

# 市民運動中心與私人健身俱樂部顧客參與動機與滿意度比較之探討

王昱琪、雷文谷

E-mail: 9707415@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究主要目的是探討市民運動中心與私人健身俱樂部顧客參與動機與滿意度之情形，從過去的研究中，皆僅有探討過單一對象之研究，故本研究除探討市民運動中心與私人健身俱樂部顧客參與動機與滿意度外，並針對兩者之顧客參與動機與滿意度進行比較，以探求市民運動中心與私人健身俱樂部兩者在參與動機與滿意度是上否有異，同時將研究結果提供給業者，作為營運之參考。本研究採用問卷調查法，共獲得有效問卷901份，研究結果如下：一、市民運動中心參與動機依序為健康需求、成就需求、社會需求及知性需求；私人健身俱樂部參與動機依序為健康需求、知性需求、成就需求和社會需求。二、市民運動中心滿意度依序為價格、便利性、產品(設備)與服務(課程)和資訊與促銷；私人健身俱樂部滿意度依序為產品(設備)與服務(課程)、便利性、資訊與促銷和價格。三、私人健身俱樂部在參與動機中社會需求、成就需求與知性需求明顯高於市民運動中心；市民運動中心在健康需求上明顯高於私人健身俱樂部。四、私人健身俱樂部在滿意度中產品(設備)與服務(課程)、便利性、資訊與促銷明顯高於市民運動中心；市民運動中心在價格滿意度明顯高於私人健身俱樂部。顯示顧客對於市民運動中心與私人健身俱樂部皆有不同之參與動機與滿意度，如何增強顧客對兩者的參與動機與滿意度，是市民運動中心與私人健身俱樂部經營者必須加強的課題。

關鍵詞：市民運動中心;私人健身俱樂部;參與動機;顧客滿意度

## 目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iv	誌謝辭	vi
內容目錄	vi	表目錄	vi	圖目錄	x
第一章 緒論	1	第一節 研究背景及動機	1	第二節 研究目的	4
第二節 研究目的	4	第三節 研究問題	5	第四節 研究範圍	5
第四節 研究範圍	5	第五節 研究限制	5	第六節 名詞解釋	6
第二章 文獻探討	7	第一節 市民運動中心	7	第二節 私人健身俱樂部	15
第一節 市民運動中心	7	第三節 參與動機	21	第四節 顧客滿意度	28
第二節 私人健身俱樂部	15	第三章 研究方法	34	第一節 研究架構	34
第三節 參與動機	21	第一節 研究架構	34	第二節 研究流程	35
第四節 顧客滿意度	28	第二節 研究流程	34	第三節 研究對象	36
第三章 研究方法	34	第三節 研究對象	36	第四節 研究工具	36
第一節 研究架構	34	第四節 研究工具	36	第五節 資料處理	44
第二節 研究流程	35	第五節 資料處理	44	第六章 市民運動中心與私人健身俱樂部參與動機及滿意度量表之信效度分析	45
第三節 研究對象	36	第六章 市民運動中心與私人健身俱樂部參與動機及滿意度量表之信效度分析	45	第一節 樣本資料分析	53
第四節 研究工具	36	第一節 樣本資料分析	53	第二節 市民運動中心與私人健身俱樂部消費者參與動機分析	57
第五節 資料處理	44	第二節 市民運動中心與私人健身俱樂部消費者參與動機分析	57	第三節 市民運動中心與私人健身俱樂部消費者滿意度分析	59
第六章 市民運動中心與私人健身俱樂部參與動機及滿意度量表之信效度分析	45	第三節 市民運動中心與私人健身俱樂部消費者滿意度分析	59	第四節 市民運動中心與私人健身俱樂部消費者參與動機及滿意度之差異分析	61
第一節 樣本資料分析	53	第四節 市民運動中心與私人健身俱樂部消費者參與動機及滿意度之差異分析	61	第七章 結論與建議	67
第二節 市民運動中心與私人健身俱樂部消費者參與動機分析	57	第七章 結論與建議	67	第一節 研究結論	67
第三節 市民運動中心與私人健身俱樂部消費者滿意度分析	59	第一節 研究結論	67	第二節 建議	69
第四節 市民運動中心與私人健身俱樂部消費者參與動機及滿意度之差異分析	61	第二節 建議	69	參考文獻	72
第七章 結論與建議	67	參考文獻	72	附錄A 預試問卷	84
第一節 研究結論	67	附錄A 預試問卷	84	附錄B 正式問卷	88
第二節 建議	69	附錄B 正式問卷	88		

## 參考文獻

一、中文部分 中華民國有氧體能運動協會(2000)，台灣健身房(體適能中心)設施及管理之研究，行政院體育委員會委託研究案。行政院主計處(2001)，中華民國九十年台灣地區社會發展趨勢調查，臺北:行政院主計處。行政院主計處(2007)，國民所得統計及國內經濟情勢展望[線上資料]，來源: <http://www.stat.gov.tw/public/data/dgbas03/bs4/ninews/9611/news9611c.doc> 江盈如(1998)，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，國立臺灣師範大學體育研究所未出版之碩士論文。向令平(2004)，個人特徵及購買動機對大陸城市地區幼教商品購買行為傾向之研究，私立大葉大學國際企業管理學系研究未出版之碩士論文。艾建宏(2004)，台北市市民運動中心消費者行為之研究。私立輔仁大學體育學系研究未出版之碩士論文。李金泉(1993)，SPSS/PC實務與應用統計分析，台北:松崗。沈淑貞(1999)，桃竹苗地區健康休閒俱樂部服務品質與會員滿意度之研究，國立台灣師範大學體育研究所未出版之碩士論文。宋

曉婷(2001), 台北市健康俱樂部會員轉換行為之研究, 私立朝陽科技大學休閒事業管理系未出版之碩士論文。沈進成、方靜儀、許志遠、鍾武倫、王鈞平(2003), 南華大學學生參與動機、阻礙因素、運動參與滿意度關聯性之研究, 私立立德管理學院健康休閒暨觀光餐旅產官學研討會。何恆東(2004), 運動健身俱樂部服務品質評級模式建構之研究, 國立台灣體育學院休閒運動管理研究所未出版之碩士論文。吳明隆、涂金堂(2006), SPSS與統計應用分析(2版), 台北市:五南圖書。吳政謀(2004), 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, 台北市立體育學院運動科學研究所未出版之碩士論文。林建煌(2002), 消費者行為, 台北:智勝。林衢良(2004), 大學生撞球參與者撞球場滿意度-涉入程度與忠誠度之關係研究, 國立體育學院體育研究所未出版之碩士論文。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相關之研究, 國立屏東師範學院體育研究所未出版之碩士論文。侯錦雄(1990), 遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究, 國立台灣大學園藝學研究所未出版之博士論文。范智明(1999), 台北市健康休閒俱樂部會員消費者行為之研究, 國立師範大學大學體育學系未出版之碩士班論文。姜慧嵐(2000), 臺灣健康體適能俱樂部產業之研究, 私立中國文化大學運動教練研究所未出版之碩士論文。洪聖惠(2001), 健康休閒俱樂部之商圈經營研究, 私立輔仁大學應用統計研究所未出版之碩士論文。柯禎隆(2006), 關係結合、關係品質對顧客忠誠之影響-健康體適能俱樂部之研究, 國立台北大學企業管理研究所未出版之碩士論文。張紹勳、林秀娟(1995), SPSS For Windows統計分析-初等統計與高等統計(上冊), 台北市:松崗。張春興(1998), 現代心理學, 台北:東華。張宮熊、林琴(2003), 休閒事業管理, 初版, 揚智文化事業股份有限公司。高俊雄(1996), 臺北市健康體適能俱樂部經營管理型態之研究。運動休閒管理論文集(一)。桃園:國立體育學院。許揚(2006), 健康體適能俱樂部會員消費決策行為之研究, 國立嘉義大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。陳金冰(1991), 休閒俱樂部行銷策略之研究, 國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。陳秀華(1993), 健康體適能俱樂部消費者行為之研究, 國立體育學院體育研究所未出版之碩士論文。陳景森(1996), 運動健康俱樂部服務品質之實證研究 - 以中興健身俱樂部為例, 國立台灣師範大學體育研究所未出版之碩士論文。陳皆榮(1996), 動機與休閒活動之相關性研究, 台北技術學院學報, 29(1), 212-214。陳皆榮(2002), 運動與青少年發展, 國民體育季刊, 132, 74-80。陳文敏(1999), 社區俱樂部的開發與經營, 空間雜誌, 199, 57-63。陳麒文(2002), 健康休閒俱樂部顧客流失分析模式之研究, 私立輔仁大學體育研究所未出版之碩士論文。陳文長(1996), 德國慕尼黑大學學生休閒運動參與行為、參與興趣及參與動機之研究, 嘉南學報, 22, 123-134。黃鴻斌(2003), 健康體適能俱樂部會員參與動機、顧客滿意度及忠誠關性之研究-以金牌健康體適能俱樂部為例, 私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。黃枝興(2004), 台灣戰後社會變遷與休閒運動之發展, 國立屏東師範學院體育研究所未出版之碩士論文。黃耀鋇(2006), 台中市健康體適能俱樂部會員參與動機與行為顧客滿意度及品牌忠誠度關係之研究, 私立大葉大學運動事業管理研究所未出版之碩士論文。梁雯玟(2001), 顧客導向、服務補償與服務品質之關係研究 - 以國際觀光旅館為例, 國立成功大學企業管理研究所未出版碩士論文。梁志隆(2000), 台北大眾捷運系統服務品質與顧客滿意度之研究, 國立中山大學公共事務管理研究所未出版之碩士論文。彭淑美(1992), 營利性運動休閒設施之經營管理, 國民體育季刊, 22(3), 89-94。程紹同(1997), 國內運動休閒與體適能企業之概況介紹及經營策略分析, 桃縣文教(復刊號), 29-36。游宗仁(2002), 全國YMCA 運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究, 私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。楊人智(1996), 會員制休閒運動俱樂部之探討, 台灣省學校體育月刊, 6(3), 4-10。楊美貞(2004), 台灣地區女大學生性別角色與休閒運動之研究, 私立銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。臺北市政府主計處網址(2003), 台北市公園綠地。臺北市統計要覽[線上資料], 來源:

[http://www.dbas.tcg.gov.tw/NEWS\\_WEEKLY/abstract/data/03/6190.htm](http://www.dbas.tcg.gov.tw/NEWS_WEEKLY/abstract/data/03/6190.htm) 賴森林、吳兆欣(1999), 台灣地區民眾體能活動市場區隔與參與動機及其參與行為之研究, 大仁學報, 17, 489-508。賴子敬(2003), 台中市高爾夫參與動機和參與行為之研究, 私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。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, 12(1), 175-188。鄭鶯淑(2002), 俱樂部經營管理之研究, 國立台北大學企業管理研究所未出版之碩士論文。盧俊宏(1994), 運動心理學, 台北:師大書苑。蕭信余(2006), 運動建築物用後評估研究-以台北市中山區市民運動中心為例, 國立台灣體育學院運動管理研究所未出版之碩士論文。羅旭壯(2000), Sun Sports太陽全人健康教育中心經營管理之探討, 中華體育季刊, 14(2), 43-51。戴旭志(2001), 臺北市太極拳休閒運動參與者參與動機與行為之研究, 私立中國文化大學運動教練研究所未出版之碩士論文。戴宜臻(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未出版之碩士論文。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之碩士論文。二、英文部分 Alderfer, C. P. (1969). An Empirical Test of a New Theory of Human Needs. *Organizational Behavior and Human Performance*. Anderson, E. W., Claes, F., & Donald, R. L. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-64. Beard, J. G., & Ragke, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15, 219-228 Buchanan, J.M. (1965). An Economic Theory of Clubs. *Economica*, 32, 1-14. Burstiner, I. (1991). *Basic Retailing*. (2ND ed). Irwin. Churchill, G. A., & Surprenant, C. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504. 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 Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1986). *Consumer Behavior*(5rd). New York:Plenum Press. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 55, 1-21. Herson, P., Nitecki, D. A., & Altman, E. (1999). Service quality and customer satisfaction: An assessment and future direction. *The Journal of Academic Librarianship*, 25(1), 9-17. Huppertz, J. W., Arenson, S. J., & Evans, R. H. (1978). An application of equity theory to buyer-seller exchange situations. *Journal of Marketing Research*, 15 (5), 250-260. Klint, K. A., & Weiss, M. R. (1987). Perceived competence and motives for participating in youth sports: Attest of Harter 's competence motivation theory. *Journal of Sport Psychology*, 9, 55-65. Kotler, P. (1991). *Marketing Management*(7th ed.). New Jersey: Pre -ntice-Hall International Inc. Kotler, P. (1997). *Marketing Management – Analysis, Planning, Imp -lementation and Control*( 9th ed.) . New Jersey: Prentice-Hall International Inc. Kotler, P. (1999). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*. New

Jersey: Prentice-Hall International Inc. Kotler, J. (2000). Marketing management. New Jersey: Prentice-Hall International Inc. Lumpkin, J. R., Hawes, J. M., & Darden, W. R. (1986). Shopping patterns of the rural consumer: Exploring the relationship between shopping orientations and out shopping. *Journal of Business Research*, 14(1), 63-81. Maslow, A. H. (1954). The motivation and personality. New York: Harper & Brothers Publishing, 146-150. Moschis, G. P. (1976). Shopping orientation and consumer uses of information. *Journal of Marketing*, 52, 61-70. Oliver, R.L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing setting. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48. Pangan, R.S.(1984). Determinants of Customer Satisfaction with Apparel Factory Outlet Store. Virginia Polytechnic Institute and State University. Pitts, B. G., & Stotlar, D. K. (1996). *Fundamentals of Sport Marketing* Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc. Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining Superior performance*. New York: the Free Press. Roski, Gunter, Forster., & Peter. (1989). Complex Analysis of the Motivation of Going in for Sports during leisure time among young working people & apprentices. *International Review for Sociology of Sport*, 24(4), 345-357. Schunk, D. H. (1996). *Learning theories: An educational perspective*. Tes, D. K., & Hilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction formation; an extension. *Journal of Marketing*, 52(2), 204-212. Thoms, J. R., & Nelson, J. K. (1990). *Research method in physical activity* (2nd ed.). Champaign, IL :Human Kinetics Publishers. Weiner, B. (1987). Product/consumption-based affective responses and postpurchase processes. *Journal of Marketing Research*, 24, 258-270.