沒有顯著差異，參與次數愈高者，對場地的感情愈好，因而對服務的品質愈嚴苛，使得滿意度較低。張良漢、蘇榮立（2000）認為每月平均所得在顧客滿意度上沒有顯著差異。沈淑貞（1999）則認為是收入的多寡應會影響個人生活品質的高低，對服務品質的要求亦會相對受到左右；其認為收入越高者，對品質的要求越嚴苛，而易產生低滿意度。本研究結果皆與以上學者研究結果相同。

表 12 不同收入的羽球消費者在滿意度之摘要表

構面	收入	個數	平均數	標準差	F值	事後比較
行政管理	(1) 20000元以下	45	3.52	0.38	1.09	
	(2) 20001~40000元	30	3.66	0.53		
	(3) 40001~60000元	14	3.51	0.35		
	(4) 60001元以上	11	3.43	0.38		
器材設施	(1) 20000元以下	45	3.90	0.43	0.87	
	(2) 20001~40000元	30	3.83	0.52		
	(3) 40001~60000元	14	3.91	0.55		
	(4) 60001元以上	11	3.65	0.40		
服務態度	(1) 20000元以下	45	3.58	0.46	0.95	
	(2) 20001~40000元	30	3.69	0.47		
	(3) 40001~60000元	14	3.74	0.32		
	(4) 60001元以上	11	3.50	0.54		
場地環境	(1) 20000元以下	45	3.70	0.57	0.41	
	(2) 20001~40000元	30	3.78	0.56		
	(3) 40001~60000元	14	3.60	0.44		
	(4) 60001元以上	11	3.67	0.56		
整體	(1) 20000元以下	45	3.65	0.36	0.63	
	(2) 20001~40000元	30	3.73	0.46		
	(3) 40001~60000元	14	3.67	0.35		
	(4) 60001元以上	11	3.55	0.40		

*p<.05

肆、結論與建議

一、結論

(一) 整體而言，羽球運動消費者為未婚的男性，而年齡介於**21-25** 歲。教育程度為大學及職業以學生居多，故每月收入為**20,000**元以下為主。

(二) 從不同消費者類別變項羽球運動消費者之滿意度差異比較，女性對於行政管理及場地環境的滿意度較高，而男性在服務態度及器材設施構面上滿意度較為滿意；在學歷為大學程度之學生對於林口勝光羽球館的行政管理、服務態度、器材設施及場地環境之滿意度較低；每月收入在**60,001**元以上，對於整體的滿意度是低於平均值，推論其原因：收入較高的消費者對於行政管理、器材設施及服務態度方面比較重視。

二、建議

(一) 對於羽球場館經營者的建議

1.建議業者從場館使用費用折扣優惠的措施、安全維護、開放時段、對消費者需求的重視程度、舉辦的羽球賽頻率等各項進行適當改進，推出優惠方案，會員消費折扣，及延長假日的營業時間等。

2.在發放問卷過程中發現，許多為數不少的女性（非研究對象）是陪同男友或先生至羽球館，以休閒角度及欣賞的方式參與，建議球館辦理「混雙比賽」，並提供駐場教練教學服務，開發潛在市場。

3.消費者大多為學生族群，消費能力較差，建議業者以年紀為**30**歲以上較有消費能力者，進行市場拓展，譬如舉辦壯年組的比賽及活動。

4.羽球館可針對消費者，以招募會員的方式給與適當的折扣，來留住這些球齡較長的消費者，並提供駐場教練教學服務來吸引其他球齡較短的消費者。

5.建議業者多舉辦館內的友誼比賽，藉此增進運動樂趣、提升比賽經驗。同時透過比賽，可提升滿意度。

(二) 對於後續研究者的建議



- 1.本研究僅以滿意度為變數進行探討，建議未來研究者可增加休閒動機、阻礙因素、人格特質、追尋利益等變數，使研究更為完整，了解消費者之滿意度更為深入。
- 2.本研究僅針對林口勝光羽球館的消費者進行調查，建議未來研究者可針對公營羽球場館之羽球運動消費者、及大學、高（國）中、小學體育館開放時段供民眾承租者進行全面調查，以獲得更深入之分析。
- 3.建議後續研究者能進行政管理單位的調查，如此有助於訂定更有效的行銷策略。

參考文獻

- 王泳沛（2001）。球迷參與行為及滿意度之影響因素－統一獅實証研究。國立成功大學企業管理系碩士論文，未出版，台南市。
- 呂芳陽、陳麒文（2003）。近代羽球比賽制度規則演變之探討。大專體育，65，130-133。
- 呂芳陽（2004）。台灣地區羽球運動消費者參與行為與滿意度之研究。天主教輔仁大學體育學系碩士論文，未出版，台北縣。
- 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。國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 高俊雄（2002）。運動休閒事業管理。台北：志軒企業有限公司。
- 張良漢、蘇榮立（2000）。羽球場館顧客滿意度及參與行為之研究。論文發表於國立臺灣體育學院主辦之「我國運動產業趨勢分析暨運動管理教育」研討會，台中市。
- 許世銘（2000）。高爾夫會員證購買動機、投資認知及會員滿意度之探討－以東方高爾夫球場為例。國立臺灣大學財務金融學研究所碩士論文，未出版，台北市。