

# 彰化縣桌球訓練中心學員參與動機與滿意度之研究

許志良、廖學勇

E-mail: 9507653@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究旨在瞭解目前彰化縣桌球訓練中心在人口統計變項、參與行為、參與動機以及學員滿意度之特徵，並比較不同人口統計變項在參與動機以及學員滿意度之差異。本研究以290位彰化縣桌球訓練中心之學員為研究對象，根據實際調查所得的資料，以描述性統計（次數分配百分比、平均數、標準差）t考驗、單因子變異數分析以及雪費事後檢定等統計方法，進行資料分析，經過分析結果獲得以下結論：一、研究對象以男性所佔的比例較高；年齡則多集中在11至12歲；就學階段以國小階段較多；家庭每月收入則多分佈於40001至60000元之間；學習桌球的年資多為1至2年。二、訓練中心學員之主要參與動機為「學習桌球技能」及「增進身體健康」；對訓練中心較滿意的構面為「教練的專業能力」而較不滿意的構面為「與同儕間之關係」。三、不同的人口統計變項，在參與動機以及學員滿意度上，有顯著差異存在。關鍵詞：桌球訓練中心，參與動機，學員滿意度

關鍵詞：桌球；參與動機；滿意度

## 目錄

封面內頁 簽名頁 授權書	iii 中文摘要	iv 英文摘要	v 誌謝	vi 目錄	vii 圖目錄
ix 表目錄	x 第壹章 緒論 第一節 研究動機			1 第二節 研究目的	3 第三節 研究問題
3 第四節 研究範圍	4 第五節 研究限制		4 第六節 名詞解釋及操作性定義		4 第貳章 文獻探討
第一節 消費者行為理論的研究	6 第二節 動機的理論與相關文獻探討		10 第三節 滿意度相關理論的研究		18
第四節 個人背景因素的探討	28 第五節 研究假設		31 第參章 研究方法與步驟 第一節 研究對象		32 第二
節 研究步驟	32 第三節 研究架構	34 第四節 研究樣本	35 第五節 研究工具		36 第六節 資料分析方法
48 第肆章 研究結果與討論 第一節 彰化縣桌球訓練中心學員人口統計變項特性		50 第二節 參與動機調查結果			
53 第三節 學員滿意度調查結果	63 第四節 綜合討論		72 第五節 研究假設之驗證		77
第伍章 結論與建議 第一節 結論	79 第二節 建議	80 參考文獻 一、中文部分	83 二、外文部分	87 附錄一 彰化縣桌	
球委員會所屬桌球訓練中心各鄉鎮分布表 附錄二 附錄二 92 附錄二 預試問卷		93 附錄三 正式問卷		97	

## 參考文獻

- 一、中文部分：王武昌（1980）。臺北市青年、學生、運動員之參與運動動機調查。國立臺灣師範大學體育研究所集刊，7，387-413頁。
- 中華民國體育運動總會編（1990）。社會體育法令彙編。臺北：中華民國體育運動總會。行政院體育委員會（2005）。中華民國體育白皮書。台北：漢大印刷。江南發（1996）。青少年自我統合與教育。高雄：復文圖書。沈莉青（2002）。運動性休閒參與動機因素調查 - 以德明技術學院運動性社團為例。德明學報，19，479-492頁。李明榮（1991）。運動市場導論。臺中：霧峰出版社。李明憲（1998）。國小、國中體能活動相關影響因素之調查研究 - 以花蓮縣宜昌國民小學、宜昌國民中學兩所學校為例。國立台灣師範大學衛生教育研究所博士論文，未出版，台北。李彩華（1998）。台北市國中生身體活動量及其影響因素研究。國立台灣師範大學體育研究所碩士論文，未出版，台北。李思招（2000）。護理學生規律運動相關因素研究 - 以台北護理學院學生為例。國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文，未出版，台北。吳俊彥（2001）。消費者行為。高雄：高立出版社。余朝權（1996）。現代行銷管理。臺北：五南圖書。林生傳（1996）。教育心理學。臺北：五南圖書。林財丁（1995）。消費者心理學。臺北：東華書局。林靈宏（1994）。消費者行為學。臺北：五南圖書。林麗娟（1994）。動機設計於電腦輔助教材之運用。視聽教育，35卷5期，23-30頁。施致平（2005）。培養新樂趣，全民來運動。康健雜誌，80，28-30頁。徐達光（2003）。消費者心理學。東華書局。郭幸林（1995）。短期技能、藝文補習班之消費者行為研究。國立中山大學企業管理學系碩士論文，未出版，高雄。張嘉六（2002）。我國青少年女子桌球國手前四板技術分析。彰化，彰化縣國教輔導團。張良漢（2002）。休閒運動參與動機、身體活動態度、休閒運動阻礙及滿意度之相關研究。臺北：師大師苑。張榮勳（1998）。國民小學學童課餘運動參與動機之研究。國立台南師範學院初等教育學報，11，273-304頁。張志銘、翁敏哲、林章榜（2001）。明道中學日間部學生課後參與運動休閒之動機研究。體育學報，30，153-162頁。張志銘、蘇榮立、呂崇銘（1999）。大葉大學學生課後參與運動休閒動機之研究。大專體育，45，118-124頁。張春興（1996）。教育心理學。臺北：東華書局。張潤書（1990）。組織行為與管理。台北市：五南。侯錦雄（1990）。遊憩區遊憩動機與遊憩認知關係之研究。國立台灣大學園藝學研究所博士論文，未出版，台北。范智明（1999）。臺北市運動健身俱樂部會員消費者行為研究。國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文，未出版，臺北。教育部（2002）。教育政策育白皮書。台北市：教育部。教育部體育大辭典編訂委員會（1984）。體育大辭典。臺北：臺灣商務

。許天威 (1995)。行為改變之理論與應用。高雄:復文圖書。許淑玫 (1998)。ABCS 動機設計模式之教學上之運用。國教輔導, 38 卷2 期, 16-24 頁。陳文長 (1995)。大學生對運動性休閒參與動機量表之信度與效度分析。國立體育學院論叢, 4 卷2 期, 109-122 頁。陳秀華 (1993)。健康體適能俱樂部會員消費者行為之研究。國立體育學院體育研究所碩士論文, 未出版, 桃園。陳學綿 (2001)。舞蹈才藝班消費者之行為研究 - 以臺中市綿綿 舞蹈班為例。國立臺灣體育學院體育研究所碩士論文, 未出版, 臺中。程俊堅 (2002)。雲林縣跆拳道館學員參與行為之研究。國立臺灣體育學院體育研究所碩士論文, 未出版, 臺中。游恆山 (1996)。消費者行為心理學。臺北:五南圖書。葉日武 (2002)。消費者行為。臺北:前程出版社。廖學勇 (1982)。桌球運動攻擊技術之分析研究。台北, 台北體專體育學術研究會。榮泰生 (1999)。消費者行為。臺北:五南書局。劉滌昭 (1994)。顧客滿意度測量手法。台北市, 中國生產力中心。鄭順璉 (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, 12(1), 175-188 頁。鄭伯勳 (1992)。消費者心理學。臺北:大洋書局。蔡淑菁 (1996)。台北市國民小學小學童體能活動及其影響因素之研究。國立臺灣師範大學衛生教育系碩士論文, 未出版, 台北。衛南陽 (1999)。顧客滿意學。台北, 牛頓出版股份有限公司, 初版。盧俊宏 (1994)。運動心理學。臺北:師大書苑。謝岫芸 (2000)。會員制俱樂部關係行銷之研究—KMV 模式的運用。文化大學觀光事業研究所碩士論文, 未出版, 台北。謝文雀 (2001)。消費者行為。臺北:華泰出版社。謝祥孟 (1997)。顧客滿意度之實證研究。國立臺灣大學商學研究所碩士論文, 未出版, 臺北。韓大衛, 郭正煜 (2002)。籃球運動代表隊參與動機之研究。91 年度體育學術研討會專刊, 154-161 頁。戴遐齡 (1997)。臺北市高爾夫練習場運動參與者參與動機與行為之研究。國立體育學院體育研究所碩士論文, 未出版, 桃園。

二、外文部分:

Alderfer, C. P. (1969). " An Empirical Test of a New Theory of Human Needs ", *Organizational Behavior and Human Performance*. Atkinson, J. W. (1980). *An introduction to motivation*. New York: D. VanNostrand Company. Ames, C., & Archer, J. ( 1988 ) . Achievement goals in the classroom: Students ' learning strategies and motivation processes. *Journal of Sport Educational Psychology*, 80(3), 260-267. Ames, C., & Archer, J. ( 1992 ) . Achievement goals in the classroom: Students ' learning strategies and motivation processes. *Journal of Sport Educational Psychology*, 80(3), 260-267. Bitner, M. J.(1990). " Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee Responses " ,*Journal of Marketing*,54,69-8217. Bolton, R. N.,& Drew, J. H. (1991). " A Multistage Model of Consumer ' s Assessments of Service Quality and Value " , *Journal of Consumer Research*. Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of consumer effort, expectation, and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 21(8), 244-249. Churchill, G. & Surprenant, C. (1982). " An Investigation into the Determinants of Consumer Satisfaction " , *Journal of Marketing Research*, 19,pp. 491-504. Cronin, J. J., & Steven A. T. (1992). " Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, " *Journal of Marketing*, 56,55-68. Deci, E.L. & Ryan, R.M. ( 1985 ) . *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York:Plenum. Deci, E.L., & Ryan, R.M. ( 1991 ) . *A motivational approach to self: Integration in personality*. Nebraska symposium on motivation, 38, 237-288. Duda, J.L. ( 1989 ) . The relationship between task and ego orientation and the perceived purpose of sport among male and female high school athletes. *Journal of sport & Exercise Psychologist*, 6, 334-343. Dweck, C.S. ( 1986 ) . Motivational process affecting learning. *American Psychol-ogist* , 41, 1040-1048. Eaton, W.O & Enns, L.R. ( 1986 ) . Sex Differences in human motor activity level. *Psychol.Bull*, 100, 19-28. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). *Consumer behavior*. I. L.:Dryden Press. Engel, J. F., Kollat, D. T. & Blackwell, R. D. (1973). *Consumer behavior. The Role of the Consumer in Marketing*. Chapter 1, 2nd Edition New York: H. R. W. Inc. Engel, J. F., Kollat, D. T. & Blackwell, R. D. (1982). *Consumer behavior*. (4thed.). I. L.: Hort, Rinehart & Winston. Fishbein, M. ,& Icek, A. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley Gill, D.L., Gross, J.B., & Huddleston, S. ( 1983 ) . Participation motivation in youth sport. *International Journal of Sport Psychology*, 14, 1-14. Goodman, J. (1989). The Nature of Customer Satisfaction, *Quality Progress*, Feb, pp.37-40. Gould, D., Feltz, D. & Weiss, M. ( 1985 ) . Motive for Participation in competitive youth swimming. *International Journal of Sport Psychology inters*, 16, 126-140. Howard, J. A. & Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley & Sons Inc. Hawkins, D. I., Best, R. J. & Coney, K. A. (1992). *Consumer behavior: Implications for marketing strategy*. Hempel, D. J.(1977). *Consumer Satisfaction with the Home Buying Process: Conceptualization and Measurement*. H. K. Kieth ed., Cambridge, MA: Marketing Science Institute. Herkowitz, J. ( 1980 ) . Social-psychological correlates of motor development. In: *A textbook of motor development* C.B. Corbin. ( Ed ) . Dubuque, IA:William C.Brown. Kotler, P. (1998). *Marketing management: Analysis, Planning and control*. NJ: Prentice-Hall. Longhurst & Spink ( 1987 ) . Participation motivation of Australian children involved in organized sport. *Canadian Journal of Applied Sport Sciences*, 11(2), 106-114. Maslow, A. H. ( 1970 ) . *Motivation and personality* ( 2nd ed. ) . New York: Harper & Row. Murray, J. F. (1983). Effects of alone and audience on motor performance for males and females. *International Journal of Sports Psychology*, 14, 92-97. Peterson, R. A.,& Wilson, W. R. (1992). Measuring customer satisfaction: Fact and artifact, *Journal of Academy of Marketing Science*, 20, 61-71. Reichheld, F. F., Earl, W.,& Sasser J. (1990). " Zero Defections : Quality Comes to Services " ,*Harvard Business Review*, 68(5), pp.105-111. Soloman, M. R. (1996). *Consumer behavior* (3rd ed.). N. J.: Prentice Hall, 123-133. Stephens, T., Jacobs, D.R., White, C.C. ( 1985 ) . A descriptive epidemiology of leisure time physical activity. *Public Health Report*, 100, 147-158. Stipek, D.J. ( 1993 ) . Motivation to learn : from theory to practice. Boston: Allyn & Bacon. Vershuur R., Kemper, H.C.G. ( 1985 ) . The pattern of daily physical activity. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 20, 169-186. Wethbrook, R. A. (1980). " A Rating Scale for Measuring Product/Service Satisfaction " , *Journal of Marketing*, pp.68-72. Woodruff, R. B., Ernest, R.C.,& Jenkins, R. L. (1993), Modeling consumer satisfaction processes using experience-based norms, *Journal of Marketing*, Aug, 296-304. Woodside, A. G.,& Daly R. T. (1989). " Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention " , *Journal of Care Marketing*, Dec., pp.5-7.