

Research of Taekwondo Coach with Professional Knowledge and Ability Degree of Recognition and Loyalty View from a...

賴俊玄、李城忠

E-mail: 381846@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Taekwondo originated in Korea, is our country to particularly develop item in recent years, is a highly competitive and spectator sports. It is very important roles to the establishment of the Taekwondo clubs and coach with professional knowledge and ability, in order to continue to enhance the Taekwondo international achievement and promotion of learning population. Except for the Taekwondo clubs, schools in whole country all have a Taekwondo school teams and clubs that shows how much popular of Taekwondo. The purpose of this research is inquiries into Taekwondo coach with professional knowledge and ability, degree of recognition, and loyalty with coach that uses the view from a contestant perspective. The different Taekwondo space of students and school athletics contestants are object of research. Research methods, questionnaires were given a total of 300 questionnaires were distributed and 278 valid questionnaires. Applied SPSS 18.0 software package to carry on statistics analysis, the analysis shows as a result: Taekwondo coach with professional knowledge and ability will positively affect the contestant' loyalty. And Taekwondo coach with professional knowledge and ability will not positively affect degree of recognition. The study found that an excellent coach professional knowledge will give contestants a good subjective feeling with a high degree of loyalty, but young children cannot render the substance of the role of the degree of recognition.

Keywords : professional knowledge and ability, degree of recognition, and loyalty

Table of Contents

第一章 緒論 第一節 研究背景與動機 1 第二節 研究目的 4 第三節 研究問題 4 第四節 研究範圍與限制 4 第五節 名詞解釋 5
第二章 文獻探討 第一節 跆拳道發展及精神 8 第二節 教練專業知能 9 第三節 選手認同度 20 第四節 忠誠度 24 第三章 研究方法 第一節 研究架構 33 第二節 研究假設 33 第三節 研究流程 34 第四節 研究對象 35 第五節 變數操作型定義與問卷分析 35 第六節 研究程序 38 第七節 資料分析 38 第四章 研究結果分析與討論 第一節 問卷信效度與檢驗分析 40 第二節 樣本結構分析分析 40 第三節 驗證型因素分析與路徑分析 46 第五章 結論與建議 第一節 研究結論 50 第二節 研究建議 51 第三節 後續研究建議 52 第四節 未來研究建議 52 參考文獻 中文文獻 53 英文文獻 58 附錄 附錄一 問卷 61

REFERENCES

一、中文部分 毛彥明、陳詩欣、徐台閣（2007），跆拳道規則修訂對選手比賽的影響。中華體育季刊，21 (1)，92-99。中華民國跆拳道協會(2012)，國技院與世界跆拳道聯盟之現況。台北:中華中華民國跆拳道協會。中華民國跆拳道協會(2012)，教練制度實施辦法，台北:國家級教練講習手冊。王元聖（2006），大專院校跆拳道教練領導行為與甲組跆拳道選手滿意度關係，淡江體育期刊，9，51-59。王俊明（2007），大專運動員偏好與知覺教練領導行為差距及代理效能對教練領導效能的影響，台灣運動心理學報，第11期，1-16頁。王婷穎（2001），國際觀光旅館之服務品質、關係品質與顧客忠誠度之相關性研究 - 以臺北、臺中及高雄地區為例，未出版之南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，嘉義。行政院體委會（2004），我國運動休閒服務業人才供需調查及培訓策略研究。台北:行政院體委會。李城忠（2005），健身俱樂部關係品質對顧客對顧客忠誠度影響之探討—大台北地區健身俱樂部之實證研究。台灣體育運動管理學報，3，77-102。李城忠，林孟潔（2005），運動健身俱樂部個人教練之專業知能、顧客滿意度與顧客忠誠度之研究，人文暨社會科學期刊，第一卷第二期55-64頁。李明晉，許維素（2011），淺談教練心理學之興起與展望。輔導季刊第47卷 第2期 第 50-61頁。宋一夫，湯慧娟（2009），高中甲組排球運動員知覺教練領導與教練效能對團隊氣氛之影響之影響研究。臺灣運動心理學報，第十五期，13-25頁。沈進成，黃鴻斌，劉文禎（2006），金牌健康體適能俱樂部會員參與動機、參與行為、滿意度及忠誠度影響關係之研究，運動休閒餐旅研究，1(1)，68-91。岳維（2001），中國跆拳道。北京:北京體育大學出版社。吳海助、劉兆達、戴偉國（2007），跆拳道指導者的教學與訓練行為分析之行動研究。國立體育學院論叢，18卷2期，57-72頁。林榮培（2001），跆拳道運動員專項體能與致勝要素探討。中華體育季刊，16 (1)，112-120。林榮培（2007），影響跆拳道館學員參與的關鍵因素。大專體育學術專刊（頁297-301），台北市:中華民國大專院校體育總會。林榮培（2007），跆拳道館中的教練與學員之共同團體:領導風格與相似性，大專體育學術專刊（頁353-360），台北市:中華民國大專院校體育總會。林正常（2002），運動教練手冊，台北縣:永和市。姜慧嵐（2005），健身產業人力運用現況與管理趨勢，國民體育季刊，34(2)，76-81。高誼、陳立人（1998），跆拳道，北京市:北京體育大學出版社。莊紋娟、陳科嘉（2009），跆拳道專項運動能力訓練之探討。嘉大體育健康休閒期刊，第八卷一期，頁235-242 ISSN:1815-7319。涂智賢（2000）

，運動教練領導風格對選手成績表現與滿意度之研究，體育學報28，45-58。秦玉芳（1997），跆拳道運動，未出版碩士論文，國立體育學院運動教練研究所。翁志成（1996），運動教練與領導行為，國民體育季刊，頁52 - 57。許如雅（2004），我國跆拳道優秀選手教練領導行為之研究，文化體育學刊，2，103-116。程紹同（1996），成功教練必備的管理能力，國民體育季刊，25，44-50。陳志一（2007），顧客知覺價值與顧客滿意度對顧客忠誠度影響之研究，以國立臺灣大學綜合體育館羽球消費者為例，運動教練科學，第9期。陳貞良（2005），健身俱樂部運動指導員所需具備之專業能力，國民體育季刊，34(2)，71-75。陳科嘉，莊紋娟，賴森林（2008），國內跆拳道選手背景結構與訓練滿意度差異之研究。嘉大體育健康休閒期刊，第七卷三期144 - 155頁。陳建成，陳建佑（2008），臺灣國際觀光旅館服務品質、信任與顧客忠誠度關係之實證研究，運動與遊憩研究，第163 -181頁。陳琳、趙冰、劉驍倩、黃寧寧（2007），我國跆拳道之發展與科研現況及其建議，湖北體育科技，26(3)，249-252。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。歐宗明（2007），教師與教練概念內涵之比較，臺南大學體育學報，2，134-135。張婉貞、莊紋娟、江界山、陳和德、林清和（2004），跆拳道基礎及專項肌力訓練法，文化體育學刊，2，211-216。黃國恩（2004），柔道選手的心理競技能力契合度與專業承諾對運動表現及團隊滿意度之預測，台灣運動心理學報，5，43-58。黃國恩（2010），柔道選手知覺教練效能、團隊承諾及專業承諾之關係，體育學報，第43卷第2期55-70頁。黃欣加（2004），營造校園體育氛圍加強學生整體素養培養，體育科學，6，15-16。黃海濱（2004），跆拳道運動在中學生身心發展中的功能。體育師友，4，18-24。黃崇儒（2005），運動教練訓練之功能，國民體育季刊，147，26-30。黃志雄（2005），提升運動教練專業能力的關鍵-專任運動教練法制化問題，國民體育季刊，149，59-63。黃志雄（2000），跆拳道發展史，奧林匹克季刊，31，57-59。程俊堅（2002），雲林縣跆拳道館學員參與行為之研究，未出版碩士論文，台灣體育學院，台中縣。葉憲清（1997），建立學校運動教練制度之芻議，國民體育季刊，26(4)，36-44頁。劉建成、馮家榆（2001），臺北市跆拳道?學員對道?服務品質與學習滿意度之研究，真理大學運動知識學報，第八期，ISSN 1816-532。廖運正（1995），跆拳道道館營運之危機與轉機，體育與運動學報，8，43-46頁。鄭志富（1997），運動教練的領導行為研究取向，國民體育季刊，26卷2期82-90頁。鄭漢吾、闕月清（2001），大專院校羽球教練訓練行為之研究。體育學報，30，355-365頁。賴清財 林榮培 楊行健 林文岳（2009），跆拳道對青少年整體素養發展之影響。文化體育學刊，89 - 96 頁。魏文欽，林怡君（2010），品牌形象與顧客忠誠度關係之實證研究 - 知覺價值混合效果之探討，中華理論結構模式LISREL學會，3(1)，45-67頁。

二、英文部分 Aranya, N., & Ferris, K. R. (1984). A reexamination of accounts' organizational professional conflict. *The Accounting Review*, 54(1), 1-15. Ashforth, B. E., & Mael, F. A. (1989). Social identity theory and the organization *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39. Anders, E. K. (2007). Toward a science of expert and exceptional performance in sport: A reply to the commentaries. *International Journal of Sport Psychology*, 38, 109-123. Butler, F. C. (1978). The concept of competence: an operational definition. *Educational Technology*, 18, 7-18. Burke, P. J., & Donald, D. C. (1991). An Identity theory approach to commitment. *Social Psychology Quarterly*, 54(3), 239-251. Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freedom. Coulter, K. S., & Coulter, R. A. (2002). Determinants of trust in a service provider: The moderating role of length of relationship. *The Journal of Services Marketing*, 16(1), 35-50. Cushion, C. J., & Jones, R. L. (2001). A systematic observation of professional top-level youth soccer coaches. *Journal of Sport Behavior*, 24(4), 354-376. Costa, A. L., & Garmston, R. J. (1994). *Cognitive coaching: A foundation for renaissance schools*. Norwood, MA: Christopher-Gordon. Elliott, R. (2003). The state of the coaching industry. In *Psych*, Feb, 20 – 21. Grant, A. M., & Cavanagh, M. (2004). Toward a profession of coaching: Sixty-five years of progress and challenges for the future. *International Journal of Evidence-Based Coaching and Mentoring*, 2, 7-21. Gudwin, D. M. & Salazar-Wallace, M. D. (2010). *Mentor and coaching A lifeline for teachers in a multicultural setting*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press. Jones, T. O., & Sasser, W. E. (1995). Why satisfied customer defect. *Harvard Business Review*, 73(6), 88-99. Josep, M. R., & Velilla, M. (2003). Loyalty and trust as the ethical bases of organizations. *Journal of Business Ethics*. Knight, J. (2009). *Instructional coaching*. In J. Knight. (Ed.). *Coaching: Approaches & perspectives*. (pp. 1-6). Thousand Oaks, CA: Corwin Press. Kanungo, R. N., & Mendonca, M. (1996). *Ethical dimensions of leadership*. Thousand Oaks, CA: Sage. Kwak, C. G. (2002). A study on the influence of Taekwondo coach types on the performance of male and female players. Unpublished master thesis, Korean National University of Physical Education, Seoul, South Korea. Liljenstrand, A. M., & Nebeker, D. M. (2008). *Coaching services: A look at coaches, clients, and practices*. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 60(1), 57-77. Rupe't, T., & Buschne', C. (1989). Teaching and coaching: A comparison of instructional behavior'. *Journal of Teaching in Physical Education*, 9, 49-57. Raedeke, T. D. (1997). Is athlete burnout more than just stress? A sport commitment perspective. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 19, 396-417. Ribbink, D., van Riel, A. C. R., Liljander, V., & Streukens, S. (2004). Comfort your online customer: quality, trust and loyalty on the Internet. *Managing Service Quality*, 14(6), 446-456. Schempp, P. G. (2005, December). The process of excellent teaching. Paper presented at the International Conference on Sport Pedagogy. National College of Physical Education and Sports, Taiwan. Shankar, V., Smith, A. K., & Rangaswamy, A. (2003). Customer satisfaction and loyalty in online and offline environments *International Journal of Research in Marketing*, 20, 153-175. Singh, J., & Sirdeshmukh, D. (2000). Agency and trust mechanisms in consumer satisfaction and loyalty judgments. *Journal of Academy of Marketing Science*, 128(1), 150-167. Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behavior. *Social Science Information*, 13, 65-93. Tyler, T. R. (1993). The social psychology of authority. In J. K. Murnighan. (Ed.), *Social psychology in organizations: Advances in theory and research* (pp. 141-160). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. Wallace, J. E. (1995). Organizational and professional commitment in professional and nonprofessional organizations. *Administrative Science Quarterly*, 40, 228-255. Weiss, M. R., Kimmel, L. A., & Smith, A. L. (2001). Determinants of sport commitment among junior tennis players: Enjoyment as a mediating variable. *Pediatric Exercise Science*, 13, 131-144.