



臺北
城市

運動健康休閒學刊

Journal of Sports Health and Recreation of Taipei Chengshih University



ISSN 2306-8752

第十卷 第二期
Vol.10 No.2



高爾夫球場之服務品質探討

Research on Service Quality of Golf Course

曾秀鳳 劉碧雯 鄧建中

Tseng, Hsiu-Feng Liu, Pi-Wen Teng, Chien-Chung

臺北城市科技大學休閒事業系 編印

高爾夫球場之服務品質探討

曾秀鳳¹ 劉碧雯*² 鄧建中³

¹臺北城市科技大學休閒事業系

²苗栗縣立三義高級中學

³閩南師範大學體育學院

摘要

隨著社會經濟的發展帶動起整個高爾夫運動的發展。然而，當高爾夫球場的數量越多，高爾夫球場的經營業者就必須面對激烈的同業競爭。高爾夫球場在經營上，不僅要提供球場的設施，還需要搭配良好的服務品質作為經營策略。因此，瞭解高爾夫球場之服務品質類型與高爾夫參與者對高爾夫球場服務品質的感受，能有助高爾夫球場服務品質的改善。本研究以臺中地區曾經至高爾夫球場參與高爾夫運動的消費者作為問卷調查對象，問卷調查共回收有效問卷 186 份。利用敘述性統計、因素分析與信度分析進行資料分析。研究結果發現，高爾夫球場服務品質包括「服務確實類」、「服務可靠類」與「設備環境類」等三種類型。「服務可靠類」服務品質評價最佳，其次為「服務確實類」服務品質，「設備環境類」服務品質評價最差。

關鍵詞：高爾夫、高爾夫球場、服務品質、管理策略

*連絡作者：劉碧雯

連絡電話：0919-718-767

通訊地址：苗栗縣三義鄉廣盛村 11 鄰 122 號

E-mail：touristicgenius@yahoo.com.tw

投稿日期：110 年 11 月

接受日期：110 年 12 月

壹、緒論

一、研究背景

高爾夫(Golf)的誕生，能追溯至 2000 年前的羅馬帝國時代。一種名為「paganica」的運動，人們在田野間，用彎曲的木棒揮打裝有羽毛的小皮球，把球打到目標，被視為高爾夫球的前身(經理人，2021)，發展至今已成為一項適合男女老少參加的室外運動。一般認為現代高爾夫球起源於 1456 年的蘇格蘭，今日的高爾夫球 18 洞制度即由蘇格蘭制定，當地亦有全球最歷史悠久的高球會，被視作蘇格蘭國粹，世界第一座高爾夫球場即位於蘇格蘭聖安德魯斯成立於 1452 年(中華奧林匹克委員會，2021)。根據皇家聖安卓古典高爾夫俱樂部(Royal and Ancient Golf Club of St. Andrews)2019 年的統計報告指出，截至 2018 年底，全球兩百四十九個國家當中，有兩百零九個國家擁有高爾夫球場，合計全世界共有三萬八千八百六十四座高爾夫球場(Yahoo 運動，2020)。1919 年 11 月 3 日臺灣正式創設高爾夫球場，臺灣高爾夫俱樂部(又稱老淡水高爾夫球場或淡水高爾夫球場)是臺灣第一座高爾夫球場(臺灣高爾夫俱樂部，2021)，截至 2021 年 5 月全臺共有 59 座合法經營的高爾夫球場(教育部體育署，2021)。高爾夫運動隨著社會經濟的發展、人們運動健康觀念高漲以及經由傳媒對高爾夫運動的報導，帶動起整個高爾夫運動的發展，目前，高爾夫運動已朝向普遍化的發展趨勢(鄧建中、劉芋君、曾秀鳳、丁一倫，2019)。

高爾夫球場的數量越多，越能方便高爾夫愛好者參與高爾夫運動。但另一方面，對於經營高爾夫球場的業者而言，就必須面對殘酷的同業競爭。因此，高爾夫球場在經營上，不僅要提供球場的設施，還需要搭配完善的服務品質作為經營策略(張良漢，2008)。事實上，高爾夫球場在服務品質的策略擬定上，可以透過詢問高爾夫參與者的意見，以藉此為高爾夫參與者提供更符合參與者需求的服務內容以及環境設施(林聰哲，2008)。

在服務品質的衡量上，可以依照服務是一動態過程特性，讓消費者比較接受服務前的期望與實際接受服務後的感受結果，來視為消費者對服務品質的衡量，而消費者在接受服務過程中所接觸到各項有形與無形服務項目，皆可列為服務品質的衡量內容(鄧建中、林光森、曾秀鳳、曹竣揚、蔡純盛，2020)。如同 Lehtinen and Lehtinen (1991)提及，服務品質主要有過程品質與產出品質兩大類。而過程品質是消費者接受服務時對服務的感受評價；產出品質為是消費者對服務結果的評價。Haywood (1988)認為，服務品質是由提供服務的實體設備與流程、服務人員的有關的服務行為、以及對於服務內容的專業性表現程度等三方面共同產生的結果。Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985)進行服務品質研究發現，服務品質的衡量構面包括接近性、溝通性、競爭力、禮貌性、信任性、可靠性、反應力、安全性、有形性以及體貼性等。Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988)更進一步將服務品質衡量構面調整成有形性、可靠性、反應性、確實性與關懷性等五大構面。除此之外，Brady and Cronin (2001)發現，服務品質是建立在服務的傳遞中，消費者會感受到所接受到的技術與功能；服務的產品、傳遞與環境；可靠、反應、確實、同

理心與具體的服務經驗。

經由以上所述得知，探討高爾夫球場的服務品質，是能有助於高爾夫球場整體經營策略參考。同時，當高爾夫球場重視消費者所在意的服務品質時，高爾夫參與者便能獲得滿意的服務內容，未來才會繼續到球場參與高爾夫運動。

二、研究目的

根據上述研究背景，本研究目的如下：

- (一) 探討高爾夫球場服務品質類型。
- (二) 瞭解高爾夫參與者對高爾夫球場服務品質的評價。

貳、研究方法

一、問卷設計與調查

服務品質量表主要是參考 Parasuraman et al. (1988)發展之服務品質量表為基礎，設計成適合本研究衡量服務品質的問項，服務品質量表共有 22 題問項所組成。服務品質量表並以李克特 (Likert scale) 5 等尺度做為權重分配的標準。

本研究採便利取樣，以臺中地區曾經至高爾夫球場參與高爾夫運動的消費者作為問卷調查對象，總計共回收 186 份有效問卷。受訪者性別分布如表 1 所示，男性受訪者 153 人，占總受訪者比例的 82.26%；女性 33 人，占總受訪者比例的 17.74%。

表 1 受訪者性別分布

性別	人數	百分比(%)
男	153	82.26
女	33	17.74

資料來源：筆者彙整

二、資料處理

本研究運用 SPSS 20 統計軟體做為資料分析工具，主要統計分析方法包括敘述性統計分析、因素分析與信度分析。

參、結果與討論

一、探索性因素分析

首先進行 KMO 及 Bartlett 球形檢定，經統計分析發現服務品質量表 KMO 值為 .925；Bartlett 球形檢定的近似卡方分配為 4329.515，自由度為 231，顯著性 $p < .001$ ，達到顯著水準。

在探索性因素分析中，是以主成分分析法進行因素萃取，以及運用最大變異法萃取特徵值大於 1 的因素。經探索性因素分析後共萃取三個因素，因素一是由 10 個項目所組成，並按組成項目內容特性命名為「服務確實類」。因素二由 9 個項目組成，依組成項目內容特性命名為「服務可靠類」。因素三則由 3 個項目所組成，同樣依照組成項目內容特性命名為「設備環境類」，整體解釋變異量達 76.212%，詳細探索性因素分析結果如表 2 所示。有關高爾夫球場服務品質量表信度，服務確實類信度 Cronbach α 為 .964；服務可靠類信度 Cronbach α 為 .948；設備環境類信度 Cronbach α 為 .883；整體量表信度 Cronbach α 為 .971。

表 2 服務品質探索性因數分析表

項目	因素	服務 確實類	服務 可靠類	設備 環境類
球場在處理問題時的誠意佳		.688		
球場對服務承諾履程度佳		.719		
服務人員能提供即時的服務		.786		
服務人員很樂意協助我		.790		
我對球場的服務有信心		.804		
服務人員總是服務周到		.832		
服務人員會關注我的需求		.801		
服務人員以主動關懷的態度服務我		.712		
球場會以我的權益為優先考量		.489		
球場重視顧客所提之意見與問題		.577		
服務人員穿著整齊			.675	
球場能準時的提供服務			.680	
球場是可信賴的企業			.740	
球場所提供的訊息正確無誤			.729	
服務人員與顧客互動良好			.779	
服務人員不會因忙碌而不理會我			.724	
在此球場消費令我感到安全			.708	
服務人員具有專業知能			.732	
服務人員了解我需要的服務			.633	
球場擁有完善服務設備與設施				.824
球場服務設備與環境的視覺感受佳				.870
球場整體環境整潔與舒適				.821
特徵值		13.931	1.708	1.128
解釋變異量%		31.268	28.647	16.298
累積解釋變異量%		31.268	59.915	76.212
旋轉平方和		6.879	6.302	3.585
Cronbach α (信度)		.964	.948	.883
Cronbach α (整體信度)			.971	

註：KMO檢驗 = .925，Bartlett檢驗 = 4329.515，自由度 = 231， $p = .000$ ***

資料來源：筆者彙整

二、高爾夫球場服務品質類型

由表 2 可清楚得知高爾夫球場服務品質類型及其詳細內容。高爾夫球場服務品質包括服務確實類、服務可靠類與設備環境類等三種類型。其中服務確實類是由「球場在處理問題時的誠意佳」、「球場對服務承諾履行程度佳」、「服務人員能提供即時的服務」、「服務人員很樂意協助我」、「我對球場的服務有信心」、「服務人員總是服務周到」、「服務人員會關注我的需求」、「服務人員以主動關懷的態度服務我」、「球場會以我的權益為優先考量」與「球場重視顧客所提之意見與問題」等項目所組成；服務可靠類為「服務人員穿著整齊」、「球場能準時的提供服務」、「球場是可信賴的企業」、「球場所提供的訊息正確無誤」、「服務人員與顧客互動良好」、「服務人員不會因忙碌而不理會我」、「在此球場消費令我感到安全」、「服務人員具有專業知能」及「服務人員了解我需要的服務」等項目所組成；設備環境類則是由「球場擁有完善服務設備與設施」、「球場服務設備與環境的視覺感受佳」以及「球場整體環境整潔與舒適」等項目所組成。

三、受訪者對高爾夫球場服務品質的評價

(一) 整體受訪者對高爾夫球場服務品質的評價

由表 3 可得知整體受訪者對高爾夫球場服務品質評價的情況。服務品質構面排序為，服務可靠類(平均值=4.1864)；服務確實類(平均值=4.1167)；設備環境類(平均值=3.6469)。

服務品質排序為，「服務人員與顧客互動良好」(平均值=4.3817)；「服務人員不會因忙碌而不理會我」(平均值=4.2903)；「服務人員很樂意協助我」(平均值=4.2849)；「球場是可信賴的企業」(平均值=4.1864)；「服務人員總是服務周到」(平均值=4.2043)；「球場能準時的提供服務」(平均值=4.1935)；「我對球場的服務有信心」(平均值=4.1774)；「在此球場消費令我感到安全」(平均值=4.1667)；「球場所提供的訊息正確無誤」(平均值=4.1559)；「服務人員具有專業知能」(平均值=4.1505)；「服務人員能提供即時的服務」(平均值=4.1398)；「服務人員了解我需要的服務」(平均值=4.1344)；「球場在處理問題時的誠意佳」(平均值=4.1129)；「服務人員會關注我的需求」(平均值=4.1022)；「對服務承諾履行程度佳」(平均值=4.0914)；「服務人員以主動關懷的態度服務我」(平均值=4.0484)；「球場會以我的權益為優先考量」(平均值=4.0108)；「球場重視顧客所提之意見與問題」(平均值=3.9946)；「服務人員穿著整齊」(平均值=3.9946)；「球場擁有完善服務設備與設施」(平均值=3.6075)；「球場服務設備與環境的視覺感受佳」(平均值=3.6344)；「球場整體環境整潔與舒適」(平均值=3.6989)。

(二) 男性受訪者對高爾夫球場服務品質的評價

由表 4 可以看出男性受訪者對高爾夫球場服務品質的評價結果，其中，「服務人員與顧客互動良好」(平均值=4.3922)；「服務人員不會因忙碌而不理會我」(平均值=4.2941)；「服務人員很樂意協助我」(平均值=4.2810)；「服務人員總是服務周到」(平均

值=4.2157)；「球場能準時的提供服務」(平均值=4.1961)；「球場是可信賴的企業」(平均值=4.1961)；「我對球場的服務有信心」(平均值=4.1634)；「在此球場消費令我感到安全」(平均值=4.1634)；「服務人員具有專業知能」(平均值=4.1634)；「球場所提供的訊息正確無誤」(平均值=4.1596)；「服務人員能提供即時的服務」(平均值=4.1373)以及「服務人員了解我需要的服務」(平均值=4.1242)等是評價最高的十二個項目。另外，「球場擁有完善服務設備與設施」(平均值=3.6144)；「球場服務設備與環境的視覺感受佳」(平均值=3.6340)及「球場整體環境整潔與舒適」(平均值=3.7190)等是評價最差的三個項目。

表 3 受訪者對服務品質的評價結果

構面	項目	平均值	排序	構面 平均值
服務確實類	球場在處理問題時的誠意佳	4.1129	13	4.1167
	對服務承諾履程度佳	4.0914	15	
	服務人員能提供即時的服務	4.1398	11	
	服務人員很樂意協助我	4.2849	3	
	我對球場的服務有信心	4.1774	7	
	服務人員總是服務周到	4.2043	5	
	服務人員會關注我的需求	4.1022	14	
	服務人員以主動關懷的態度服務我	4.0484	16	
	球場會以我的權益為優先考量	4.0108	17	
球場重視顧客所提之意見與問題	3.9946	18		
服務可靠類	服務人員穿著整齊	3.9946	18	4.1864
	球場能準時的提供服務	4.1935	6	
	球場是可信賴的企業	4.2097	4	
	球場所提供的訊息正確無誤	4.1559	9	
	服務人員與顧客互動良好	4.3817	1	
	服務人員不會因忙碌而不理會我	4.2903	2	
	在此球場消費令我感到安全	4.1667	8	
	服務人員具有專業知能	4.1505	10	
服務人員了解我需要的服務	4.1344	12		
設備環境類	球場擁有完善服務設備與設施	3.6075	22	3.6469
	球場服務設備與環境的視覺感受佳	3.6344	21	
	球場整體環境整潔與舒適	3.6989	20	

資料來源：筆者彙整

表 4 男性受訪者對高爾夫球場服務品質的評價結果

項目	平均值	排序
服務人員與顧客互動良好	4.3922	1
服務人員不會因忙碌而不理會我	4.2941	2
服務人員很樂意協助我	4.2810	3
服務人員總是服務周到	4.2157	4
球場能準時的提供服務	4.1961	5
球場是可信賴的企業	4.1961	5
我對球場的服務有信心	4.1634	7
在此球場消費令我感到安全	4.1634	7
服務人員具有專業知能	4.1634	7
球場所提供的訊息正確無誤	4.1596	10
服務人員能提供即時的服務	4.1373	11
服務人員了解我需要的服務	4.1242	12
服務人員會關注我的需求	4.1176	13
球場對服務承諾履行程度佳	4.1111	14
球場在處理問題時的誠意佳	4.1046	15
服務人員以主動關懷的態度服務我	4.0719	16
服務人員穿著整齊	4.0196	17
球場會以我的權益為優先考量	4.0131	18
球場重視顧客所提之意見與問題	3.9869	19
球場整體環境整潔與舒適	3.7190	20
球場服務設備與環境的視覺感受佳	3.6340	21
球場擁有完善服務設備與設施	3.6144	22

資料來源：筆者彙整

(三) 女性受訪者對俱樂部服務品質評價

由表 5 可以得知女性受訪者對高爾夫球場服務品質的評價結果，其中，「服務人員與顧客互動良好」(平均值=4.3333)；「服務人員很樂意協助我」(平均值=4.3030)；「球場是可信賴的企業」(平均值=4.2727)；「服務人員不會因忙碌而不理會我」(平均值=4.2727)；「我對球場的服務有信心」(平均值=4.2424)；「球場能準時的提供服務」(平均值=4.1818)；「在此球場消費令我感到安全」(平均值=4.1818)；「服務人員了解我需要的服務」(平均值=4.1818)；「球場在處理問題時的誠意佳」(平均值=4.1515)；「服務人員能提供即時的服務」(平均值=4.1515)；「服務人員總是服務周到」(平均值=4.1515)以及「球場所提供的訊息正確無誤」(平均值=4.1515)等是評價最高的十二個項目。另外，「球場擁有完善服務設備與設施」(平均值=3.5758)；「球場整體環境整潔與舒適」(平均值=3.6061)與「球場服務設備與環境的視覺感受佳」(平均值=3.6364)等是評價最差的三個項目。

表 5 女性受訪者對高爾夫球場服務品質的評價結果

項目	平均值	排序
服務人員與顧客互動良好	4.3333	1
服務人員很樂意協助我	4.3030	2
球場是可信賴的企業	4.2727	3
服務人員不會因忙碌而不理會我	4.2727	3
我對球場的服務有信心	4.2424	5
球場能準時的提供服務	4.1818	6
在此球場消費令我感到安全	4.1818	6
服務人員了解我需要的服務	4.1818	6
球場在處理問題時的誠意佳	4.1515	9
服務人員能提供即時的服務	4.1515	9
服務人員總是服務周到	4.1515	9
球場所提供的訊息正確無誤	4.1515	9
服務人員具有專業知能	4.0909	13
服務人員會關注我的需求	4.0303	14
球場重視顧客所提之意見與問題	4.0303	14
球場對服務承諾履程度佳	4.0000	16
球場會以我的權益為優先考量	4.0000	17
服務人員以主動關懷的態度服務我	3.9394	18
服務人員穿著整齊	3.8788	19
球場服務設備與環境的視覺感受佳	3.6364	20
球場整體環境整潔與舒適	3.6061	21
球場擁有完善服務設備與設施	3.5758	22

資料來源：筆者彙整

肆、結論與建議

一、結論

- (一) 高爾夫球場之服務品質主要包括服務確實類、服務可靠類以及設備環境類等，共有三種類型。
- (二) 受訪者對服務可靠類服務品質評價最佳，其次為服務確實類服務品質，對設備環境類服務品質評價最差。對服務品質項目評價最佳前五項為，「服務人員與顧客互動良好」、「服務人員不會因忙碌而不理會我」、「服務人員很樂意協助我」、「球場是可信賴的企業」與「服務人員總是服務周到」。對服務品質項目評價最差的五個項目為，「球場擁有完善服務設備與設

施」、「球場服務設備與環境的視覺感受佳」、「球場整體環境整潔與舒適」、「球場重視顧客所提之意見與問題」與「服務人員穿著整齊」。

二、建議

- (一) 設備環境類的服務品質是受訪者對服務品質評價最不佳的項目，各高爾夫球場可以透過訪談或問卷調查的方式來蒐集消費者感覺不佳的服務內容後，再針對性的進行服務品質改善工作。
- (二) 高爾夫球場在可適切的運用科技產物進行球場營運管理，例如，在球場重要位置安裝監視系統可隨時觀察到球場四周環境情況，或透過空拍機巡視球場更能快速瞭解球場的即時情況，如發現球場環境有不佳情況，可立即派工作人員進行改善。

參考文獻

中文部分

- Yahoo!運動(2020)。全世界球場數美國居冠，先進國家比較：臺灣球場數偏低。線上檢索日期：2021年10月11日。取自：<https://tw.sports.yahoo.com/news/%E9%AB%98%E7%88%BE%E5%A4%AB-%E5%85%A8%E4%B8%96%E7%95%8C%E7%90%83%E5%A0%B4%E6%95%B8%E7%BE%8E%E5%9C%8B%E5%B1%85%E5%86%A0-%E5%85%88%E9%80%B2%E5%9C%8B%E5%AE%B6%E6%AF%94%E8%BC%83-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E7%90%83%E5%A0%B4%E6%95%B8%E5%81%8F%E4%BD%8E-084545119.html>
- 中華奧林匹克委員會(2021)。高爾夫。線上檢索日期：2021年9月18日。取自<https://www.tpenoc.net/sport/golf/>。
- 林聰哲(2008)中部地區高爾夫球場服務品質、消費者知覺價值、滿意度與行為意向之研究。《管理實務與理論研究》，2(4)，196-214。
- 張良漢(2008)。高爾夫球場使用者知覺服務品質對忠誠度之影響-以服務價值、滿意度為中介機制。《體育學報》，41(1)，69-84。
- 教育部體育署(2021)。高爾夫球場名冊。線上檢索日期：2021年10月15日。取自<https://www.sa.gov.tw/PageContent?n=2439>。
- 經理人(2021)。揮桿！打好「高爾夫」邁向卓越。線上檢索日期：2021年10月12日。取自<https://www.managertoday.com.tw/eightylife/topic/view/18/serial/1>。
- 臺灣高爾夫俱樂部(2021)。歷史沿革。線上檢索日期：2021年9月20日。取自<https://www.tgccgolf.com/history/1918-1926/>。
- 鄧建中、劉芋君、曾秀鳳、丁一倫(2019)。高爾夫球場行銷策略之個案研究—以臺灣中部Y高爾夫球場為例。《嘉大體育健康休閒期刊》，18(2)，13-25。
- 鄧建中、林光森、曾秀鳳、曹竣揚、蔡純盛(2020)。體育學院學生對健身俱樂部服務品

質的評價。 *臺北城市運動健康休閒學刊*，9(2)，23-32。

英文部分

- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3): 34-49.
- Haywood, F. J. (1988). A conceptual model of service quality. *International Journal of Operations and Production Management*, 8(6): 19-29.
- Lehtinen, U., Lehtinen, J. R. (1991). Two Approaches to Service Quality Dimensions. *The Service Industries Journal*, 11(3): 287-303.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4): 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.

Research on Service Quality of Golf Course

Tseng, Hsiu-Feng¹ Liu, Pi-Wen^{*2} Teng, Chien-Chung³

¹ Department of Leisure and Recreation Management, Taipei City University of Science and Technology

² Miaoli County Sanyi Senior High School

³ School of Physical Education, Minnan Normal University

Abstract

With the development of social economy, it drives the development of the whole golf. However, when the number of golf courses is more, the operators of golf courses must face fierce peer competition. In the management of golf courses, not only must the facilities of the golf course be provided, but also good service quality must be used as a business strategy. Therefore, understanding the service quality types of golf courses and the feelings of golf participants on the service quality of golf courses can help to improve the service quality of golf courses. In this study, consumers who had been to golf courses to participate in golf in Taichung were the subjects of the questionnaire survey. A total of 186 valid questionnaires were collected in the questionnaire survey. Descriptive statistics, factor analysis and reliability analysis were used for data analysis. The results show that golf course service quality includes three types: “Service assurance”, “Service reliability” and “Equipment environment”. The service quality of “Service reliability” is the best, followed by the service quality of “Service assurance”, and the service quality of “Equipment environment” is the worst.

Keywords: golf, golf course, service quality, management strategy

Journal of Sports Health and Recreation of Taipei Chengshih University

臺北城市運動健康休閒學刊

2021.12



運動健康休閒臺北城市

地址：台北市北投區學園路2號
電話：(02) 28927154轉8790

ISSN 2306-8752