

健身俱樂部會員休閒涉入及滿意度 之研究-以台北健身院為例-

洪惟泉

王金蓮

休閒事業管理系 副教授 輔仁大學體育系 副教授

摘要

本研究之主要目的在於探討健身俱樂部會員的休閒涉入及滿意度，以台北健身院為例。以設計的「休閒涉入及滿意度」量表為研究工具。共發出問卷165份，有效回收問卷143份，有效回收率86.66%。以描述性統計、t檢定、單因子變異數分析等統計方法進行統計分析，共獲得以下結論：(一) 不同性別受試者在休閒涉入及滿意度，均未達統計上的顯著差異($P > .05$)。(二) 不同年齡別受試者在休閒涉入，達統計上的顯著差異($p < .05$)；在滿意度，未達統計上的顯著差異($P > .05$)。(三) 不同職業別受試者在休閒涉入及在滿意度，均達統計上的顯著差異($p < .05$)。(四) 不同學歷別受試者在休閒涉入，未達統計上的顯著差異($P > .05$)；在滿意度，達統計上的顯著差異($p < .05$)。

關鍵字：俱樂部、休閒涉入、滿意度

A Study on Health Club Member's Leisure Involvement and Satisfaction -Taipei Health Club as Case Study-

Wei-Chuan Howng Chin-Lien Wang

Department of Recreation Business Management, Assistant Professor

Fu-Jen Catholic University Physical Education Department, Assistant Professor

Abstract

The purpose of this study was to understand Taipei Health Club member's leisure involvement and satisfaction. 165 questionnaires were sent to the members of Taipei Health Club and 143 questionnaires were collected, 86.66% valid retrieved. Statistical analysis were used descriptive statistic, t-test, and one-way ANOVA. The main finding of this research as following: 1. In gender, there was no significant difference in leisure involvement and satisfaction ($p > .05$). 2. In age, there was no significant difference in satisfaction ($p > .05$). There was significant difference in leisure involvement ($p < .05$) 3. In career, there were significant differences among leisure involvement and satisfaction ($p < .05$). 4. In educational background, there was significant difference in satisfaction ($p < .05$). There was no significant difference in leisure involvement ($p > .05$).

Key term: Health Club, Leisure Involvement, Satisfaction

壹、緒論

一、研究動機

由於科技的文明、醫療保健的進步、社會福利服務以及全球經濟的發展等因素，人類的平均壽命逐年增長，根據內政部統計處(2008)的報告指出：台灣地區從1970年男性的平均壽命67歲，女性72歲，延長到2004年的男性73.6歲，女性79.4歲；至2008年男性為75.09歲，女性則為81.90歲。政府於1998年開始實施週休二日制度後，國人的閒暇時間增加，過去之偶發性的休閒行為已轉為例行性的休閒行為。住在都會區的人對於都會休閒空間的需求也日益增加，致使休閒性的健康俱樂部產業適時發展。近年來國內運動休閒與健康俱樂部興起，市場需求亦趨熱絡及普遍化；而俱樂部應如何來提升服務品質以符合消費者的需求，進而提升競爭力，便成為經營管理者所需面對的重要課題。

國際健康及運動俱樂部協會(International Health, Racquet and Sports Club Association, IHRSA)於2002年1月的俱樂部產業現況報告指出：1985年美國各類型的健身俱樂部共有9222家，會員人數約1380萬人；至2002年俱樂部則高達17807家，會員人數多達3380萬人。顯示自1985年來，美國俱樂部產業無論是俱樂部的數量或會員人數都呈相當穩定的成長。而俱樂部產業2001年的平均年收入為1,497萬美元，2002年的平均年收入為1718萬美元，成長率達 14.71%。於2008年的俱樂部產業現況報告指出：美國各類型的健身俱樂部已達30022家，全年會員人數已達4550萬人，其中22%為新加入會員，年收入達到創記錄的130億美元。

「涉入」的概念常見於有關消費者行為的研究裡，它有可能影響人們對於活動的態度或是接受度。黃俊英、賴文彬(1990)認為：涉入程度是消費者決策時的一個知覺基礎，消費者常在這樣的知覺基礎感覺下去作出消費決策。方怡堯(2002)認為：休閒涉入是指個體在參與休閒活動時，行動與意識的認知程度；當投入喜好的休閒活動時，會感到興奮的投入及專注的心理狀態。林衢良(2004)認為：涉入的本質為消費者個人對其自身攸關性的知覺程度。即消費者在特定情境下，知覺到的自我攸關程度愈高，涉入程度亦隨之加深，進而產生後續關心該事物的行為反應。徐新勝(2007)將休閒涉入定義為：個人對於所參與休閒活動整體的認知程度，此休閒活動對於個人所展現的重要性、愉悅程度可藉由活動表現自我的程度及活動與個人生活網的連結程度來知覺。由此可知，人們的休閒涉入會直接影響到休閒活動的參與程度。

「滿意度」是一項常被用來衡量行為的指標。Hotler (2000)指出：滿意度是指一個人所感覺的程度之高低，係源自於對產品功能的知覺、每個人對產品的期望，兩者比較之後形成。吳曉雯(2002)認為：消費者的期望會影響企業經營者的服務取向，而滿意度受到消費者期望與認知的影響。葉美玲(2006)指出：滿意度係評估運動消費者消費體驗後與運動消費者原先的預期，是否一樣好的一個評估過程結果，也就是說運動消費者預期跟實際一致性的程度。運動休閒與健康類型之俱樂部是屬於服務性質的行業，所以非常重視顧客的滿意度，以滿足顧客的需求為企業營運的最大目標；所以，經營管理者非常重視顧客的留住率與流失率。

行政院體委會於2000年5月委託中華民國有氧體能運動協會進行「台灣區健康體適能中心設施及管理」的研究指出，台灣體適能俱樂部會員每年平均流失率約為20%。經調查發現流失會

員的主因分別是：「設備過於老舊」、「器材不敷使用」、「空間過於擁擠」、「會員失去興趣和動機」、「不常使用會員卡」、「停車不方便」、「搬家」等(姜慧嵐，2000)。因此，如何去及早發現這些流失會員的原因，了解並解決它，以滿足會員的需求；並積極加強行銷、提高服務品質與效率、提升顧客滿意度，無疑是留住顧客的不二法門(李俞麟，2004)。

有鑑於此，對健康體適能俱樂部會員休閒涉入及滿意度做探討，是為本研究之主要動機。

二、研究目的

本研究之目的在於探討：

- (一) 健康體適能俱樂部會員的休閒涉入。
- (三) 健康體適能俱樂部會員的滿意度。

三、名詞定義

(一) 休閒涉入

徐新勝(2007)將「休閒涉入」定義為：個人對於所參與休閒活動整體的認知程度，此休閒活動對於個人所展現的重要性、愉悅程度可藉由活動表現自我的程度及活動與個人生活網的連結程度來知覺。本研究所指的「休閒涉入」定義為：本研究受試者在「休閒涉入量表」上所反應的想法與認同之得分。

(二) 滿意度

「滿意度」係評估運動消費者消費體驗後與運動消費者原先的預期，是否一樣好的一個評估過程結果，也就是說運動消費者預期跟實際一致性的程度(葉美玲，2006)。本研究所指的「滿意度」定義為：本研究受試者在「滿意度量表」上所反應的想法與認同之得分。

(三) 健身俱樂部

俱樂部是一種集合相同消費行為和品味的封閉式社交團體，通常會有入會資格審查，由專業管理人員來提供多元服務，具有健身、休閒、娛樂等功能。本研究以「台北健身院西門店」為研究個案。西門店座落於台北市西門區，長年來一直維持很好的營運績效。業主對於產業的發展非常具有信心，近年來，面對日趨沉重的市場競爭壓力，業者近期更投入大筆資金整修場館與增添設備，期望能吸引更多會員的加入。

貳、研究方法

一、研究對象

本研究之受試對象僅限 101 年度台北健身院之長期會員為研究對象，其他短期會員或臨時性會員不為本研究受試對象，

二、研究工具

本研究之問卷設計分為兩部份，第一部份為消費者的個人基本資料，第二部份為休閒涉入量表、滿意度量表，茲分別說明如下：

(一) 基本資料

包含受試者之性別、年齡別、職業別、學歷別等四項。

(二) 休閒涉入量表

本研究所編製之休閒涉入量表係參考林映秀(2005)、朱家慧(2006)、徐新勝(2007)所設計之「休閒涉入」量表，量表原編 20 題，採李克特(Likert)的五點量尺，分別為 1 非常不同意、2 不同意、3 尚可、4 同意、5 非常同意。預試後經項目分析，剔除 CR 值未達顯著水準的 5 道題目後，得 15 道題目為本研究正試之施測工具。經因素分析後抽取四個主要共同因素構面，推究較具含括性之概念以命名之，依序命名為重要性 4 題、中心性 4 題、表現性 4 題、愉悅價值 3 題，其可解釋總變異量為 71.21%。各因素構面之 Cronbach 的 α 值分別為 .845、.822、.795、.769，總量表之 α 值為 .898(表 01)。顯示本滿意度量表具有良好的因素構念及信度。

表01 休閒涉入因素分析摘要表

因素分析 項目內容	特徵值	解釋 變異量	信度
重要性			
到台北健身院參與健身運動像是給自己的獎勵			
到台北健身院健身對我來說是很重要的活動	4.671	33.36%	.853
到台北健身院健身對我來說是不可缺少的活動			
到台北健身院健身對我來說是有意義的活動			
中心性			
到台北健身院健身是我主要的休閒活動			
我與我的朋友均喜歡到台北健身院健身	2.427	17.33%	.822
我常和他人討論台北健身院的相關話題			
我會邀請親友到台北健身院健身			
表現性			
我覺得到台北健身院健身可展現不同面向的我			
到台北健身院健身可以表現我個人的休閒風格	1.541	11.01%	.795
到台北健身院健身可提昇與朋友之間的交情			
愉悅價值			
我非常享受到台北健身院健身時間			
到台北健身院健身對我而言，是非常快樂的活動	1.332	9.51%	.769
提到台北健身院時，我會覺得興致盎然			
累積總變異量、總量表 α 值		71.21%	.898

(三) 滿意度量表

本研究所編製之滿意度量表係參考黃佳慧(2005)、賴昇宏(2006)、李文貴(2007)所設計之「滿意度」量表。量表原編有 19 題，採李克特(Likert)的五點量尺，分別為 1 非常不同意、2 不同意、3 尚可、4 同意、5 非常同意。預試後經項目分析，剔除 CR 值未達顯著水準的 5 道題目後，得 14 道題目為本研究正試之施測工具。經因素分析後抽取三個主要共同因素構

面，推究較具含括性之概念以命名之，依序命名為消費滿意 5 題、設備滿意 5 題、服務滿意 4 題，其可解釋總變異量為 69.23%。各因素構面之 Cronbach 的 α 值分別為 .843、.786、.753，總量表之 α 值為 .893(表 02)。顯示本滿意度量表具有良好的因素構念及信度。

表02 滿意度因素分析摘要表

因素分析 項目內容	特徵值	解釋 變異量	信度
消費滿意			
我對台北健身院的會員價格感到滿意	4.897	34.98%	.843
我對台北健身院的課程價格感到滿意			
我對台北健身院的教練指導價格感到滿意			
我對台北健身院的餐飲服務價格感到滿意			
我對台北健身院紀念品販賣價格感到滿意			
設備滿意			
我對台北健身院的硬體設備規劃感到滿意	2.976	21.14%	.786
我對台北健身院的軟體設備規劃感到滿意			
我對台北健身院的設備多樣化感到滿意			
我對台北健身院的空間寬廣度感到滿意			
我對台北健身院停車方便性感到滿意			
服務滿意			
我對台北健身院服務人員水準感到滿意	1.835	13.11%	.753
我對台北健身院指導員解說服務感到滿意			
我對台北健身院的資訊服務感到滿意			
我對台北健身院整體環境的舒適感到滿意			
累積總變異量、總量表 α 值		69.23%	.893

三、實施過程

本研究於101年05月10日至101年05月25日止，共計16天，於服務櫃台前請運動完後要離場之會員填寫。共發出問卷165份，剔除填寫不完全之問卷22份，實得有效問卷143份，有效回收率達86.66%。

四、研究限制

- (一) 本研究採自由意願填答問卷，無法一一採樣及獲得較多資料，是為本研究缺失之一。
- (二) 問卷填答時間選在會員運動完後要離場時，可能會造成會員的不便，今後問卷之蒐集若採用郵寄方式，或許能回收較多問卷。

五、資料處理

本研究之資料處理係採用SPSS12.0統計套裝軟體進行資料之統計分析，所採用的統計方法如下：

- (一) 描述性統計：用來描述受試樣本的分配情形。
- (二) 獨立樣本t考驗：用以考驗性別變項在休閒涉入、滿意度上之差異情形。
- (三) 單因子變異數分析：用以考驗不同年齡別、職業別、學歷別等變項在休閒涉入、滿意度上之差異情形；若達顯著差異，則進行事後比較。

(四) 所有顯著差異水準，均定為 $\alpha=.05$ 。

參、結果與討論

一、基本變項統計

表03 本研究樣本基本資料分佈統計表

	組別	人數	百分比
性別	男	87	60.84%
	女	56	39.16%
年齡別	25歲及以下	21	14.69%
	26~35歲	24	16.78%
	36~45歲	51	35.66%
	46歲及以上	47	32.87%
職業變項別	學 生	18	12.59%
	軍公教	46	32.17%
	農工商	42	29.37%
	其 他	37	25.87%
學歷別	高中(職)及以下	37	25.87%
	大專院校	67	46.85%
	碩、博士	39	27.28%

表03為本研究受試者的樣本特性，共有四項，包括性別、年齡別、職業別、學歷別；茲分別說明如下：

- (一) 在性別方面，男性有87人，佔總受試人數的60.84%；女性有56人，佔總受試人數的39.16%；顯示本研究受試樣本以男性居多。
- (二) 在年齡別方面，25歲及以下組有21人，佔總受試人數的14.68%；26~35歲組24人，佔總受試人數的16.78%；36~45歲組51人，佔總受試人數的35.66%；46歲及以上組有47人，佔總受試人數32.84%；顯示本研究受試樣本以36~45歲組的比率較高。
- (三) 在職業別方面，學生組有18人，佔總受試人數的12.59%；軍公教組有46人，佔總受試人數的32.17%；農工商組有42人，佔總受試人數的29.37%；其他組有37人，佔總受試人數的25.87%；顯示本研究受試樣本以軍公教組的比率較高。
- (四) 在學歷別方面，高中(職)及以下組有37人，佔總受試人數的25.87%、大專院校組有67人，佔總受試人數的46.85%、碩、博士組有39人，佔總受試人數的27.28%；顯示本研究受試樣本以具大專院校學歷的比率較高。

二、不同變項在參與動機、滿意度之差異比較

(一) 性別

1.不同性別受試者在休閒涉入上之差異比較

表 04 為不同性別受試者在休閒涉入各構面及全量表上之差異比較，茲分別說明如下：

- (1) 在重要性構面上，t 值為 $-2.201(p > .05)$ 未達顯著差異；表示男性受試者與女性受試者在平均數方面，未達統計上的顯著差異水準。
- (2) 在中心性構面上，t 值為 $-2.334(p < .05)$ 達顯著差異；女性受試者的平均數顯著大於男性受試者的平均數。
- (3) 在表現性構面上，t 值為 $.486(p > .05)$ 未達顯著差異；表示男性受試者與女性受試者在平均數方面，未達統計上的顯著差異水準。
- (4) 在愉悅價值構面上，t 值為 $-.423(p > .05)$ 未達顯著差異；表示男性受試者與女性受試者在平均數方面，未達統計上的顯著差異水準。
- (5) 全量表的 t 值為 $-.320(p > .05)$ 未達顯著差異；表示男性受試者與女性受試者在平均數方面，未達統計上的顯著差異水準。

表 04 不同性別受試者在休閒涉入上之差異比較

因素構面	性別	人數	平均數	標準差	t 值	p 值
重要性	男	87	4.11	.512	-.201	.611
	女	56	4.19	.573		
中心性	男	87	3.95	.424	-2.334*	.023
	女	56	4.27	.503		
表現性	男	87	4.14	.629	.486	.523
	女	56	4.07	.713		
愉悅價值	男	87	4.09	.405	-.295	.423
	女	56	4.12	.511		
全量表	男	87	4.07	.546	-.423	.547
	女	56	4.15	.557		

* $p < .05$

2.不同性別受試者在滿意度上之差異比較

表05 不同性別受試者在滿意度上之差異比較

因素構面	性別	人數	平均數	標準差	t值	p值
消費滿意	男	87	3.45	.500	-3.451*	.021
	女	56	3.73	.447		
設備滿意	男	87	3.78	.430	2.827*	.005
	女	56	3.54	.503		
服務滿意	男	87	3.71	.455	3.666*	.016
	女	56	3.41	.496		
全量表	男	87	3.61	.416	.058	.954
	女	56	3.58	.414		

* $p < .05$

表 05 為不同性別受試者在滿意度各構面及全量表上之差異比較，茲分別說明如下：

- (1) 在消費滿意構面，t 值為-3.451 ($p < .05$)，達顯著差異；女性受試者的平均數顯著大於男性受試者的平均數。
- (2) 在設備滿意構面，t 值為 2.827 ($p < .05$)，達顯著差異；男性受試者的平均數顯著大於女性受試者的平均數。
- (3) 在服務滿意構面，t 值為 3.666 ($p < .05$)，達顯著差異；男性受試者的平均數顯著大於女性受試者的平均數。
- (4) 全量表的 t 值為.058 ($p > .05$)未達顯著差異；顯示男性受試者的平均數與女性受試者在平均數方面，未達統計上的顯著差異水準。

(二) 年齡別

1. 不同年齡別受試者在休閒涉入上之差異比較

表 06 不同年齡別受試者在休閒涉入上之單因子變異數分析摘要表

因素構面	年齡別	人數	平均數	標準差	F 值	事後比較
重要性	25歲及以下	21	3.87	.419	.874	
	26~35歲	34	3.75	.521		
	36~45歲	61	4.44	.394		
	46歲及以上	47	4.01	.403		
中心性	25歲及以下	21	4.21	.481	4.321*	1,2,3 > 4
	26~35歲	34	4.29	.467		
	36~45歲	61	4.13	.534		
	46歲及以上	47	3.74	.477		
表現性	25歲及以下	21	4.28	.613	1.859	
	26~35歲	34	4.12	.572		
	36~45歲	61	4.22	.495		
	46歲及以上	47	4.11	.538		
愉悅價值	25歲及以下	21	4.29	.516	.963	
	26~35歲	34	4.22	.507		
	36~45歲	61	4.13	.439		
	46歲及以上	47	4.22	.497		
全量表	25歲及以下	21	4.27	.537	2.889*	1,2 > 4
	26~35歲	34	4.29	.489		
	36~45歲	61	4.19	.613		
	46歲及以上	47	3.91	.546		

* $p < .05$

表 06 為不同年齡別受試者在休閒涉入各構面及全量表上之差異比較，茲分別說明如下：

- (1) 在重要性構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為.874 ($p > .05$) 未達顯著差異；此表示各組平均數雖不一樣，但未達統計上的顯著差異水準。
- (2) 在中心性構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 4.321 ($p < .05$) 達顯著差異；進一步以薛費法進行事後比較，結果發現：25 歲及以下組受試者、26~35 歲組受試者及

36~45 歲組受試者的平均數均顯著大於 46 歲及以上組受試者的平均數；其他各組間，均未達顯著差異。

- (3) 在表現性構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 1.859 ($p > .05$) 未達顯著差異；此表示各組平均數雖不一樣，但未達統計上的顯著差異水準。
- (4) 在愉悅價值構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 .963 ($p > .05$) 未達顯著差異；此表示各組平均數雖不一樣，但未達統計上的顯著差異水準。
- (5) 全量表的 F 值為 2.889 ($p < .05$) 達顯著差異；進一步以薛費法進行事後比較，結果發現：25 歲及以下組受試者及 26~35 歲組受試者的平均數顯著大於 46 歲及以上組受試者的平均數；其他各組間，均未達顯著差異。

2. 不同年齡別受試者在滿意度上之差異比較

表07 不同年齡別受試者在滿意度上之差異比較

因素構面	年齡別	人數	平均數	標準差	t值	p值
消費滿意	25歲及以下	21	3.38	.378	2.391*	4>1
	26~35歲	34	3.67	.432		
	36~45歲	51	3.49	.405		
	46歲及以上	47	3.96	.462		
設備滿意	25歲及以下	21	3.38	.427	5.449*	2,3>1
	26~35歲	34	3.83	.381		
	36~45歲	51	3.78	.341		
	46歲及以上	47	3.60	.416		
服務滿意	25歲及以下	21	3.37	.376	5.988*	3>1,4
	26~35歲	34	3.67	.382		
	36~45歲	51	3.78	.325		
	46歲及以上	47	3.45	.401		
全量表	25歲及以下	21	3.62	.398	1.626	
	26~35歲	34	3.83	.372		
	36~45歲	51	3.84	.361		
	46歲及以上	47	3.71	.357		

* $p < .05$

表 07 為不同年齡別受試者在滿意度各構面及全量表上之差異比較，茲分別說明如下：

- (1) 在消費滿意構面，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 2.391 ($p < .05$) 達顯著差異；進一步以 Scheffé 法進行事後比較，結果發現：46 歲及以上組受試者的平均數顯著高於 25 歲及以下組受試者的平均數；其他各組間，均未達顯著差異 ($P > .05$)。
- (2) 在設備滿意構面，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 5.449 ($p < .05$) 達顯著差異；進一步以 Scheffé 法進行事後比較，結果發現：26~35 歲組受試者及 36~45 歲組受試者的平均數均顯著高於 25 歲及以下組受試者的平均數；其他各組間，均未達顯著差異 ($P > .05$)。
- (3) 在服務滿意構面，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 5.988 ($p < .05$) 達顯著差異；

進一步以 Scheffé 法進行事後比較，結果發現：36~45 歲組受試者的平均數顯著高於 25 歲及以下組受試者及 46 歲及以上組受試者的平均數；其他各組間，均未達顯著差異 ($P > .05$)。

(4) 全量表的 F 值為 1.626 ($p > .05$)未達顯著差異；表示不同組別受試者在平均數方面，均未達統計上的顯著差異水準。

(三) 職業別

1. 不同職業別受試者在休閒涉入上之差異比較

表 08 不同職業別受試者在休閒涉入上之單因子變異數分析摘要表

因素構面	職業別	人數	平均數	標準差	F 值	事後比較
重要性	學生	18	4.25	.441	2.017	
	軍公教	46	4.01	.523		
	農工商	42	4.12	.396		
	其他	37	3.97	.458		
中心性	學生	18	4.23	.401	3.527*	1 > 4
	軍公教	46	3.99	.412		
	農工商	42	4.13	.539		
	其他	37	3.68	.516		
表現性	學生	18	4.27	.723	3.574*	2 > 4
	軍公教	46	4.37	.601		
	農工商	42	4.13	.572		
	其他	37	4.05	.559		
愉悅價值	學生	18	4.34	.572	1.775	
	軍公教	46	4.08	.574		
	農工商	42	4.27	.618		
	其他	37	4.14	.632		
全量表	學生	18	4.27	.723	3.729*	1 > 4
	軍公教	46	4.11	.601		
	農工商	42	4.13	.572		
	其他	37	4.02	.559		

* $p < .05$

表 08 為不同職業別受試者在休閒涉入各構面及全量表上之差異比較，茲分別說明如下：

- (1) 在重要性構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 2.017 ($p > .05$)未達顯著差異；此表示各組平均數雖不一樣，但未達統計上的顯著差異水準。
- (2) 在中心構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 3.527 ($p < .05$) 達顯著差異；進一步以薛費法進行事後比較，結果發現：學生組受試者的平均數顯著大於其他組受試者的平均數；其他各組間，均未達顯著差異 ($P > .05$)。
- (3) 在表現性構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 3.574 ($p < .05$)達顯著差異；進一步以薛費法進行事後比較，結果發現：軍公教組受試者的平均數顯著大於其他組受

試者的平均數；其他各組間，均未達顯著差異($P > .05$)。

- (4) 在愉悅價值構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 1.775 ($p > .05$) 未達顯著差異；此表示各組平均數雖不一樣，但未達統計上的顯著差異水準。
- (5) 全量表的 F 值為 3.729 ($p < .05$) 達顯著差異；進一步以薛費法進行事後比較，結果發現：學生組受試者的平均數顯著大於其他組受試者的平均數；其他各組間，均未達顯著差異 ($P > .05$)。

2.不同職業別受試者在滿意度上之差異比較

表09 不同職業別受試者在滿意度上之差異比較

因素構面	職業別	人數	平均數	標準差	t值	p值
消費滿意	學 生	18	3.72	.361	2.727*	1>2,4
	軍公教	46	3.41	.379		
	農工商	42	3.67	.368		
	其 他	37	3.34	.405		
設備滿意	學 生	18	3.56	.411	3.986*	3>2
	軍公教	46	3.52	.405		
	農工商	42	3.83	.377		
	其 他	37	3.73	.350		
服務滿意	學 生	18	3.39	.402	1.528	
	軍公教	46	3.67	.374		
	農工商	42	3.57	.407		
	其 他	37	3.62	.392		
全量表	學 生	18	3.83	.383	3.181*	3>4
	軍公教	46	3.72	.455		
	農工商	42	3.93	.267		
	其 他	37	3.67	.375		

* $p < .05$

表 09 為不同職業別受試者在滿意度各構面及全量表上之差異比較，茲分別說明如下：

- (1) 在消費滿意構面，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 2.727($p < .05$)達顯著差異；進一步以 Scheffé 法進行事後比較，結果發現：學生組受試者的平均數顯著高於軍公教組受試者的平均數；其他各組間，均未達顯著差異($P > .05$)。
- (2) 在設備滿意構面，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 3.986($p < .05$)達顯著差異；進一步以 Scheffé 法進行事後比較，結果發現：農工商組受試者及 36~45 歲組受試者的平均數均顯著高於 25 歲及以下組受試者的平均數；其他各組間，均未達顯著差異($P > .05$)。
- (3) 在服務滿意構面，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 1.528($p > .05$)未達顯著差異；表示不同組別受試者在平均數方面，均未達統計上的顯著差異水準。
- (4) 全量表的 F 值為 3.181($p < .05$)達顯著差異；進一步以 Scheffé 法進行事後比較，結果發現：農工商組受試者的平均數顯著高於其他組受試者的平均數；其他各組間，均未達

顯著差異($P > .05$)。

(四) 學歷別

1.不同學歷別受試者在休閒涉入上之差異比較

表 10 為不同學歷別受試者在休閒涉入各構面及全量表上之差異比較，茲分別說明如下：

- (1) 在重要性構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 1.648 ($p > .05$)未達顯著差異；此表示各組平均數雖不一樣，但未達統計上的差異水準。
- (2) 在中心性構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 1.3237 ($p > .05$) 未達顯著差異；此表示各組平均數雖不一樣，但未達統計上的差異水準。
- (3) 在表現性構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 2.471 ($p > .05$)未達顯著差異；此表示各組平均數雖不一樣，但未達統計上的差異水準。
- (4) 在愉悅價值構面上，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 2.044 ($p > .05$)未達顯著差異；此表示各組平均數雖不一樣，但未達統計上的差異水準。
- (5) 全量表的 F 值為 1.679 ($p > .05$) 未達顯著差異；此表示全量表各組平均數雖不一樣，但未達統計上的差異水準。

表 10 不同學歷別受試者在休閒涉入上之單因子變異數分析摘要表

因素構面	學歷別	人數	平均數	標準差	F 值	事後比較
重要性	高中(職)及以下	37	4.09	.612	1.648	
	大專院校	67	4.13	.571		
	碩、博士	39	3.89	.529		
中心性	高中(職)及以下	37	4.07	.597	1.327	
	大專院校	67	4.21	.613		
	碩、博士	39	4.15	.579		
表現性	高中(職)及以下	37	4.17	.513	2.471	
	大專院校	67	4.16	.617		
	碩、博士	39	4.11	.539		
愉悅價值	高中(職)及以下	37	4.17	.574	2.044	
	大專院校	67	4.23	.523		
	碩、博士	39	4.19	.509		
全量表	高中(職)及以下	37	4.13	.594	1.679	
	大專院校	67	4.18	.627		
	碩、博士	39	4.09	.572		

* $p < .05$

2.不同學歷別受試者在滿意度上之差異比較

表 11 為不同學歷別受試者在滿意度各構面及全量表上之差異比較，茲分別說明如下：

- (1) 在消費滿意構面，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 1.662 ($p > .05$)未達顯著差異；表示不同組別受試者在平均數方面，均未達統計上的顯著差異水準。
- (2) 在設備滿意構面，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 6.344 ($p < .05$)，達顯著差異；進一步以 Scheffé 法進行事後比較，結果發現：大專組受試者的平均數顯著高於高中(職)

及以下組受試者的平均數；其他各組間，均未達顯著差異($P > .05$)。

- (3) 在服務滿意構面，經單因子變異數分析處理後，得 F 值為 2.028($p > .05$)，未達顯著差異；表示不同組別受試者在平均數方面，均未達統計上的顯著差異水準。
- (4) 全量表的 F 值為 6.536 ($p < .05$)達顯著差異；進一步以 Scheffé 法進行事後比較，結果發現：大專組受試者及碩、博士組受試者的平均數均顯著高於高中(職)及以下組的平均數；其他各組間，均未達顯著差異($P > .05$)。

表11 不同學歷別受試者在滿意度上之差異比較

因素構面	學歷別	人數	平均數	標準差	t值	p值
消費滿意	高中(職)及以下	37	3.43	.412	1.662	
	大專院校	67	3.61	.471		
	碩、博士	39	3.59	.398		
設備滿意	高中(職)及以下	37	3.46	.406	6.344*	2>1
	大專院校	67	3.79	.414		
	碩、博士	39	3.67	.433		
服務滿意	高中(職)及以下	37	3.57	.510	2.028	
	大專院校	67	3.69	.369		
	碩、博士	39	3.46	.475		
全量表	高中(職)及以下	37	3.54	.492	6.536*	2,3>1
	大專院校	67	3.87	.344		
	碩、博士	39	3.88	.339		

* $p < .05$

肆、結論與建議

本研究以問卷蒐集資料，旨在了解台北健身院會員之參與動機與滿意度；根據研究結果歸納結論並提出具體建議如下：

一、結論

- (一) 不同性別受試者在休閒涉入及滿意度，均未達統計上的顯著差異($P > .05$)。
- (二) 不同年齡別受試者在滿意度，未達統計上的顯著差異($P > .05$)。在休閒涉入，達統計上的顯著差異($P < .05$)；25歲及以下組受試者及26~35歲組受試者的平均數顯著高於46歲及以上組受試者的平均數。
- (三) 不同職業別受試者休閒涉入，達統計上的顯著差異($p < .05$)；學生組受試者的平均數顯著高於其他組受試者的平均數。在滿意度，也達統計上的顯著差異($p < .05$)；農工商組受試者的平均數顯著高於其他組受試者的平均數。
- (四) 不同學歷別受試者在滿意度，達統計上的顯著差異($p < .05$)；碩、博士組受試者及大專組受試者的平均數顯著高於高中(職)及以下組受試者的平均數。在休閒涉入，未達統計上的顯著差異($P > .05$)。

(五) 由於受試對象及場所不同，本研究結果與黃佳慧(2005)、林映秀(2005)、朱家慧(2006)、賴昇宏(2006)、徐新勝(2007)等人的研究發現略有不同。

二、建議

(一) 本受試樣本以年齡層高者居多，所以經營者應妥善照顧這族群之消費者，並應多開發年輕族群之市場。

(二) 在設備滿意以26~45歲之族群的滿意度為高，所以經營者應注重年輕族群及年長族群之設備需求。

參考文獻

- 中華民國有氧體能運動協會(2000)。臺灣健身房(體適能中心)設施及管理之研究。臺北：行政院體育委員會出版。
- 內政部統計處(2008)。http://sowf.moi.gov.tw/stat/life/96年平均餘命估測結果.doc。
- 方怡堯(2002)。溫泉遊客遊憩體涉入與由憩體驗關係之研究－以北投溫泉為例。國立台灣師範大學碩士論文，未出版。台北市。
- 朱家慧(2006)。涉入、體驗、依戀之影響關係研究—以鶯歌地區為例。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文，未出版。嘉義縣。
- 宋曉婷(2002)。台北市健康俱樂部會員轉換行為之研究。朝陽科技大學碩士論文，未出版。台中縣。
- 李文貴(2006)。遊客休閒涉入、休閒體驗與滿意度關係之研究--以屏東國立海洋生物博物館為例。朝陽科技大學碩士論文，未出版。台中縣。
- 李俞麟(2004)。游泳俱樂部會員參與行為與滿意度之研究：以寬明游泳俱樂部為例。輔仁大學體育研究所碩士論文，未出版。臺北縣。
- 吳曉雯(2002)。影響職棒球迷選擇支持球隊的應素及其忠誠度、滿意度的關係。國立體育學院體育研究所碩士論文，未出版。桃園縣。
- 林映秀(2005)。涉入、體驗、依戀影響關係之研究—以南投水里蛇窯陶藝文化園區為例。南華大學碩士論文，未出版。嘉義縣。
- 林衢良(2004)。大學生撞球參與者撞球場館滿意度、涉入程度與忠誠度之關係研究。國立臺灣體育大學之碩士論文，未出版。桃園縣。
- 徐新勝(2007)。衝浪活動參與者之休閒動機、涉入程度與休閒效益關係之研究。國立中正大學碩士論文，未出版。嘉義縣。
- 徐達光(2003)。消費心理學。台北市：台灣東華。
- 郭淑菁(2002)。登山社員休閒涉入、休閒滿意度與幸福感之研究。大葉大學碩士論文，未出版。彰化縣。
- 姜慧嵐(2000)。臺灣健康體適能俱樂部產業之研究。中國文化大學碩士論文，未出版。台北市。
- 陳靜如(2007)。跆拳道運動之休閒涉入與性格發展關係之研究。國立台灣體育大學碩士論文，未出版。台中市。

- 陳黃鶯(2005)。UBA 主場運動觀眾之觀賞動機與滿意度研究。台灣體育運動管理學報； 3，1-24。
- 黃俊英、賴文彬(1990)。涉入理論的發展與實務應用。管理科學學報，7(1)：15-29頁。
- 黃佳慧(2005)。體驗品質、滿意度及行為意向關係之研究--以華陶窯為例。朝陽科技大學碩士論文，未出版。台中縣。
- 黃鴻斌(2003)。健康體適能俱樂部會員參與動機、顧客滿意度及忠誠度關聯性之研究--以金牌健康體適能俱樂部為例。南華大學碩士論文，未出版。嘉義縣。
- 葉美玲(2006)。體驗行銷、體驗價值、顧客滿意度與忠誠度關係探討-以台北市立北投區運動中心為例。國立台南大學碩士論文，未出版。台南市。
- 張佩娟(2003)。休閒運動參與動機與滿意度之相關研究--以雲林醫院員工為例。國立雲林科技大學碩士論文，未出版。雲林縣。
- 賴昇宏(2006)。大專籃球聯賽現場觀眾滿意度、涉入程度與品牌權益之相關研究。國立台南大學碩士論文，未出版。台南縣。
- Hotler, C. (2000). *Marketing Management*, 10th edition, Prentice-Hall, New Jersey.
- Kyle, G., & Mowen, A. J. (2005). An examination of the leisure involvement-agency commitment relationship. *Journal of Leisure Research*, 37(3), 342-363.
- Manning, R. E. (1986). *Studies in outdoor recreation: A review and synthesis of social science Literature in outdoor recreation*. Corvallis, OR: Oregon State University Press.
- Milen, G. R., & McDonald, M. A. (1999). Motivations of the sport consumer. *Sport Marketing: Managing the exchange process*. Sudbury, MA: Jones and Bartlett Publishers.
- Omodei, M. M. & Wearing, A. J. (1990). Need satisfaction and involvement in personal projects: toward and integrative model of subjective well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 59, 762-769.
- Ragheb, M. G., & Tate, R. L. (1993). A behavioral model of leisure participation, based on leisure attitude, motivation and satisfaction. *Leisure Sciences*, 12(1), 61-70.
- Selin, S. W., & Howard, D. R. (1988). Ego involvement and leisure behavior: A conceptual specification. *Journal of Leisure Research*, 20, 237-244.
- Trail, G. & James, J. D. (2001). The Motivation Scales for Sports Consumption: Assessment of The Scales Psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108-127.