

A Study of Service Quality and Participant ' s Satisfaction For 101 Citizens Games

劉怡君、呂崇銘

E-mail: 374849@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The study aims to the participants in Citizens Games. The purpose of this study is to understand the background of the participants, service quality and satisfaction. In addition, the study also focuses on the related situation between the service quality and satisfaction of the participants. The results of the study: I. According to the analysis of the character of the participants in Citizens Games, the male are more than the female, the unmarried, the age under 20, the degree of college and students are in the majority. Most of their monthly income is under twenty thousand NT dollars, most of them live in the central Taiwan and the athlete are the major participants. II. Service quality of the participants in Citizens Games has the highest correlation with the " Empathy ", the next are " Reliability ", " Responsiveness ", " Assurance ". In other word, " Tangibles " has the least correlation. III. Different age, marriage, , education, monthly income and the role of the participants have high distinguished difference in service quality. IV. The satisfaction of the participants in Citizens Games has the highest correlation with " Location and Broadcast ", and the followings are " Accessory ", " Awarding ", " Transportation Service ". That is, " Advertisement and Information " has the least correlation. V. Different age, marriage, education, career, monthly income, living area, and the role of the participants in the satisfaction degree have high distinguished difference. VI. Every aspect of the service quality and satisfaction of the participants has distinguished high correlation. Among them, the factor structures of " Reliability " and " Location and Broadcast " have the highest correlation.

Keywords : Athletic Event、 Service Quality、 Satisfaction

Table of Contents

第一章 緒論 第一節 問題背景	1	第二節 研究目的	
第三節 研究問題	3	第四節 研究範圍與限制	4
第二章 文獻探討 第一節 全民運動會之發展	4	第五節 名詞操作性定義	5
第二節 服務品質之相關研究	7	第三節 滿意度之相關研究	11
第四節 服務品質與滿意度之相關研究	11	第五節 本章總結	29
第三章 研究方法與步驟 第一節 研究方法	29	第二節 研究架構及流程	33
第三節 研究對象	34	第四節 實施程序	36
第五節 研究工具的編制	36	第六節 資料處理與統計分析	47
第四章 結果與討論 第一節 全民運動會參與者之特性分析	47	第二節 全民運動會參與者服務品質要素之現況及各基本背景變項在服務品質要素上之差異比較	48
第三節 全民運動會參與者滿意度要素之現況及各基本背景變項在滿意度要素上之差異比較	54	第四節 全民運動會參與者服務品質與滿意度之相關分析	65
第五章 結論與建議 第一節 結論	65	第二節 建議	77
參考文獻 一、中文部份	78	一、英文部份	80
附錄一 全民運動會服務品質與滿意度量表(專家效度問卷)	84	附錄二 全民運動會服務品質與滿意度量表(預試問卷)	86
附錄三 全民運動會服務品質與滿意度量表(正式問卷)	94	表次 表2-1 歷屆全民會承辦單位、大會主題及吉祥物	97
表2-2 服務品質之定義	10	表2-3 服務品質衡量構面彙整表	12
表2-4 SERVQUAL量表衡量構面及評估項目	14	表2-5 服務品質之相關研究	16
表2-6 顧客滿意度之定義一覽表	17	表2-7 滿意度衡量構面彙整表	22
表2-8 滿意度相關研究彙整表	23	表2-9 服務品質與滿意度之關係一覽表	26
表3-1 問卷發放數量表	29	表3-2 專家學者組合表	37
表3-3 服務品質量表項目分析摘要表	40	表3-4 顧客滿意量表項目分析摘要表	41
表3-5 服務	42		

品質量表因素分析摘要表 -----	44	表3-6 參與者滿意量表因素分析摘要 -----	45
表3-7 服務品質信度分析摘要表 -----	46	表3-8 參與者滿意度信度分析摘要表 -----	46
-----	46	表4-1 全民運動會參與者性別分析表 -----	48
婚姻分析表 -----	49	表4-2 全民運動會參與者年齡分析表 -----	50
表4-3 全民運動會參與者教育程度分析表 -----	50	表4-4 全民運動會參與者職業分析表 -----	51
表4-5 全民運動會參與者個人平均月收入分析表 -----	51	表4-6 全民運動會參與者居住地區分析表 -----	52
表4-7 全民運動會參與者參與賽事角色分析表 -----	52	表4-8 全民運動會參與者服務品質要素之各題項及構面一覽 -----	56
表4-9 全民運動會參與者在服務品質要素上之變異數摘要表 -----	57	表4-10 不同性別參與者在服務品質要素上之變異數摘要表 -----	57
表4-11 不同婚姻參與者在服務品質要素上之變異數摘要表 -----	58	表4-12 不同年齡參與者在服務品質要素上之變異數摘要表 -----	58
表4-13 不同教育程度參與者在服務品質要素上之變異數摘要表 -----	59	表4-14 不同職業參與者在服務品質要素上之變異數摘要表 -----	59
表4-15 不同月收入參與者在服務品質要素上之變異數摘要表 -----	60	表4-16 不同居住地區參與者在服務品質要素上之變異數摘要表 -----	60
表4-17 不同角色參與者在服務品質要素上之變異數摘要表 -----	61	表4-18 全民運動會參與者滿意度要素之各題項及構面一覽表 -----	66
表4-19 不同性別參與者在滿意度要素上之變異數摘要表 -----	67	表4-20 不同婚姻參與者在滿意度要素上之變異數摘要表 -----	67
表4-21 不同年齡參與者在服務品質要素上之變異數摘要表 -----	68	表4-22 不同教育程度參與者在滿意度要素上之變異數摘要表 -----	69
表4-23 不同職業參與者在服務品質要素上之變異數摘要表 -----	69	表4-24 不同月收入參與者在滿意度要素上之變異數摘要表 -----	70
表4-25 不同居住地區參與者在滿意度要素上之變異數摘要表 -----	71	表4-26 不同角色參與者在滿意度要素上之變異數摘要表 -----	72
表4-27 服務品質與滿意度之相關係數表 -----	76	圖次 圖3-1 研究架構圖 -----	34
-----	34	圖3-2 研究流程 -----	35

REFERENCES

- 一、中文部份 王文科、王智弘(2008)。教育研究法(十二版)。臺北市:五南圖書。0 王志全(2008)。休閒農場服務品質、消費者決策型態與重遊意願之研究 - 以松田崗創意生活農莊為例。未出版碩士論文, 國立嘉義大學體育與健康休閒研究所, 嘉義市。王振明(2005)。運用結構方程模式探討品牌權益、服務品質、顧客滿意度、關係品質與顧客忠誠度之關係 - 以桃園縣加油站為例。未出版碩士論文, 國立東華大學, 花蓮縣。江金山(2006)。全國中等學校運動會在田徑項目服務管理之研究。建國科大學報, 26(3), 45-66。交通部觀光局(2009)。2008年台灣地區主要觀光遊憩區遊客人數月別統計。2011年5月4日, 取自交通部觀光局, 觀光統計年報網址: http://admin.taiwan.net.tw/statistics/year_show.asp?selno=48&selyear=2011&sikey=5 李勇霆(2006)。健身俱樂部服務品質與顧客行為意向之研究-以臺北捷運北投會館為例。未出版碩士論文, 臺北市立體育學院, 臺北市。李城忠、沈德裕(2007)。運動觀光特色對遊客認知價值與滿意度影響之研究 - 以日月潭萬人泳渡為例。人文暨社會科學期刊, 3(1), 17-26。李炳昭、陳一之(2009)。登山步道遊憩吸引力、服務品質、遊客滿意度與忠誠度影響模式建構之研究。休閒產業管理學刊, 2(2), 48-65。吳柏叡(2008)。服務品質、觀眾滿意度及忠誠度之關聯性研究 - 以2008年企業排球聯賽為例。未出版碩士論文, 國立臺灣體育大學, 臺中市。吳政謀(2005)。運動健身俱樂部參與行為、服務品質、滿意度與忠誠度之研究-以奔放主題運動館為例。未出版碩士論文, 臺北市立體育學院, 臺北市。吳政隆、張良漢、丁淑君(2008)。高爾夫球場的服務品質、顧客滿意與行為意向之研究。休閒產業管理學刊, 1(3), 1-14。吳陳忠(2003)。休閒俱樂部服務品質與顧客滿意之研究-以臺北圓山聯誼會為例。未出版碩士論文, 國立臺北大學, 臺北縣。吳亮頤(2009)。運動賽會觀賞者觀光意象及滿意度之相關研究--以2009世界運動會為例。未出版碩士論文, 國立臺灣師範大學, 臺北市。吳育誠。(2010)民俗運動賽會參與者之動機、滿意度與再遊意願之研究-以嘉義縣龍舟競賽為例。未出版碩士論文, 國立台灣體育大學, 臺中市。吳明隆、塗金堂(2007)。SPSS統計應用分析。臺北市:五南圖書。吳明隆(2008)。論文寫作與量化研究》。台北市:五南圖書。邱皓政(2009)。量化研究與統計分析(第三版)。臺北市:五南圖書。林房儂(2003)。2008奧運商機與臺灣運動觀光產業分析(專題演講)。九十二學年度觀光及休閒產業管理學術研討會論文集(頁2-8)。國立屏東科技大學, 屏東縣。林秉毅(2005)。臺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, 國立屏東教育大學, 屏東縣。林聰哲(2008)。中部地區高爾夫球場服務品質、消費者知覺價值、滿意度與行?意向之研究。管理實務與理論研究, 2(4), 196-214。林聖薇、林煜超、陳窗期(2008)。公部門服務品質、顧客滿意度與員工認知之研究-以臺北市商業處為例。聯大學報, 5(2), 143-162。林國瑞(2009)。, 頁9, 未出版。新竹:國立新竹教育大學體育系。林偉智(2010)。國立臺灣大學綜合體育館服務品質、顧客滿意度與再購意願之研究未出版碩士論文, 國立臺灣師範大學, 臺北市。林士彥、張良漢、蘇士博(2007)。賽會服務品質與價值對現場觀眾滿意度及忠誠度之相關性研究—以中華職棒為例。體育學報, 40(1), 77-92。衫本辰夫(1986)。事務、營業、服務的品質管制(盧淵源譯)。中興管理顧問公司。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, 臺北市。洪瑋澧(2010)。行銷公關效果與運動賽會滿意度關係之研究-以2009臺北聽奧為例。未出版碩士論文, 國立彰化師範大學, 彰化縣。洪珠媚(2007)。大臺南地區運動健身俱樂部會員服務品質、滿意度與忠誠度之因果徑路關係研究。北體學報, 15, 193-203。胡俊煌(2005)。臺北市全聯福利中心服務品質之顧客滿意度研究。未出版碩士論文, 國立臺灣師範大學, 臺北市。徐欽賢、黃國光、鄭桂玫(2007)。運動賽會觀光服務需求與滿意度之研究。運動休閒餐旅研究, 2(3), 33-43。高俊雄(2000)。運動服務管理。桃園縣:志軒。高俊雄(2000)。運動休閒事業管理。桃園市:志軒。陳智德(2002)。管理顧問業服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度研究。未出版碩士論文, 國立成功大學, 台南市。陳明邦(1995)。服務品質的管理, 品質管

制月刊, 31(11), 16-19。陳湘菱(2008)。臺灣北區信用卡發卡銀行顧客評價模式之研究。未出?碩士論文, 清雲科技大學, 桃園縣。陳金盈(2000)。我國綜合性運動會改革之探討—以全國運動會為例。臺灣體育, 105 期, 2-9頁。陳成業、林怡秀(2009)。運動賽會運動場館設施與現場觀眾滿意度關係之研究 - 以臺中洲際棒球場第37屆世界盃棒球賽為例。體育學報, 42(1), 55-68。陳林鴻(2009)。服務品質、關係品質、顧客滿意度與忠誠度影響關係之研究-以臺北市市民運動中心為例。未出版碩士論文, 國立臺灣師範大學, 臺北市。陳龍(2007)。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。陳瑞辰(2008)。游泳池服務品質、顧客滿意度與再購意願之研究-以臺北縣三重市地區游泳池為例。未出版碩士論文, 國立臺灣師範大學, 臺北市。陳怡婷(2009)。產品屬性對清潔劑線上顧客忠誠度及購買行為之影響探討。未出版碩士論文, 國立交通大學, 新竹市。康正男、胡林煥、周宇輝(2009)。顧客知覺服務品質、滿意度與忠誠度:臺灣大學運動休閒館之研究。臺灣體育運動管理學報, 9, 101-116。許樹淵(1999)。中華民國全國運動會簡史。大專體育, 46 期, 7-10 頁。郭冀謙(2009)。體適能俱樂部會員涉入程度、關係品質、滿意度與生活品質之研究-以高雄市地區為例。未出版碩士論文, 南華大學, 嘉義縣。張几文(2008)。服務品質、滿意度與重遊意願之研究-以牛耳藝術渡假村為例。未出版碩士論文, 朝陽科技大學, 臺中縣。張昆生(2005)。活動服務品質與遊客忠誠度關係之研究 - 以日月潭泳渡為例。未出版碩士論文, 朝陽科技大學, 臺中縣。張火燦、余月美(2008)。服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究。明新學報, 34(1), 127-140。張賢盛(2005)。台南地區高爾夫消費行為與球場服務品質之研究。未出版碩士論文, 國立體育學院, 桃園縣。張志宏(2003)。量販店業顧客滿意度與顧客忠誠度之研究。未出版碩士論文, 淡江大學, 臺北縣。程紹同(2004)。運動賽會管理-理論與實務。台北市:揚智。游仁宗(2002)。全國YMAC運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究。未出版碩士論文, 朝陽科技大學, 臺中縣。黃金柱(2006)。運動觀光導論。臺北市:師大書苑。黃蕙芝、張家銘(2008)。日月潭嘉年華水上活動吸引力與運動觀光客參與動機、滿意度及忠誠度之研究。休閒暨觀光產業研究, 3(1), 37-48。黃冠曉(2007)。臺灣全民運動會發展之研究:以2006年為例。未出版碩士論文, 國立屏東教育大學, 屏東縣。黃錫秋(2010)。教育部全國各級學校拔河比賽服務品質之研究。未出版碩士論文, 國立台灣體育大學, 桃園縣。黃詩雯(2010)。運動觀光賽會服務品質與參與者滿意度之研究-以2009臺東之美鐵人三項國際邀請賽為例。未出版碩士論文, 國立台灣體育大學, 台中市。黃娟娟(2005)。運動用品業行銷策略與顧客滿意度、忠誠度之相關研究 - 以中部地區大專學生為例。未出版碩士論文, 大葉大學, 彰化縣。黃偉松(2001)。服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究-以證券商為例。未出版碩士論文, 淡江大學, 臺北縣。黃怡音(2003)。客服中心服務品質對顧客滿意度及忠誠度之研究 以信用卡為例。未出版碩士論文, 國立政治大學, 臺北市。廖柏雁(2009)。台灣全民運動會發展之研究。未出版碩士論文, 國立台灣體育大學, 桃園縣。蔡士傑(2005)。運動健身俱樂部服務品質、顧客滿意度與再購意願之研究-以桑富士運動俱樂部為例。未出版碩士論文, 國立臺灣師範大學, 臺北市。楊秀玲(2006)。服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關聯性之研究 - 以金門地區銀行業為例。未出版碩士論文, 長榮大學, 臺南市。劉永元(2009)。, 頁10, 未出版。新竹:國立新竹教育大學體育系。盧瑞山(2005)。臺灣地區馬拉松賽會活動服務品質之研究 以2004澎湖首屆世界華人馬拉松賽為例。未出版碩士論文, 國立嘉義大學, 嘉義縣。蔡聰智、謝旻諺、曾淑平(2008)。梨山馬拉松賽參與者之參與動機與參與滿意度之研究。台南科大學報, 27(2), 195-208。潘沛彤(2008)。臺北地區桌球俱樂部服務品質與顧客滿意度關係之研究。未出版碩士論文, 國立臺灣師範大學, 臺北市。蘇文凱(2005)。主題遊樂園服務品質、顧客滿意、知覺價值與行為意向關係之研究 以月眉育樂世界探索樂園為例。未出版碩士論文, 朝陽科技大學, 臺中縣。蕭睿崢(2005)。高爾夫球場服務品質與顧客滿意度之研究-以林口球場為例。未出版碩士論文, 輔仁大學, 臺北縣。鄭志富(審譯)(2010)。運動行銷學。臺北市:易利圖書。(Fullerton, S., 2007) 鍾志強(2007)。運動會參與者體驗與體驗價值關係之研究:以2006年大專校院運動會為例。大專體育學刊, 9(1), 1-12。蕭于倫(2009)。97學年度大專足球聯賽參與者服務品質之研究。未出版碩士論文, 國立體育大學, 桃園縣。關芝穎(2004)。百貨公司服務品質、顧客滿意度、顧客忠誠度與消費者生活形態關係之研究-以臺北市地區為例。未出版碩士論文, 國立東華大學, 花蓮縣。關山晴(2002)顧客滿意度與忠誠度之研究 - 以西式速食業為例。未出版碩士論文, 國立台灣科技大學, 臺北市。二、英文部份 American Sport Education Program. (1996). Event management for sport directors. New York: Human Kinetics. Bitner, M.J., Bernard, H.B., and Mohr, L.A., (1994). " Critical Service encounter: The Employee ' S viewpoint. " Journal of Marketing, Vol.58, Oct., pp95-106. Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customer ' s assessments of service quality and value. Journal of Consumer Research, 17(4), 375-384. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. Journal of Marketing, 56(3), 55-68. Crosby, L. A., & Stephens, N. (1987). Effects of relationship marketing on satisfaction, retention, and prices in the life insurance industry. Journal of Marketing Research, 24(4), 404-411. Cadotte, E. R., Robert, B. W., & Roger, L. J. (1987). Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction. Journal of Marketing Research, 24, 305- 314. Cardozo, R. N. (1965). An Experimental Study of Customer Effort, Expectation and Satisfaction. Journal of Marketing Research, 1 (2), 244-249. Czepiel, J. A. (1974). Perspective on Customer Satisfaction. AMAC on ference Proceedings, 8, 119-123. Day, R. L. (1988). Extending the Concept of Consumer Satisfaction. Atlanta Association of Consumer Research, 4 (20), 149-154. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. Journal of Marketing, 1, 6-21. Gavin, D.A. (1987). " Quality on the Line , " Harvard Business Review, Vol.61, September-October, pp.65-73. Hempel, D. J. (1977). Consumer satisfaction with the home buying process: Conceptualization and measurement. In H. K. Hunt (Ed.). The conceptualization of consumer satisfaction and dissatisfaction. Cambridge, Mass: Marketing science institute. Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). The theory of buyer behavior. New York: John Willey and Sons. Howat, G., Crilley, G., & Mcgrath, R. (2008). A focused service quality, benefits, overall satisfaction and loyalty model for public aquatic centres. Managing Leisure, 13, 139-161. Juan, J. M. (1986), Universal Approach to Management for Quality", Quality , Process, 19, 19-24. Koo, G. Y. (2009). Examination of the causal effects between the dimensions of service quality and spectator satisfaction in minor league baseball. International Journal of Sports Marketing & Sponsorship, 11(1), 46-59. Kristensen, K., Martensen, A., & Gronholdt, L. (1999). Measuring the impact of buying behaviour on customer satisfaction. Total Quality Management, 10(4/5), 602-614. Mitra, A. (1993). Fundamentals of quality control and improvement. NY: Macmillan. Mullin, B. & Hardy, S. &

Sutton, W.(2000).Sport Marketing. Human Kinetics.Crosby, P. B. (1979) . Qual ty Is Free: The Art of Marking Quality Certain. New Yor k : New American Library . Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. Journal of Retailing, 57(3), 25-48. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, 49, 41-50. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. Journal of Marketing, 52, 35-48. Parker, C. , & Mathews, B. P. (2001). Marketing Intelligence and Planning . Bradfor . 19 (1), 38. Phillip, K. H., Gus, M. G., Rodney, A. C., & John, A. R. (2003). Customer repurchase intention a general structural equation model. European Journal of Marketing, 37, 11-12. Rust, R. T., & Oliver, R. W. (1994). Notes and comments: The death of advertising. Journal of Advertising, 23(4), 71-77. Sasser, W. E., Olsen, R.P., and Wyckoff, D. D. (1978). Management of service operations. Boston, Mass: Allyn and Bacon. Schvaneveldt, S.. Enkawa, T. J.. & Miyakawa, M. (1991). Consumer evaluation perspectives of service quality : Evaluation factors and two-way model of quality. Total Quality Management, 2, 149-161. Vanessa, A. I., Hartmann, P., & Pilar, Z. C. (2006). Antecedents of customer loyalty in residential energy markets: Service quality, satisfaction, trust and switching costs. Service Industries Journal, 26(6), 633-650. Wakefield, R. L. (2001). Service quality. The CPA Journal, 71(8), 58-60. Westbrook, R.A.(1980).A re-tailing Scale for Measuring Product/Service Satisfaction,Jonual of Marketing,44 (Fall) ,68-72. Woodruff, R.B., R.C. Ernest, and R.L. Jenkins, (1993) " Modeling Consumer Satisfaction Processes Using Experience-Based Norms, " Journal Marketing research, Vol.20, pp.296-304. Zeithaml , V . A . , & Bitner , M . J . (1996) . Service Marketing .NY: Mc Graw Hill .