

## 探討使用者滿意度—以中興大學體育館為例

李雲翔<sup>1</sup>、梁建偉<sup>2,3</sup>、林志誠<sup>3,4\*</sup>

<sup>1</sup> 國立東華大學教育與潛能開發學系教育博士班

<sup>2</sup> 國立彰化師範大學教育研究所博士班

<sup>3</sup> 國立中興大學體育室

<sup>4</sup> 國立中興大學循環經濟研究學院工業與智慧科技博士班

### 摘要

**目的：**本研究針對使用中興大學體育館之使用者進行滿意度調查，探討體育館使用滿意度之概況。**方法：**本研究透過問卷調查法進行資料蒐集，並以便利抽樣方式發放問卷，共完成 500 份有效問券。**結果：**資料分析以描述性統計及差異性分析方法進行資料分析，了解使用者對於中興大學體育館的滿意度。**結論：**中興大學體育館之使用者對於滿意度之人員服務及設備使用平均數分別達 4.11 及 4.01，且研究指出使用者之年齡對於人員服務達顯著水準，使用的運動場館對於設備使用達顯著水準，將會直接影響消費者運動滿意度。

**關鍵詞：**體育館、差異性、老舊場館、運動中心

## 壹、緒論

### 一、研究背景

在當今運動風氣盛行的年代下，不管是政府對於運動的投入、民眾對於運動的意識日趨抬頭，凸顯出運動對於民眾的重要性，然而近年來中部地區國民運動中心的興起，對於民眾來說相當方便，而這也確實壓縮到原先老舊場館的使用價值，基於諸多因素本研究將探討使用者滿意度，以國立中興大學體育館為例來進行分析。由於中心大學體育場館設立年限已久，場館中諸多設備較為老舊，因此對於使用者來說，是否會因此影響其使用上的滿意程度，是本研究需要探討的主題。儘管體育館管理者對於服務品質的內容相當重視並落實服務到位，但Caruana, Money 與 Berthon (2000) 指出提供高服務時，服務品質會相對提高，但不一定會造成滿意度提高，如果價格太高，也許有可能造成滿意度降低的問題產生，也許較低的價格對於消費者來說，能夠滿足他們的需求，就能夠增加其滿意度。Parasuraman, Zeithaml 與 Berry (1985)指出滿意度是一種「顧客態度」，顧客事前的期望與表現差距將會影響顧客對消費行為的態度。Kotler(2002)提到消費者滿意度來自產品購買前的期望，與購買後實際認知到產品功能特性，兩者比較形成愉悅及失望程度。

### 二、文獻探討

Cardozo (1965) 也將顧客滿意度一詞正式帶入到行銷領域當中，從此以後顧客滿意度被廣泛討論，學者們也紛紛將顧客滿意度提出不同見解並進行定義。Parasuraman 等人 (1985) 指出滿意度是一種「顧客態度」，顧客事前的期望與表現差距將會影響顧客對消費行為的態度，覺得滿意的客人一般會是再購率較高的顧客，高滿意度之顧客在組織中會有較高的再購意願，低成本能吸引更多的顧客。Ahmet and Ertan(2010)指出客戶滿意度是決定客戶保留率，忠誠度的重要因素，因此組織應盡力確保客戶是滿意的。陳成業與林怡秀(2009)提到有關民眾滿意度上，改善工作人員專業度及加強動線規劃將影響滿意度。王建峻與邱奕文 (2010)指出大學運動空間與滿意度有正面影響，包含設施空間、營運及設施管理等。Esaki (2013)指出優化產品質量，最終可能會增加銷售並提高財務獲利，提高顧客滿意度。楊典霖與黃美珍(2013)指出學校因增加體育經費重視使用者滿意度，進而提高場館使用率。吳政文等人(2015)提到關於大學生應接觸多種休閒運動，運動設施的安排應考量民眾使用為優先，滿足心理及生理需求並提高參與動機及滿意度。因此，本研究主要目的在於探究中興大學運動場館的使用滿意度，透過調查來了解學校場館的目前使用情形，同時可以發現滿意度對於運動場館的重要性，了解消費者實際需求並有助於提高滿意度。

根據上述研究背景與動機，歸納出本研究的研究目的欲瞭解中興大學運動場館之滿意度。根據上述，研究目的敘述如下：

- 一、 瞭解中興大學體育館使用者現況。
- 二、 瞭解使用者對中興大學體育館所提供之滿意度之影響。

## 貳、方法

### 一、研究對象

本研究旨在探討國立中興大學體育館滿意度，以問卷調查為主要研究方法，研究範圍僅限於中興大學體育館內空間(未包含其他運動空間)，問卷調查對象為 2024 年使用中興大學體育館之對象為母群體，總計發放 550 份有效問券。

### 二、研究工具

依據研究架構，本研究以問卷調查方式蒐集研究所需之資料，問卷內容主要瞭解中興大學體育館各層面之滿意度。研究工具編製如下：

本量表採用 Likert (1932) 發展出的五點尺度量表，依照受試者對於各提項之看法給予評分「非常同意(100%)」、「同意(75%)」、「普通(50%)」、「不同意(25%)」、「非常不同意(0%)」，並給予 1~5 分，得分越高，表示該題項之滿意度評價越高。

### 三、資料處理

(一) 描述性統計：中興大學體育館之滿意度問卷調查表，編列於本問卷以李克特五點量表做為評分依據，並依序分為[非常不同意]、[不同意]、[普通]、[同意]和[非常同意]之五項回應，再依其對應之分數進行資料統計分析，滿意度調查依性質分為人員服務與設備使用。

(二) 差異性分析：本節以單因子變異數分析中興大學體育館的滿意度。

## 參、結果

### 一、因素分析

本問卷經由初試及複試問卷分析刪改題目及縮減構面後，一共收集 500 份問卷，再次透過信效度分析各回應結果，各項構面之 Cronbach  $\alpha$  值皆高於 0.9，屬高信度；而效度分析之 KMO 與 Bartlett 球形檢定之 KMO 值皆高於 0.9 且 Bartlett 球形檢定值皆為零。量表之因素分析結果如表 1，經因素分析之旋轉矩陣將量表依序劃分為兩個構面分別為『人員服務』及『設備使用』

第一構面有 5 題所組成，分別為中興大學體育館人員之溝通能力令我感到滿意；中興大學體育館人員危機處理能力令我感到滿意；中興大學體育館人員服務態度令我感到滿意；中興大學體育館人員之專業知識能力令我感到滿意；中興大學體育館人員處理事情能力令我感到滿意，題項中主要為消費者對於場館人員的服務及態度，所以命名為：人員服務。

第二構面有 7 題所組成，分別為中興大學體育館的硬體設備令我感到滿意；中興大學體育館設備的品質令我感到滿意；中興大學體育館場地的防護措施令我感到滿意；中

興大學體育館整體環境舒適度令我感到滿意；中興大學各項場地設施費用令我感到滿意；我覺得中興大學體育館的定價令我感到滿意；我覺得中興大學體育館的優惠辦法令我感到滿意，題項中主要提到消費者對於硬體設備及環境等觀感，所以命名為：設備使用。

表 1

因素分析之滿意度

滿意度	萃取因素	
	人員 服務	設備 使用
整體而言，中興大學體育館人員之溝通能力令我感到滿意	.882	
整體而言，中興大學體育館人員危機處理能力令我感到滿意	.833	
整體而言，中興大學體育館人員服務態度令我感到滿意	.827	
整體而言，中興大學體育館人員之專業知識能力令我感到滿意	.806	
整體而言，中興大學體育館人員處理事務能力令我感到滿意	.794	
整體而言，中興大學體育館的硬體設備令我感到滿意		.846
整體而言，中興大學體育館設備的品質令我感到滿意		.810
整體而言，中興大學體育館場地的防護措施令我感到滿意		.774
整體而言，中興大學體育館整體環境舒適度令我感到滿意		.741
整體而言，中興大學各項場地設施費用令我感到滿意		.694
整體而言，我覺得中興大學體育館的定價令我感到滿意		.682
整體而言，我覺得中興大學體育館的優惠辦法令我感到滿意		.626
Cronbach $\alpha$	0.955	0.934
Kaiser-Meyer-Olkin	0.943	
Bartlett 的球形檢定大約卡方	7184.493	
顯著性(P value)	.000	

資料來源：本研究整理

## 二、描述性統計分析

中興大學體育館之滿意度問卷調查表，滿意度量表綜合觀察結果，平均數高於 4.00 以上的占大多數約達 7 成 5，其中場地設施費用、定價及優惠辦法低於 4.00，可以看出這部分讓消費者比較有疑慮，對於場館的費用上以大學設施來說，價格與外面的新場館差不多甚至費用上還要來的高的情況，對於消費者的整體滿意度平均數來說是較低的，可以得知到這塊對於場館來說有可以討論的空間，對於整體的場館使用率上與價格上還有討論的空間，以達到供需平衡的情況。

表 2  
描述性統計資料-滿意度

構面	滿意度	平均數	標準偏差
人員服務	整體而言，中興大學體育館人員之溝通能力令我感到滿意	4.11	.868
	整體而言，中興大學體育館人員危機處理能力令我感到滿意	4.10	.870
	整體而言，中興大學體育館人員服務態度令我感到滿意	4.09	.906
	整體而言，中興大學體育館人員之專業知識能力令我感到滿意	4.15	.833
	整體而言，中興大學體育館人員處理事情能力令我感到滿意	4.08	.895
設備使用	整體而言，中興大學體育館的硬體設備令我感到滿意	4.07	.870
	整體而言，中興大學體育館設備的品質令我感到滿意	4.12	.821
	整體而言，中興大學體育館場地的防護措施令我感到滿意	4.11	.815
	整體而言，中興大學體育館整體環境舒適度令我感到滿意	4.24	.764
	整體而言，中興大學各項場地設施費用令我感到滿意	3.86	1.010
	整體而言，我覺得中興大學體育館的定價令我感到滿意	3.83	1015
	整體而言，我覺得中興大學體育館的優惠辦法令我感到滿意	3.88	.981

資料來源：本研究整理

### 三、差異性分析

本節有關「年齡」、「教育程度」、「居住地」、「個人月收入」、「每週運動次數」、「使用的運動場館」等自變項均為三組以上，因此使用單因子變異數分析來比較其平均數差異，茲將分析結果陳述如下：在表 3 中，可以看的出年齡、居住地、教育程度、個人月收入、每週從事運動次數及使用的運動場館對滿意度的分析，年齡在人員服務與設備使用中 F 值分別為 2.417 及 1.321；居住地在人員服務與設備使用中 F 值分別為 0.917 及 0.731；教育程度在人員服務與設備使用中 F 值分別為 0.300 及 0.219；個人月收入在人員服務與設備使用中 F 值分別為 1.011 及 1.487；每週從事運動次數在人員服務與設備使用中 F 值分別為 0.343 及 0.493；使用的運動場館在人員服務與設備使用中 F 值分別為 2.369 及 2.661；其中年齡對於人員服務顯著性 $<0.05$  達顯著水準，使用的運動場館對於設備使用僅居住地顯著性 $<0.05$  達顯著水準，其餘部分對於人員服務及設備使用 $>0.05$  未達顯著相關，可見年齡對於人員服務的重視，年紀越大的消費者對於人員服務的態度越重視，而使用的運動場館中對於設備使用上的要求也是相對重要，而其他包含居住地、教育程度、個人月收入、每週從事運動次數對於人員服務及設備使用並沒有直接關係，但可能還是有潛在的間接關係。

表 3  
年齡、居住地、教育程度、個人月收入、每週從事運動次數及使用的運動場館對滿意度的差異

量表	構面	F	顯著性
年齡	人員服務	2.417	0.048*
	設備使用	1.321	0.261
居住地	人員服務	0.917	0.454
	設備使用	0.731	0.571
教育程度	人員服務	0.300	0.825
	設備使用	0.219	0.883
個人月收入	人員服務	1.011	0.400
	設備使用	1.487	0.192
每週從事運動次數	人員服務	0.343	0.849
	設備使用	0.493	0.741
使用的運動場館	人員服務	2.369	0.010
	設備使用	2.661	0.004*

\* $p < 0.05$ \*

資料來源：本研究整理

## 肆、結論與建議

### 一、結論

本研究工具之構面皆具良好信效度，其問卷構面的 Cronbach's Alpha 係數皆高於 0.9 以上，顯示此問卷具有一定的一致性與穩定性，擁有良好信度。基於上述研究結果可以明顯看出，整體而言，中興大學體育館人員之溝通能力、危機處理能力、服務態度、專業知識、處理事情能力平均數皆有達到 4 以上，看，的出來消費者對於人員服務上還算滿意，但考量到中興大學體育館為中部大型運動活動優先選擇場地之一，所以可能還是有些狀況會讓消費者不太滿意像是在整體的設施費用及定價優惠辦法等，對於體育館來說相較於近年來普及的運動中心，越來越多新場館及設備的導入，讓民眾有更多元且方便的使用機會，乃至於對於使用中興大學體育館的使用者來說，會有比較的情況產生，當然大學體育館還是以教學為優先，但由於大學自治的關係，許多場館其實面臨到非常龐大的維修費用，每年累積下來的金額也是非常可觀，所以在經營上可能就會出現困難，在出現困難的情況下要能夠兼具品質與價格，這個可能就相對會有難度。

另外在研究結果當中也可以看出，使用者對於人員服務來說平均數還是較高於設備使用，運動本身就能夠達到一定的放鬆跟愉快，所以在當今運動風氣蓬勃發展中，越來越多的使用者對於運動風氣的盛行與意識越來越明顯，提高了整體的使用率，然而在民眾中對於人員服務的態度相對還是重要，畢竟進到場館第一線就會遇到場館的服務人員，有良好的服務態度跟協助對於消費者感受來說還是很重要。與 Ahmet and Ertan(2010)提到客戶滿意度是決定客戶保留率，忠誠度的重要因素，因此組織應盡力確保客戶是滿意的與本研究之研究結果相符。學者 Kazuhiro Esaki (2013)指出優化產品質量，最終可能會

增加銷售並提高財務獲利，提高顧客滿意度有正面影響相呼應，對於研究結果來說，年齡對於人員服務有顯著效果，使用運動場館對於設備使用也有達顯著效果，從這兩者中可以看到人員服務對於年齡有重要的影響，尤其年齡越大的對於人員服務上有更強烈的要求，相較於年輕人可能就比較沒那麼重視。而使用的運動場館在設備使用上就可以看出，越常使用場館的人對於設備的要求就會越高，而較常使用場館的人員也可能對於設備的價格、整體的定價策略及優惠方案都會更加要求，不過在場館的辦法上對於價格似乎與外面運動中心差不多甚至更高，但對於設備來說確實比新設的場館還要老舊，所以消費者對於這塊可能滿意程度上會有點落差。

由於滿意度及運動目的對於每個使用者來說都不相同，透過這份研究大部分對於設備使用上的滿意度較低，由於中興大學體育館大部分時間為教學用途，部分時間會做為外借使用及公益時段，因此在整體運作上沒有太大問題，研究結果學生與民眾約佔一半，對於研究的結果還是會有略顯偏差，不過本研究結果也可以給未來研究者對於運動滿意度影響一個參考方向，以達到更好的研究結果。

## 二、建議

根據本研究結果，依據中興大學體育館的滿意度結果可以提出以下建議：

1. 改善設備與設施，研究顯示使用者對設備的滿意度較低，且場館設備較為陳舊。儘管中興大學體育館主要用於教學，但若更新設備或引進新設施，將有助於提升使用者的滿意度，並縮小與新設場館或運動中心的差距。尤其對於經常使用的顧客來說，設備的升級將提高滿意感。
2. 調整價格與優惠策略，目前場館的價格與外部運動中心相似，但設備相對較為老舊。中興大學體育館可以考慮根據不同使用者群體（如學生、民眾等）制定差異化的定價與優惠方案，較常對外租借場地可以優先以場租收入更新設備及軟硬體設施，讓長期使用民眾可以有感，另外在學生方面可以用學校補助款加以採購，讓學生也能同時提高滿意度。
3. 關注顧客滿意度，根據 Ahmet and Ertan (2010)的研究表示顧客滿意度對忠誠度有重要影響。中興大學體育館應該注重提高顧客滿意度，並根據顧客的反饋不斷調整和優化如此一來可以增強顧客的忠誠度，並促進場館的長期發展。

總結來說，提升軟硬體設備、優化價格策略、加強服務品質以及根據不同顧客需求提供差異化服務，將能有效提升顧客滿意度與忠誠度等，進而促進中興大學體育館的發展，由於近年來對於台中地區有好幾座運動中心落成，對於大學體育館的租借率確實有顯著的影響，加上運動中心的設備較新導致原先民眾對於大學場館的設備相對會有較負面的回饋，不管是價格或設備都沒有運動中心來的好，所以針對大學老舊場館的部分建議可以優先調整價格並且在租借使用率較高的場地進行優先軟硬體更新，讓使用者可以享受更好的設備服務及運動體驗，進而提高滿意度。

### 參考文獻

- 王建峻、邱奕文 (2010)。學校運動空間與使用滿意度之研究：以輔仁大學為例。輔仁大學體育學刊，9，193-205。https://doi.org/10.29697/JPE.201005.0013
- 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。42，55-67。https://doi.org/10.6222/pej.4201.200903.0705
- 楊典霖、黃美珍(2013)。高雄學園大學生學校運動場館使用現況、滿意度與阻礙因素之研究。高師大體育。11，96-113。https://doi.org/10.6305/PENKNU.2013.11.7
- 吳政文、黃義翔、許宏哲 (2015)。大學生休閒運動參與動機對休閒滿意度影響之研究。運動健康休閒學報，6，140-149。https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=22180710-201504-201507270010-201507270010-140-149
- Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of customer effort, expectation, and satisfaction. *Journal of marketing research*, 2(3), 244-249. https://doi.org/10.1177/002224376500200303
- Esaki, K. (2013). Analysis of influence of price to customer satisfaction based on the prediction models. *Faculty of Science and Engineering*, 5(3), 93-102. DOI: 10.4236/iim.2013.53010
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management*, Eleventh Edition, New Jersey. Prentice Hall
- Caruana, A., Money, A. H., & Berthon, P. (2000). Service quality and satisfaction—the moderating role of value. *European Journal of marketing*, 34(11), 1338-1352. https://doi.org/10.1108/03090560010764432
- 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(4), 41-50. https://doi.org/10.1177/002224298504900403

# Exploring User Satisfaction – A Case Study of National Chung Hsing University Stadium

Yun-Hsiang Li <sup>1</sup>, Chien-Wei Liang <sup>2,3</sup>, Chih-Cheng Lin <sup>3,4\*</sup>

<sup>1</sup> Department of Education and Human Potential Development of National Dong Hwa University

<sup>2</sup> Graduate Institute of Education, National Changhua University of Education

<sup>3</sup> Office of Physical Education and Sport, National Chung Hsing University

<sup>4</sup> Industrial and Smart Technology Doctoral Degree Program of National Chung Hsing University

## Abstract

**Research purpose :** This study aims to conduct a satisfaction survey among users of the Chung Hsing University Sports Complex to explore the overall satisfaction with the facility. **Methods:** The study collected data using a questionnaire survey and distributed the questionnaires through convenience sampling. A total of 500 valid questionnaires were completed. **Result:** Data analysis was performed using descriptive statistics and variance analysis methods to understand the users' satisfaction with the Chung Hsing University Sports Complex. **Conclusion:** The users of the Chung Hsing University Sports Complex showed an average satisfaction score of 4.11 for staff service and 4.01 for facility usage. The study indicated that the users' age significantly affected the satisfaction with staff service, and the type of sports facility used significantly affected the satisfaction with facility usage, both of which directly influence the overall satisfaction of the users.

**Keywords:** Sport Stadium, Variance Analysis, Old venues, Sports Center

NCHU