

## 第壹章 緒論

本研究旨在探討高爾夫不同技術水準參與者之參與動機和參與滿意度相關之研究。本章內容將依照下列順序分作陳述：（一）研究動機；（二）研究目的；（三）研究問題與假設；（四）研究範圍與限制；（五）名詞操作性定義。

### 第一節 研究動機

近年來由於整個社會結構型態的改變，以及運動休閒風氣的逐漸盛行及政府及民間企業團體的提倡帶動，使高爾夫球運動逐漸普及。高爾夫球運動人口的年齡層正逐漸的下降中，由以往少數人玩得起的高貴運動擴增到多數群體大眾化的運動，這證明了社會富庶、人民生活水平的提高，使高爾夫球運動走出「貴族化」的陰霾而趨於大眾化（高爾夫天下，1990）。也就是說，人們參與高球運動的動機已逐漸的競技化、休閒化、年輕化以及普及化。由此可見，隨著高球運動的日漸普及，各種新建球場如雨後春筍般出現，服務品質及硬體設施亦推陳出新（許世銘，2000），高爾夫球運動的推廣，不僅可提供國人更多的休閒活動場所，同時若能針對參與者在消費者行為方面之因素加以探究，更可提供高爾夫球場經營者

在推展上的參考，以提升其服務品質而使日益增加的參與人口受惠。此外，目前國內針對各類型運動場館及俱樂部經營管理所做的探討可說是大量出現，但是對於高爾夫參與者動機及滿意度所做的研究可謂鳳毛麟角（譚彥，2003），因此引發研究者探究的動機，此為本研究的動機之一。

板橋遠東高爾夫球場，座落於台北縣板橋市遠東紡織場內，它是台灣北部地區少數九洞式球場之一。雖然，它的缺點如下：僅有九洞、球道狹窄、球道距離普遍短小（僅三 par4 及一 par5 長洞，餘皆 par3 短洞）、賣店服務品質低落、沒有球僮球車服務以及嚴重的「塞車」現象等。但是，儘管遠東高爾夫球場有著這麼多問題，它卻提供著北部地區居民可以便宜享受高爾夫球運動的場所，也是社會上各行各業人士一個社交及休閒的好去處。然而，相較於其他休閒活動而言，欲從事高爾夫運動所要付出的成本及時間是更為驚人的，換言之，到此打球的參與者若不是有強烈的動機來驅使，怎會願意花費高昂代價以從事此運動呢？高爾夫天下雜誌（1990）曾針對擊球之高爾夫球友作問卷調查，以了解其行為取向，其中就差點方面來看，可發現，差點越低的球友，越選擇傾向挑戰性高的球場，而差點越高的球友，越是以景觀優美與否為優先考慮因素。研究者為了探究到此地打球的不同技術水準球友其擊球的動機到底為何？以及球友打完球之後的擊球滿意度又是如何呢？而成為本研究動機之二。

本研究希望能在調查研究之後獲得某些具體的結論，進而對球場經營

者提供來自於球友的心聲及建議，作為改進缺點及提升服務品質的參考依據，並提供後續相關研究者些許的參考及建議。

## 第二節 研究目的

本研究根據上述研究背景，主要的研究目的希望透過調查研究瞭解高爾夫不同技術水準參與者在參與動機、參與滿意度上的差異及兩者之相關性，並藉由研究之結果進而能評估高爾夫球場之發展與方向。

## 第三節 研究問題與假設

本研究所欲探討之問題共三點，如下所列：

- 一、瞭解高爾夫不同技術水準參與者在參與動機上的差異為何？
- 二、瞭解高爾夫不同技術水準參與者在參與滿意度上的差異為何？
- 三、瞭解高爾夫不同技術水準參與者參與動機與滿意度之關係為何？

## 二、研究假設

本研究假設高爾夫不同技術水準參與者之參與動機及滿意度有所差異。換言之，依據本研究之目的所設立之研究假設如下：

- (一) 高爾夫不同技術水準參與者之參與動機有顯著差異。
- (二) 高爾夫不同技術水準參與者之參與滿意度有顯著差異。

## 第四節 研究範圍與限制

### 一、研究範圍

本研究採用問卷調查研究法，研究對象以民國九十四年到台北縣板橋市遠東高爾夫球場打球之球友為研究受試者。透過文獻分析、專家意見及問卷調查等方式，達成瞭解到台北縣板橋市遠東高爾夫球場打球之高爾夫不同技術水準參與者之參與動機、滿意度之差異及兩者之關係為目的，是為本研究之範圍。

### 二、研究限制

本研究以問卷為調查工具，由於問卷屬於自陳量表，且每個人對於施測的感受度均有所不同，所以研究者無法完全控制受試者的反應。但為了

使整個施測流程能順利且嚴謹的進行，並依照受試者的真實感受作答，研究者於每位受試者打完球準備離開之前，將其引導到球場交誼廳，給予明確的填答指引，並對於不懂的問題給予詳細解答。指導內容如下：（一）告知問卷填答程序（二）解釋差點算法並填上差點數（三）解釋問卷圈選方式（四）問卷回收。

此外，由於受人力、物力及時間上的限制，對於其他地區之高爾夫參與者之參與動機及滿意度並未能列入本次研究範圍之中，因此本研究的推論結果並無法應用到其他球場上，亦為本研究的限制所在。

## 第五節 名詞操作性定義

### 一、差點：

差點數有多種計算公式，完全視各國高爾夫主管單位或各球場俱樂部之規定而有所不同。在本研究，差點指業餘球友打一場球的總桿成績和球場標準桿的差。您到濱海球場打球，總桿數是 105，濱海球場的標準桿是 71，那您的差點是（ $105-71=34$ ）。您到遠東球場打球，總桿數是 98，遠東球場的標準桿是 64，那您的差點也是（ $98-64=34$ ）。若多打幾場球，差點就以平均數算。差點可以當作自我進步的標竿，也可以是球友間的實力比較，或讓桿的依據。在本研究中，研究者會在球友當日打完球

後，詢問其總桿數後並加以分類。

## 二、不同技術水準：

本研究，不同的技術水準是以高爾夫球專業術語「差點 (Handicap)」來作為判定的依據。在本研究中，將不同技術水準的球友分類成高、中、低、單差點等四種方式來表示。差點界於 37 或以上者為高差點球友，差點界於 23-36 為中差點球友，差點界於 10-22 為低差點球友，差點數在 10 以內者為單差點球友。差點數愈低表示技術愈高。而球友差點數高低的界定是以當日打完球後所得之桿數高低來作為分類的依據。

## 三、高爾夫參與者：

本研究之高爾夫參與者指的是：親自下場打球的球友。對於跟著擊球者一起來而並未下場擊球的親戚或朋友們，則不包括在此定義之內。

## 四、參與動機：

楊國樞將參與定義為一個人在團體中，投入個人思想、行為及其他資源，以使團體受到影響，而產生某種預期結果的活動（轉引自吳宜蓁，

民 84)。

動機 (motivation) 一詞源自於拉丁文 movere，一般而言是指個體活動，維持已引起的活動，並使該活動朝向某一個目標進行的一種內在歷程，是心理學家們對個體行為的原因及其表現方式的一種推理性解釋 (張春興，民 78)。因此，根據動機理論，行為是個體表現於外的活動，而動機 (motivation) 則是促使個體表現行為的內在歷程。本研究的參與動機是指不同技術水準的高爾夫參與者參與打球的心理意願及強度。以 (林煒迪，2001) 高爾夫球友擊球動機及體驗之研究調查問卷量表的結果代表之。

##### 五、滿意度：

學者對於顧客滿意度的定義仍然存在著不同觀點，大都以「服務品質」為基礎。Oliver(1997)將顧客滿意定義為令顧客感受到消費某產品服務能滿足他們需求、目標或感覺愉快；即認為顧客滿意係消費者在購買或使用產品後，就產品實際績效與購買前期望的一致性程度之比較。Kristensen, Martensen and Gronoldt (1999)指出顧客滿意是顧客對產品購買與消費經驗之評量反應，是來自於顧客的期望與實際所獲得的感受之比較。由此可知，顧客滿意係產品購買與使用之態度評量，而此評量是

指在購買後，所感受到產品或服務之實際績效與購買前期望之比較。

遠東高爾夫球場參與者對球場之滿意度是一種親身體驗之感受，球友們在打球過程中，對於球場整體的軟、硬體設備以及工作人員的服務態度及表現，所經歷的整個體驗的過程，乃做為判定是否獲得滿意的指標。以

（章志昇，2001）台北地區高爾夫球場消費者行為問卷調查量表的結果代表之。