

南華大學

文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS
ADMINISTRATION

Department of Cultural & Creative Enterprise Management,
Nanhua University

社區閱讀中心使用動機、滿意度與再使用意願關係之研究—

以彰化縣村東國小為例

A Study of the Relationships among the Motivation, Satisfaction, and
Reuse Intention of Community Reading Center Users – An Example of
Changhua County Cun-Dong Elementary School

指導教授：洪林伯博士

ADVISOR: HUNG, OLIVER LIN-BAO, Ph.D.

研究生：王敏卿

GRADUATE STUDENT: WANG, MIN-CHING

中 華 民 國 106 年 6 月

南 華 大 學

文化創意事業管理學系碩士在職專班

碩 士 學 位 論 文

社區閱讀中心使用動機、滿意度與再使用意願關係之研究—

以彰化縣村東國小為例

A Study of the Relationships among the Motivation, Satisfaction,

and Reuse Intention of Community Reading Center Users - An

Example of Changhua County Cun-Dong Elementary School

研究生：王敏卿

經考試合格特此證明

口試委員：

傅建宏

張子如

胡子文

指導教授：

張子如

系主任(所長)：

楊建仁

口試日期：中 華 民 國 106 年 6 月 4 日

南華大學文化創意事業管理學系 105 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：社區閱讀中心使用動機、滿意度與再使用意願關係之研究

——以彰化縣村東國小為例

研究生：王敏卿

指導教授：洪林伯 博士

論文摘要內容：

提高國民閱讀力也是提升國家競爭力，因此彰化縣政府在許多國中小設立社區閱讀中心，提供良好的閱讀環境。村東國小社區閱讀中心設計別具巧思、閱讀環境佳，吸引了許多遊客的參觀，擁有相當高的知名度，但在這美麗光環之下是否達到建置的目的是本研究所關心的。本研究在探討彰化縣村東國小社區閱讀中心的使用動機、滿意度與再使用意願，分析不同背景變項使用者的差異情形，了解這三個變項的相關情形。期能透過研究結果對於社區閱讀中心提出建議。

本研究使用問卷調查法，共發出問卷 250 份，回收問卷 215 份，有效問卷 209 份，有效問卷率為 97.2%。問卷資料以描述性統計、t 檢定、單因子變異數分析、皮爾森積差相關分析與迴歸分析等統計方法進行資料分析。

研究結果發現：1. 不同的性別、職業、閱讀興趣、停留時間、造訪頻率及同行友人對使用動機有差異。2. 不同的閱讀興趣、造訪頻率及同行友人對滿意度有差異。3. 不同的年齡、閱讀興趣、造訪頻率及同行友人對再使用意願有差異。4. 使用動機、滿意度及再使用意願三者間呈現正向顯著的影響關係。

根據研究結果提出建議如下：

1. 多舉辦閱讀相關活動，增進使用者的使用頻率。
2. 適時的了解使用者需求及意見。
3. 營造閱讀氣氛，打造書香環境，讓更多的使用者能夠將閱讀視為休閒活動。
4. 深入社區推廣、增加志工參與，讓社區民眾知道社區閱讀中心所能提供的服務與資源。

關鍵詞：社區閱讀中心、使用動機、滿意度、再使用意願

Title of Thesis: A Study of the Relationships among the Motivation, Satisfaction, and Reuse Intention of Community Reading Center Users – An Example of Changhua County Cun-Dong Elementary School

Name of Institute: Department of Cultural & Creative Enterprise Management, Nanhua University

Graduate date: June, 2016

Degree Conferred: M.B.A.

Name of Student: WANG, MIN-CHING

Advisor: Hung, Oliver L., Ph.D.

Abstract

In order to increase the reading ability as well as the national competitiveness, Changhua County Government established community reading centers in many junior high schools and elementary schools to provide excellent reading environments. The Community Reading Center of Cun-Dong Elementary School, one of the most popular reading centers around the county, is famous for its ingenuity design and outstanding reading climate which obtains very high reputation and attracts lots of visitors. This study was aimed to focus on whether the original goal is achieved or not.

The Community Reading Center at Cun Dong elementary school is known for its delicate and well-designed space. And this study is focusing on whether the original goal is achieved or not.

The main purpose of this study is to investigate the users' motivation, satisfaction, and reuse intention of the community reading center. And the study also analyzed the differences and correlation of the three variables among various background variables.

Questionnaires survey method was conducted in this study. A total of 250 questionnaires were issued with 209 valid response received, which accounts for 97.2% of all the questionnaires handed out. After statistical analysis, such as descriptive-statistics, t-test, one-way ANOVA, Pearson product moment correlation, Regression, conclusions were made. The following is the summary of the study:

1. For the motivation, there is significant difference on users' gender, occupation, reading interest, staying duration, frequency of visit and companions coming along.

2. The satisfaction about the survey with differences depends on the variable of different users' age, reading interest, frequency of visit and companions coming along.

3. Different age, reading interest, frequency of visit and companions coming along are significantly affecting the reuse intention of users.

4. There is a significant positive relationship among motivation, satisfaction and

reuse intention.

Finally, based on the results and conclusions, several suggestions are made as followed:

1. To increase the frequency of use, the community reading centers could held more reading activities.
2. The demands and opinions of users should be duly followed.
3. The community reading center could create decent reading atmosphere and environment for the users to take reading as leisure time activity.
4. Promotion in the community and recruitment of volunteers are also ways to inform the residents what kinds of service and resources the community center can provide.

Keywords: Community Reading Center, motivation, satisfaction, reuse intention



目 錄

中文摘要	i
Abstract	ii
目錄	iv
表目錄	vii
圖目錄	xii
第一章 緒論	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究動機	2
1.3 研究目的	3
1.4 研究流程	3
1.5 研究範圍與限制	4
第二章 文獻探討	5
2.1 社區閱讀中心	5
2.1.1 社區閱讀中心	5
2.1.2 村東國小社區閱讀中心	6
2.2 使用動機	7
2.2.1 動機	7

2.2.2 閱讀動機	9
2.2.3 小結.....	11
2.3 滿意度.....	11
2.4 再使用意願	13
第三章 研究設計與方法	16
3.1 研究架構	16
3.2 研究假設	16
3.3 研究設計	18
3.3.1 使用者基本資料.....	18
3.3.2 使用動機量表	19
3.3.3 滿意度量表	20
3.3.4 再使用意願量表.....	21
3.4 預試問卷結果及信度分析	22
3.5 資料分析	24
3.5.1 描述性統計分析.....	24
3.5.2 信度分析	24
3.5.3 獨立樣本 t 檢定	24
3.5.4 單因子變異數分析.....	24

3.5.5 相關分析	25
3.5.6 迴歸分析	25
第四章 資料分析與整理	26
4.1 正式問卷結果及信度分析	26
4.2 使用者特性分析	26
4.3 使用動機、滿意度與再使用意願之分析	32
4.4 不同特性使用者在使用動機之現況及差異分析	33
4.5 不同特性使用者在滿意度之現況及差異分析	48
4.6 不同特性使用者在再使用意願之現況及差異分析	62
4.7 使用動機、滿意度、再使用意願之相關分析	69
4.8 使用動機、滿意度、再使用意願之迴歸分析	71
第五章 結論與建議	73
5.1 研究結論	73
5.2 研究建議	76
參考文獻	76
附錄一 彰化縣各鄉鎮社區閱讀中心分布學校一覽表	82
附錄二 正式問卷	85

表 目 錄

表 2.1 國內外學者對動機的定義.....	7
表 2.2 國內外學者對閱讀動機的定義.....	10
表 2.3 國內外學者對滿意度的定義.....	12
表 2.4 國內外學者對再使用意願的定義.....	14
表 3.1 使用動機量表編製.....	19
表 3.2 滿意度量表編製.....	20
表 3.3 再使用意願量表編製.....	22
表 3.4 使用動機變項信度檢定表.....	23
表 3.5 滿意度變項信度檢定表.....	23
表 3.6 再使用意願變項信度檢定表.....	23
表 4.1 正式問卷信度檢定表.....	26
表 4.2 使用者性別分配統計表.....	27
表 4.3 使用者年齡分配統計表.....	27
表 4.4 使用者婚姻狀況分配統計表.....	28
表 4.5 使用者教育程度分配統計表.....	28
表 4.6 使用者職業分配統計表.....	29
表 4.7 使用者家庭平均每月所得分配統計表.....	29

表 4.8 使用者閱讀興趣分配統計表	30
表 4.9 使用者來過與否分配統計表	30
表 4.10 使用者造訪頻率分配統計表	30
表 4.11 使用者停留時間分配統計表	31
表 4.12 使用者同行友伴分配統計表	31
表 4.13 使用者最常造訪時段分配統計表	32
表 4.14 使用者最常閱讀類型分配統計表	32
表 4.15 使用動機、滿意度、再使用意願之分析	33
表 4.16 使用動機構面因素排序表	34
表 4.17 不同性別使用者在使用動機之獨立樣本 t 檢定表	35
表 4.18 不同年齡使用者在使用動機之單因子變異數分析表	35
表 4.19 不同婚姻狀況使用者在使用動機之單因子變異數分析表 ...	37
表 4.20 不同教育程度使用者在使用動機之單因子變異數分析表 ...	38
表 4.21 不同教育程度使用者在使用動機之單因子變異數分析表 ...	39
表 4.22 不同家庭平所得使用者在使用動機之單因子變異數分析表 .	40
表 4.23 不同閱讀興趣使用者在使用動機之單因子變異數分析表 ...	42
表 4.24 是否來過使用者在使用動機之獨立樣本 t 檢定表	42
表 4.25 不同造訪頻率使用者在使用動機之單因子變異數分析表 ...	43

表 4.26 不同停留時間使用者在使用動機之單因子變異數分析表 ...	45
表 4.27 不同同伴使用者在使用動機之單因子變異數分析表	46
表 4.28 不同造訪時段使用者在使用動機之獨立樣本 t 檢定表	47
表 4.29 不同閱讀類型使用者在使用動機之單因子變異數分析表 ...	48
表 4.30 滿意度構面因素排序表	49
表 4.31 不同性別使用者在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	50
表 4.32 不同年齡使用者在滿意度之單因子變異數分析表	50
表 4.33 不同婚姻狀況使用者在滿意度之單因子變異數分析表	52
表 4.34 不同教育程度使用者在滿意度之單因子變異數分析表	53
表 4.35 不同職業使用者在滿意度之單因子變異數分析表	54
表 4.36 不同家庭平均所得使用者在滿意度之單因子變異數分析表 ..	55
表 4.37 不同閱讀興趣使用者在滿意度之單因子變異數分析表	56
表 4.38 是否來過使用者在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	56
表 4.39 不同造訪頻率使用者在滿意度之單因子變異數分析表	57
表 4.40 不同停留時間使用者在滿意度之單因子變異數分析表	58
表 4.41 不同同伴使用者在滿意度之單因子變異數分析表	59
表 4.42 不同造訪時段使用者在滿意度之獨立樣本 t 檢定表	60
表 4.43 不同閱讀類型使用者在滿意度之單因子變異數分析表	61

表 4.44 再使用意願因素排序表.....	62
表 4.45 不同性別使用者在再使用意願之獨立樣本 t 檢定表	63
表 4.46 不同年齡使用者在再使用意願之單因子變異數分析表	63
表 4.47 不同婚姻狀況使用者在再使用意願之單因子變異數分析表 .	64
表 4.48 不同教育程度使用者在再使用意願之單因子變異數分析表 .	64
表 4.49 不同職業使用者在再使用意願之單因子變異數分析表	65
表 4.50 不同家庭平均所得使用者在再使用意願之單因子變異數分析表	65
表 4.51 不同閱讀興趣使用者在再使用意願之單因子變異數分析表 .	66
表 4.52 是否來過使用者在再使用意願之獨立樣本 t 檢定表	66
表 4.53 不同造訪頻率使用者在再使用意願之單因子變異數分析表 .	67
表 4.54 不同停留時間使用者在再使用意願之單因子變異數分析表 .	67
表 4.55 不同同伴使用者在再使用意願之單因子變異數分析表	68
表 4.56 不同造訪時段使用者在再使用意願之獨立樣本 t 檢定表 ...	68
表 4.57 不同閱讀類型使用者在再使用意願之單因子變異數分析表 .	69
表 4.58 使用動機構面與滿意度構面之相關係數矩陣表	69
表 4.59 使用動機構面與再使用意願構面之相關係數矩陣表	70
表 4.60 滿意度構面與再使用意願構面之相關係數矩陣表	70

表 4.60 使用動機對滿意度之迴歸分析表.....	71
表 4.62 使用動機對再使用意願之迴歸分析表.....	71
表 4.63 滿意度對再使用意願之迴歸分析表.....	72
表 5.1 研究假設驗證表.....	73



圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	4
圖 2.1 社區閱讀中心外觀.....	6
圖 3.1 研究架構圖.....	16



第一章 緒論

閱讀能力一直是近年來各國致力於研擬的議題，藉由提升國民閱讀力也提升國家競爭力，因此彰化縣政府在各國中小學校成立社區閱讀中心，大村鄉村東國小正是其一。「彰化縣村東國小社區閱讀中心」為本研究的對象，探討使用動機、滿意度與再使用意願，並討論各變項之關係。本章共分為五個小節，第一節為研究背景，第二節為研究動機，第三節為研究目的，第四節為研究流程，第五節為研究範圍與限制。

1.1 研究背景

近年來，世界各國間有許多學生的能力評比，如「PISA 國際學生能力評量計畫」和「PIRLS 促進國際閱讀素養研究」，帶動了國際間的比較，「見賢思齊，見不賢而內自省」，因此閱讀力的培養成為了臺灣教育努力的方向。教育部於 1998 年公布「邁向學習社會白皮書」，目標在建立學習社會，希望透過終身學習社會的建立促成個人的自我實現。

教育部每年投入大筆的經費在推動閱讀教育，彰化縣政府積極也推動閱讀，希望學生能夠喜歡閱讀、習慣閱讀，提升閱讀力也帶動學習力，讓臺灣的未來能夠充滿希望。彰化縣政府在這思維下創建了「社區閱讀中心」，利用學校資源提供社區居民一個更便利的閱讀環境，讓學校除了是鄰近居民的動態休閒場所，也可以是靜態休閒場所。讓社區民眾可以帶著孩子，拋掉電視、手機等電子產品，在一個充滿閱讀氛圍的場所進行親子共讀、進行自我成長。

村東國小社區閱讀中心的外觀是一本翻開的書，希望大家來翻閱，讓閱讀成為生活中的一部分，這眾人合力打造的優美環境、舒適空間，在許多部落客的宣傳報導下，讓村東國小來了許多參觀的遊客，這不曾有過的經驗，讓社區的民眾十分的雀躍，社區民眾也更積極的投入、愛護和保護這個社區的堡壘。村東國小社區閱讀中心社區閱讀中心讓原本以葡萄聞名全臺的大村鄉多了吸引遊客駐足參觀的魅力，也讓社區民眾更加的關注這間屬於社區公共空間的圖書館。

1.2 研究動機

從 1998 年教育部的「邁向學習社會白皮書」，及近幾年的施政重點，都可以看出國家對於閱讀的重視，研究者在國小服務多年，深深感受閱讀對於學生的重要性。如教育部於 2001 年至 2003 年推動「全國兒童閱讀計畫」，2004 年至 2008 年推動「焦點三百－兒童閱讀推動計畫」，2006 年起推動「偏遠地區國民中小學閱讀推動計畫」，2008 年至 2014 年推動「悅讀 101－國民中小學提升閱讀計畫」，2009 年至 2012 年推動公共圖書館「閱讀植根與空間改造計畫」(第一期)，並於 2013 年至 2016 年廣續推動公共圖書館「閱讀植根與空間改造計畫」(第二期)，2014 年至 2018 年推動「提升國民中小學學生閱讀教育實施計畫」。在這一連串的政策計劃推動下，我們的閱讀力在各項國際的競賽中以有提升的趨勢。

在閱讀力高國際教育競爭力相對較高的影響下，不管是政府單位、民間團體，甚至是社區家庭，也漸漸感受到這一波培養閱讀能力的浪潮。在這一波波浪潮的帶動下，各縣市政府也積極推動更適合於自己縣市特性所適合的閱讀計畫。彰化縣政府規劃了「社區閱讀中心」這項創舉，結合了政府、學校環境及社區支持，期許透過「書」來串聯起師生深層的學習；透過「書」來串聯起親子親密的互動；透過「書」來串聯起學校與地方活力的互動，社區閱讀中心便在此一氛圍下產生。從 2011 年第一座社區閱讀中心成立迄今，每一所社區閱讀中心都各自面臨了許多的挑戰，經歷了許多的革新，也吸取的許多人的寶貴意見而成長茁壯；逐漸的每一座社區閱讀中心配合著社區的發展、學校的規劃漸漸有了不一樣的樣貌。在這五年間，社區閱讀中心的數量越來越多，也各具特色，但閱讀中心成立的目的，像是營造書香社會、提供親子共讀環境……。本研究是透過村東國小的社區閱讀中心的現況來探討閱讀中心是否能夠發揮它的功能：打造一個良好的閱讀環境、促進親子共讀，成為閱讀教育的推手，並希望藉由本研究給予社區閱讀中心一些建議，讓社區閱讀中心能發揮它更大的價值。

1.3 研究目的

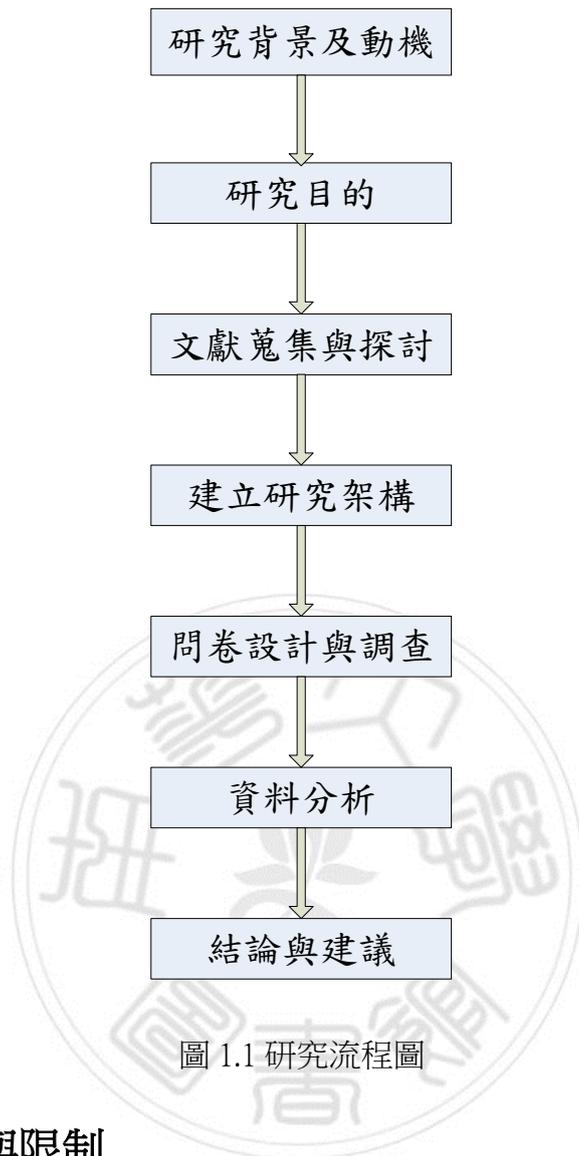
彰化縣政府在各個學校投下了許多的經費，結合政府單位、學校單位及社區人士，陸續在 176 所國中小設立社區閱讀中心，希望藉此提升彰化縣的閱讀的品質。

本研究以村東國小社區閱讀中心為對象，透過使用者的問卷資料進行分析、研究，以了解社區閱讀中心的使用情形及使用者的內在感受，探討其相關以了解村東國小的社區閱讀中心是否能達成設立的目的。其主要具體目的如下：

- 一、 探討村東國小社區閱讀中心的使用動機、滿意度與再使用意願情形。
- 二、 探討不同特性的使用者在使用動機、滿意度上是否有差異。
- 三、 探討使用動機對滿意度的高低是否有差異。
- 四、 探討不同特性的使用者其使用動機、滿意度是否影響再使用意願。

1.4 研究流程

本研究在確定研究主題、研究目的後，藉由大量的文獻資料閱讀以了解過去與本研究主題相關的資料，以確定研究的架構。本研究以社區閱讀中心的使用動機、社區閱讀中心的服務品質、使用者的滿意度及再使用意願等面向進行深度的文獻探討，並依據文獻探討進行問卷設計，透過問卷預試擬定正式問卷，從問卷的資料處理、分析提出研究的結果與建議，詳細流程如圖 1.1 所示：



1.5 研究範圍與限制

以彰化縣村東國小社區閱讀中心的使用者為研究對象，針對到訪過的民眾進行問卷調查，探討使用動機、滿意度及再使用意願之關係。其限制如下：

- 一、 本研究對象位於人口密度較低區域，所服務的使用者較少，因此問卷的發放數量不多。
- 二、 部分使用者的年齡過小，為避免無法理解問卷的內容而造成誤差，因此問卷發放時以國小高年級以上的使用者為主。
- 三、 問卷發放時間包含平日與假日，故有部分屬於慕名而來的遊客，雖不屬於社區閱讀中心的長期使用者，但因人數不多並未將之排除。

第二章 文獻探討

透過文獻的整理與回顧建立本研究的論述基礎。本章節共分為四個小節，第一節探討彰化縣社區閱讀中心的成立，第二節使用動機，第三節滿意度，第四節再使用意願。

2.1 社區閱讀中心

本節共分為二個部分，包含彰化縣社區閱讀中心及村東國小社區閱讀中心的成立目的、動機及相關規定。

2.1.1 社區閱讀中心

教育部在近年來推動了一系列的閱讀教育提倡活動，希望將國人的閱讀能力、閱讀素養做進一步的提升，讓人民及國家的競爭力逐步提高。彰化縣政府在教育改革的推動中於西元 2011 年 3 月 22 日在和美鎮培英國小啟用縣內第一所社區閱讀中心，由彰化縣政府教育處社會教育科所督導，結合縣內外資源，迄今已在各鄉鎮國中小設立 176 個社區閱讀中心據點，詳如附件。

社區閱讀中心除了成為在學學生的圖書館空間，更開放一般民眾於晚間或假日時使用，儘管此項設施將增加彰化縣政府及各學校的工作量，但各級單位卻不遺餘力，努力建設及付出，期望能讓各鄉鎮的民眾都能便利的使用這些閱讀空間，將閱讀的種子播種於每個人心中，使其成長茁壯。

孫愛華（2015）提出家人陪同孩子閱讀或是一起逛書店、上圖書館、參加書展與文化展覽活動的次數越多，國中學生從事閱讀行為越顯著。

陳怡如（2009）提出國小推動閱讀活動成功因素的六大構面：政府部門的行政作為、學校單位的行政作為、教師的閱讀教學素養、社會資源的支持系統、家庭促進閱讀的功能、學生及同儕的閱讀行為，其中教師的閱讀教學素養及家庭促進閱讀的功能是最重要的關鍵因素。

因此彰化縣政府打造這樣一個生活化、豐富化的閱讀環境，提供社區民眾一個

良好的環境進行「親子共讀」，讓彰化縣的閱讀能力向上提升也向下扎根。

2.1.2 村東國小社區閱讀中心

村東國小位於彰化縣大村鄉，主要的學生來自於大村鄉的和平村、福興村和黃厝村，人口總數為六千多人。村東國小社區閱讀中心於西元 2013 年落成，目前提供一般民眾的使用時間為平日晚上及假日的白天。由學校老師、替代役及志工共同維護與管理。

村東國小社區閱讀中心的美麗建築在部落客的報導下，迅速成為彰化縣知名的旅遊勝地，許多人不遠千里到此一遊。社區閱讀中心的超人氣也帶動了大村地區的觀光產業，也引起社區民眾對他的關注，吸引更多社區居民使用這一個環境清幽、布置溫馨的閱讀寶地，閱讀中心的外型就是一本翻開的書本，希望讓造訪的民眾能夠在舒適的閱讀空間靜下心來，閱讀這一本大書本內所涵的豐富資源。

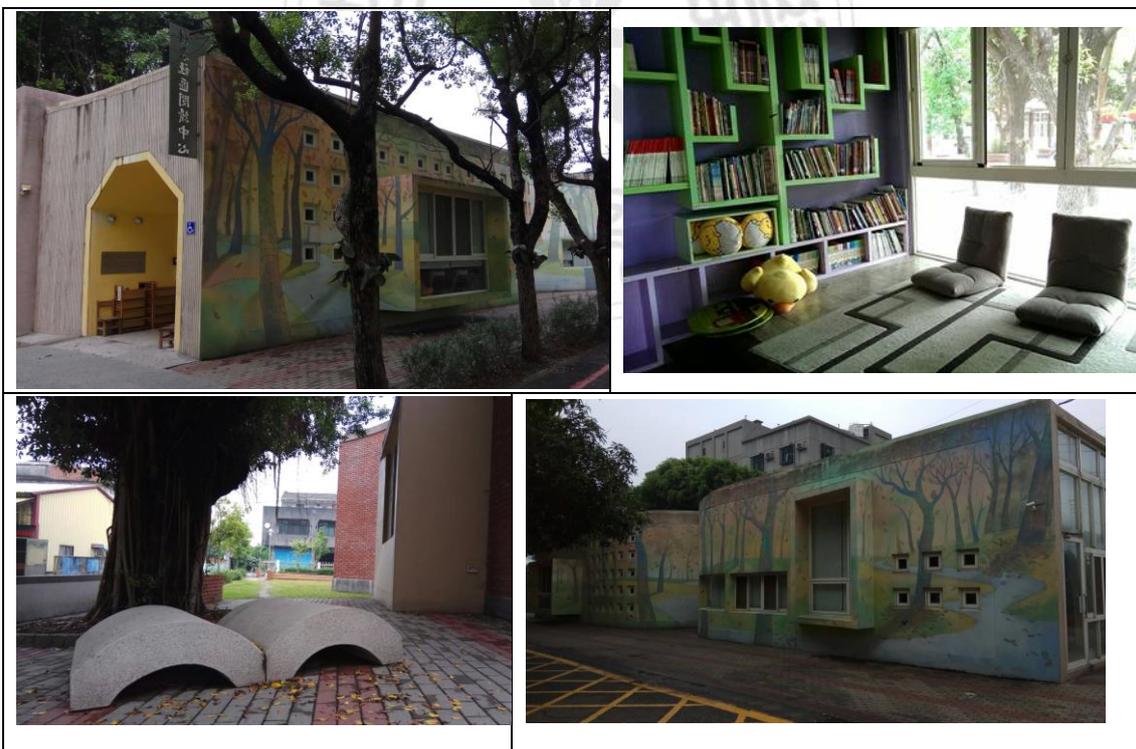


圖 2.1 村東國小社區閱讀中心（拍攝時間 2017/05/20）

2.2 使用動機

使用動機為使用者行為產生的原因，因此本節從動機的定義，延伸到閱讀動機的定義，來探討使用者的使用動機。

2.2.1 動機

動機（或動機作用）（motivation）是指引起個體活動，維持已引起的活動，並導使該活動朝向某一目標的內在歷程（張春興，2003）。

心理學家把動機解釋為行為的內動力，或將動機解釋為行為的內在心理原因。但因動機本身無法直接觀察，只能根據動機引起的行為及行為表現的方式去推理。而與動機相關的概念很多，如需求與驅力、好奇與習慣、態度與興趣、意志與價值觀、刺激與誘因（張春興，2003）。曾博彥（2014）認為遊憩動機是遊客內在心理需求與實質環境刺激，所形成之行為移動，是影響遊憩活動的重要因素之一。張添智（2016）認為吸引力唯一地區之特色或得以滿足遊客需求之服務或設施，亦是影響遊客前來造訪之力量或動機。

對於動機的定義不同，因此也會產生不同的判斷依據，將國內外學者對於動機的定義整理如下表：

表 2.1 國內外學者對動機的定義

作者 / 年代	定義
Maslow (1970)	人類「基本需求」(生理需求、安全需求、隸屬與愛的需求、自尊需求) 滿足之後，接著「成長需求」(知的需求、美的需求、自我實現需求) 才會出現，故成為推動人類行為的動機。
keller (1983)	動機是直接且重要的行為，也就是說當人面臨某種經驗或目標時，人們會做出獲得或避免的選擇，此努力程度即為他們會運用於動機行為的表現。

表 2.1 國內外學者對動機的定義（續）

作者 / 年代	定義
Kotler (1991)	動機，亦稱為驅力，是表現於體外強大的壓力，指引個人尋求各方面的需要，藉此降低焦慮與緊張感。
林生傳 (1996)	動機是一種假設性的概念，用來解釋引發個體有目標導向之行為的方向、起點與強度持續等的內在狀態，它是促使個體從事某種行為的內在原因。
黃立博 (2010)	旅遊動機是引起遊客旅遊之原因及從事旅遊行為的內在動力，其旅遊行為之決定因素乃為多重動機，並能引導遊客從事各種旅遊活動，以滿足個人之需求與目的。
洪佑賢 (2011)	動機是一種持續性過程，藉以維持個體活動，是內在心理變化和外在環境交互作用的結果，為引領個體參與休閒活動並從中獲得收益的基本要素。
廖淑靜 (2011)	係指引起民眾選擇埔里自行車道從事休閒運動行為之心理驅力，從事並維持其活動持續進行的內在歷程。
蘇亞君 (2011)	動機整體而言是一種內在的驅動力，可藉由推拉理論的意涵加以整合，主要是個人內在的推力與目的地的外在拉力相互作用，而導致休閒行為的出現。
林富真 (2012)	即指個人主動參與活動的意願，為了達成某方面的願望或理想，或為了表現自我及想獲得良好人際互動等一種行動。
陳純寅 (2013)	引起個體利用閒暇時間，參與桌球休閒運動以追求生活樂趣與品質，促進身心健康，增進人際關係，滿足成就感之驅動力。
許惠娟 (2013)	國小足球選手因內在需求或外在誘因等動力，而從事足球運動。

表 2.1 國內外學者對動機的定義（續）

作者 / 年代	定義
廖嫻閔（2014）	休閒動機是指參與者從事休閒活動的原因，而正向的休閒動機能激發並維持休閒行為。
陳素芬（2014）	指發自個人內在驅力，促使運動參與者進行休閒運動的各種原因。
許登耀（2016）	個體受到其內心因素與外在環境的驅使刺激，並促使個體從事某項特定活動來完成既定目標或滿足自我需求的原動力。

資料來源：許登耀（2016）及本研究整理

綜合以上觀點，本研究將動機定義為個體受內在因素及外在因素交織而產生的心理內動力，並促使個體表現出外顯行為以滿足個體之需求及目的。

2.2.2 閱讀動機

閱讀動機包含「內在閱讀動機」與「外在閱讀動機」兩個層面，「內在閱讀動機」指能夠讓讀者自發性的從事閱讀活動的內在動機因素，例如：閱讀興趣、喜悅、求知慾等，「外在閱讀動機」指讀者受到外在誘因的鼓舞，而非自發性的外在動機因素，例如：獲得師長、家長、同學的讚美、獎賞、提升成績等（楊進榮，2015）。

莊雅媚（2016）認為閱讀動機與佛洛伊德（Freud）的學習動機理論、馬斯洛（Maslow）的需求層級理論、班度拉（Bandura）的自我效能論、外在動機與內在動機理論有關。

孫愛華（2015）認為社會閱讀推廣的層面越大越積極，對中學生的影響越顯著，所以建議教育相關單位對閱讀活動應持續推廣，因為校園的閱讀風氣越盛，對中學生寫作文章和語言能力的提升必有極大的助益。

對於閱讀動機的定義不同，因此也會有不同的判斷依據，將國內外學者對於閱讀動機的定義整理如下表：

表 2.2 國內外學者對閱讀動機的定義

作者 / 年代	定義
高蓮雲 (1992)	閱讀動機同時受到性別、家庭背景、情境、學校經驗的影響。
Gambrell (1996)	影響學生閱讀動機的重要因素有四：1.關於書本的先前經驗。2.關於書本的社會互動。3.書本的獲得。4.書本選擇。
陳珮 (1996)	歸納屬於國內外閱讀研究之學者對動機原因的說明，指出影響閱讀動機有五大方向：1.與工作有關。2.與學習有關。3.與生活有關。4.與休閒娛樂有關。5.與心靈提升有關。
黃育君 (1998)	探究雲林縣青少年課外閱讀動機可歸納為：1.學習與求知：包含學校課業與個人知識的探索、吸取新知識與新觀念，避免與外界脫節、滿足好奇心。2.休閒娛樂：做為消遣與休息，使身心放鬆並打發時間。3.與生活相關：增進人際關係、尋求問題解決之道，及為未來工作做準備。4.心靈啟迪：滿足想像力、做為感情的宣洩、獲得情緒安慰等。5.其他：如師長或同儕的影響等。
郝明義 (2001)	認為閱讀動機是為了滿足四種需求：1.知識需求。2.思想需求。3.參考閱讀的工具需求。4.消遣需求。
陳雁齡 (2002)	將閱讀動機歸類為四個方向：1.獲得資訊。2.個人認同。3.整合與社會互動。4.休閒娛樂。
柳雅梅、黃秀霜 (2007)	閱讀動機能促使讀者進行閱讀活動的內在力量，包含進行閱讀的理由和目的。

資料來源：整理自謝旻成 (2015)

綜合以上觀點，本研究將閱讀動機定義為個體為滿足內在、外在的需求，因此促使個體進行閱讀活動行為。

2.2.3 小結

歸納上述文獻張春興（2003）；Maslow（1970）；郝明義（2001）；陳珮（1996）；黃育君（1998）；陳雁齡（2002），得知使用社區閱讀中心進行閱讀行為，會遭受許多面向的影響，本研究定義民眾使用社區閱讀中心的動機受下列因素影響：1.求知需求。2.休閒需求。3.社會互動需求。4.自我成長需求。依據此面向編擬問卷的第二部分。

2.3 滿意度

Miller（1977）認為顧客滿意程度是由顧客「預期之程度」、「認知之成效」兩者交互作用而成。Fornell（1992）提出滿意度是指可以直接評估的整體感覺，顧客會將產品和服務與其理想標準做比較，因此顧客再次取得服務或產品後的感覺不一定相同。顧客滿意的程度來自於顧客對於品質的期待與實際得到的績效相互比較之後，此差距的結果。若實際的績效能夠滿足甚至大於期待，則顧客將會感到滿意；反之顧客則會感到不滿意（鍾岳，2014）。滿意度一直是各領域用來測量人們對產品服務、工作、生活品質、社區或戶外遊憩品質等方面認知看法的工具，是一個已被廣泛使用與認可的衡量行為指標（謝莉伶，2016）。

翁君菱（2014）將滿意度定義為，係指觀眾對臺史博所提供之服務品質的行前期望與實際感受相較之後的滿意程度。張添智（2015）認為滿意度是消費者因需求、目標與渴望被滿足後，經由判斷與認知而得到愉快的感受。蘇慧芸（2015）認為顧客滿意度是一「可感知效果和期望值」之間的差異函數。如消費之活動或經驗效果低於顧客期望，就不會產生顧客滿意程度；如與期望相匹配，就會產生顧客滿意程度；若超過顧客之期望，就會產生高度滿意、高興或欣喜之程度。

表 2.3 國內外學者對滿意度的定義

作者 / 年代	定義
Cardozo (1965)	顧客對產品的預期及使用結果的符合程度，當使用結果超過預期程度時，則會感到滿意。
Howard and Sheth (1969)	認為顧客滿意是顧客對於在產品上所付出的與實際獲得的代價是否合理的一種心理狀態。
Oliver (1980)	顧客滿意度是由顧客接受服務之前的期望值與實際接受服務的當下認知所產生的差距。
Churchill and Surprenant (1982)	認為「顧客滿意」是一種購買與使用產品的結果，是由購買者比較預期結果的報酬與投入成本所產生的。
Peter and Olson (1990)	顧客滿意是顧客購買前的預期被實現或超過之程度。
Bolton and Drew (1991)	是客戶一開始的期望值與實際產品表現的差異構成的函數。
Solomon (1991)	顧客滿意是指個人對所購買產品的整體態度。
Spreng (1993)	客戶的滿意度是顧客經過購買後，所產生的知覺感受的狀態，包括感性及理性。
Ostrom and Iacobucci (1995)	認為客戶滿意度之衡量是客戶對於產品或服務之事前期望與事後的認知成效的差距，所造成的滿意與否之判斷。

表 2.3 國內外學者對滿意度的定義（續）

作者 / 年代	定義
Kotler (1997、2000)	顧客滿意度是指一個人愉快或失望的感覺，其是源自於個人感受到產品的績效與個人對產品的期望，兩者相比較後而得的。
葉凱莉、喬友慶 (2000)	顧客滿意是指由消費者「預期的程度」、「認知的成效」二者交互作用所導致，用以衡量產品實際績效所達到的程度，進而產生滿意、不滿意。
楊錦洲 (2001)	顧客滿意是指顧客在接受某一特定交易或服務時，所感受到的一種合乎我意的愉悅態度。
陳智德 (2002)	客戶滿意度是指客戶事前的投入與事後的獲得的一種比較的行為。
張君莉 (2014)	滿意度是讀者在使用學校圖書館所有館藏資源、參與各種活動以及對館員服務態度、能力等服務，其需求獲得達成的滿足程度。

資料來源：朱啟陽 (2016)、黃唯濤 (2016) 及本研究整理

本研究依文獻資料，可知使用者在使用社區閱讀中心時，對於社區閱讀中心的滿意度為使用之前的預期程度與使用時產生的滿意感受，其中的差距便是使用者的滿意度，本研究定義民眾使用社區閱讀中心的滿意度主要受下列因素影響：1.環境設備。2.館員服務。3.讀者服務。依據此面向編擬問卷的第三部分。

2.4 再使用意願

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1994) 則將忠誠度定義為「除了本身再購買意願外，願意向他人推薦並給予正面評價的行為」，例如：(1) 向他人稱讚此公司；(2) 向詢問的人推薦此公司；(3) 鼓勵親友到此公司購買；(4) 購買時會優先考

慮選擇此公司；(5) 經常到此公司購買。Pritchard (2003) 探討遊客對於「目的地環境和環境設施」之滿意度，指出遊客對於目的地環境和環境設施滿意度愈高時，其重遊意願也會提升。重遊意願為當遊客對北門遊客中心產生滿意而造成再次前往旅遊的意念甚至行為 (吳建祥，2015)。

表 2.4 國內外學者對再使用意願的定義

作者 / 年代	定義
Jones and Sasser (1995)	將顧客忠誠度之衡量分為：再購意願指顧客未來是否再度購買特定產品或服務；基本行為包括最近一次顧客購買時間、購買頻次、購買數量、續購率及保有期間等交易資訊；及衍生行為包括顧客的介紹、公開推薦及口碑等衍生行為等三大類。
Kozak (2001)	是指遊客對旅遊目的地感到滿意趨使行為動作，而再一次遊玩某一個目的地或同一個國家內的其他景點，並出現優先去旅遊及推薦他人的可能性。
謝金燕 (2003)	當遊客選擇到遊憩區遊玩時，遊憩區所提供的遊憩機會、環境設施、活動與服務的評價符合遊客的要求，可能讓遊客產生再訪的意願。重遊意願的衍生性行為，可能有顧客的介紹、公開推薦與口碑等。
呂長賜 (2006)	重遊意願為顧客忠誠延伸行為，概念的建立與忠誠度很相近，重遊意願的意涵包括態度面的再度遊玩的意願與行為面的向他人推薦、優先選擇地點。
盧筱筠 (2007)	指遊客對旅遊目的地感覺到滿意，而造成再度前往旅遊目的地的意念或行為。
吳佳穎 (2008)	重遊意願是遊客對風景區有正向的評價，並產生重遊意願、推薦意願及優先選擇。

表 2.4 國內外學者對再使用意願的定義（續）

作者 / 年代	定義
王虹雅 (2013)	行為意圖，係指個人對採取某項特定行為之主觀機率判定，其反映了個人對某一項特定行為之執行意圖。簡言之，行為意圖為一個人主觀判斷他在未來可能採取行動的傾向，可以用來預測人們的行為。
曾博彥 (2013)	遊客除了願意再次造訪主題樂園外，也願意向他人推薦做為評量標準。
蘇慧芸 (2014)	是消費者願意再次經由原消費產品或服務，所產生消費的一種行為意識，是消費者對產品或服務的認同程度。
許登耀 (2016)	遊客的重遊意願會受到旅客旅遊前後心理期待落差的影响。當遊客獲得滿意的體驗後，可能會產生重遊的行為，而旅遊地區可透過遊客的評價，加強旅客對該旅遊地點的行銷與形象的提升，亦能增加旅客向他人推薦的機會。
林映辰 (2016)	一個人想去做一件事，其作為或不作為受主觀態度 (Attitude toward Behavior) 與周遭因素 (Subjective Norms) 的影響。

資料來源：引自紀世宏 (2016)：周志冠 (2010)、嶋田俊 (2013) 及本研究整理

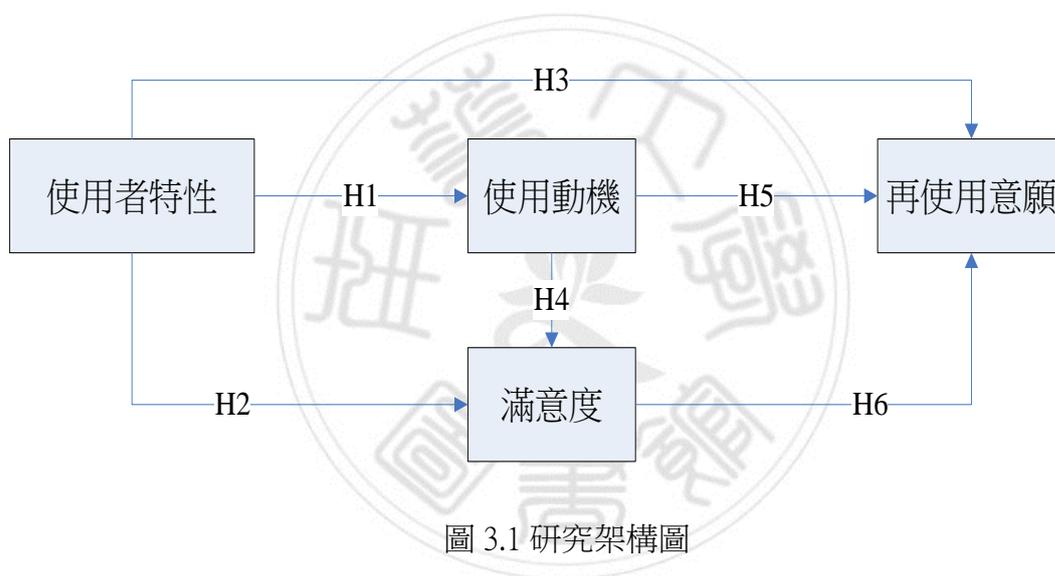
本研究依文獻資料，將再使用意願定義為使用者在使用社區閱讀中心後，對於社區閱讀中心一再的出現使用的意願及行為，並且能夠為社區閱讀中心進行宣傳及提供建議。依據此定義編擬問卷的第四部分。

第三章 研究設計與方法

本研究主要在了解彰化縣村東國小社區閱讀中心的使用情形。本章節共分為五個小節，第一節為研究架構，第二節為研究假設，第三節為研究設計，第四節為預試問卷結果與信度分析，第五節為資料分析。分別說明如下：

3.1 研究架構

本研究在探討彰化縣村東國小社區閱讀中心的使用動機、滿意度與再使用意願之關係，依據本研究目的，經文獻探討及整理，提出本研究架構。如圖 3.1：



3.2 研究假設

依據研究問題與研究架構，建立研究假設如下：

H1：不同特性的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.1：不同性別的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.2：不同年齡的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.3：不同婚姻狀況的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.4：不同教育程度的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.5：不同職業的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.6：不同家庭平均每月所得的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.7：不同閱讀興趣的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.8：是否來過的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.9：不同造訪頻率的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.10：不同停留時間的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.11：不同同行友伴的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.12：不同造訪時間的使用者在使用動機上有顯著差異。

H1.13：不同閱讀類型的使用者在使用動機上有顯著差異。

H2：不同特性的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.1：不同性別的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.2：不同年齡的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.3：不同婚姻狀況的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.4：不同教育程度的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.5：不同職業的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.6：不同家庭平均每月所得的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.7：不同閱讀興趣的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.8：是否來過的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.9：不同造訪頻率的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.10：不同停留時間的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.11：不同同行友伴的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.12：不同造訪時間的使用者在滿意度上有顯著差異。

H2.13：不同閱讀類型的使用者在滿意度上有顯著差異。

H3：不同特性的使用者在再使用意願上有顯著差異。

H3.1：不同性別的使用者在再使用意願上有顯著差異。

H3.2：不同年齡的使用者在再使用意願上有顯著差異。

H3.3：不同婚姻狀況的使用者在再使用意願上有顯著差異。

H3.4：不同教育程度的使用者在再使用意願上有顯著差異。

- H3.5：不同職業的使用者在再使用意願上有顯著差異。
- H3.6：不同家庭平均每月所得的使用者在再使用意願上有顯著差異。
- H3.7：不同閱讀興趣的使用者在再使用意願上有顯著差異。
- H3.8：是否來過的使用者在再使用意願上有顯著差異。
- H3.9：不同造訪頻率的使用者在再使用意願上有顯著差異。
- H3.10：不同停留時間的使用者在再使用意願上有顯著差異。
- H3.11：不同同行友伴的使用者在再使用意願上有顯著差異。
- H3.12：不同造訪時間的使用者在再使用意願上有顯著差異。
- H3.13：不同閱讀類型的使用者在再使用意願上有顯著差異。

- H4：使用動機對滿意度有顯著影響。
- H5：使用動機對再使用意願有顯著影響。
- H6：滿意度對再使用意願有顯著影響。

3.3 研究設計

本研究對象為「彰化縣村東國小社區閱讀中心」，依據文獻資料的蒐集與探討設計問卷，針對造訪的民眾進行問卷調查，透過預試問卷及正式問卷進行資料的蒐集。本研究變項包含使用者基本資料、使用動機、滿意度和再使用意願等五大部分：

3.3.1 使用者基本資料

本研究以國小高年級以上的使用者為研究對象，以性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、家庭平均每月所得及使用者的閱讀習慣等設計問題。

- 一、性別：男性和女性。
- 二、年齡：10 歲以下、11-20 歲、21-30 歲、31-40 歲、41-50 歲、51-60 歲和 61 歲以上。
- 三、婚姻狀況：未婚、已婚（無小孩）、已婚（有小孩）和其他。
- 四、教育程度：國小（含）以下、國中、高中、大專和研究所以上。

- 五、職業：學生、軍公教、服務業、工商業、自由業和其他。
- 六、家庭平均每月所得：三萬以下、三~六萬、六~九萬和九萬以上。
- 七、是否對閱讀活動感到興趣：是、否和視情況而定。
- 八、是否來過社區閱讀中心：有和第一次。
- 九、平均多久會造訪社區閱讀中心：每週少於一次、每週 1-2 次、每週 3-4 次、每週 5 次以上和其他。
- 十、每次停留的時間大約是：30 分鐘以下、30 分鐘~1 小時、1~2 小時和 2 小時以上。
- 十一、到社區閱讀中心時，最常與誰同去：獨自一人、家人、朋友（合同學、同事）和其他。
- 十二、最常什麼時間造訪：平日和假日。
- 十三、最常閱讀何種類型圖書：報章雜誌、書籍、自己的書和其他。

3.3.2 使用動機量表

本研究的使用動機量表根據相關文獻探討，並依據研究需求所擬定，共 9 題。測量方式則採取 Likert 五點量表，從非常不同意至非常同意，依序給予 1 至 5 分。如表 3.1：

表 3.1 使用動機量表編製

構面	題號	本研究問卷題項	參考文獻
求知需求	1	我覺得在閱讀中心可以獲得許多的新資訊	許鈺承 (2014)、 曾博彥 (2014)、
	2	閱讀中心可以幫助我蒐集我需要的資料(工作資料、學習資料、保健資料……)	
休閒需求	3	閱讀本來就是我的興趣	楊進榮 (2015)、
	4	到閱讀中心可以打發閒暇時間	

表 3.1 使用動機量表編製 (續)

構面	題號	本研究問卷題項	參考文獻
社會互動 需求	5	在閱讀中心可以和他人分享閱讀的樂趣	孫愛華 (2015)、 張添智 (2016)
	6	家人、朋友或老師希望我能常到閱讀中心	
	7	在閱讀中心我能結交許多同好	
自我成長 需求	8	常到閱讀中心可以增進我的學習	
	9	常到閱讀中心可以提升我的閱讀頻率	

3.3.3 滿意度量表

本研究的滿意度量表根據相關文獻探討，並依據研究需求所擬定，共 9 題。測量方式則採取 Likert 五點量表，從非常不同意至非常同意，依序給予 1 至 5 分。如表 3.2：

表 3.2 滿意度量表編製

構面	題號	本研究問卷題項	參考文獻
環境設備	10	閱讀中心的空間大小、規劃讓我覺得很滿意	楊輝南 (2012)、 沈如鳳 (2012)、 鐘 岳 (2014)、 張君莉 (2014)、 蘇慧芸 (2014)、 翁君菱 (2014)、 鄭美蓮 (2015)
	11	閱讀中心能夠提供我安靜的閱讀環境	
	12	閱讀中心的燈光照明、環境佈置讓我覺得很滿意	

表 3.2 滿意度量表編製 (續)

構面	題號	本研究問卷題項	參考文獻
館員服務	13	館員能以禮貌的態度為我服務	鐘 岳 (2014)、 廖阡雅 (2014)、 曾博彥 (2014)、 蘇慧芸 (2014)、 張君莉 (2014)、 賴盈存 (2014)、 鄭美蓮 (2015)、 張添智 (2016)
	14	館員能夠專業的回答我的問題	
	15	館員能熱心的協助讀者	
讀者服務	16	閱讀中心的閱讀資源相當豐富，能滿足我的需求	楊輝南 (2012)、 沈如鳳 (2012)、 張君莉 (2014)、 鐘 岳 (2014)
	17	閱讀中心的開放時間能夠滿足我的需求	
	18	閱讀中心舉辦的閱讀相關活動能滿足我的需求 (如：好書交換、書展、說故事……)	

3.3.4 再使用意願量表

本研究的再使用意願量表根據相關文獻探討，並依據研究需求所擬定，共 5 題。測量方式則採取 Likert 五點量表，從非常不同意至非常同意，依序給予 1 至 5 分。如表 3.3：

表 3.3 再使用意願量表編製

題號	本研究問卷題項	參考文獻
19	我願意將社區閱讀中心推薦給親朋好友	鐘岳(2014)、廖阡雅(2014)、
20	我願意將社區閱讀中心推薦給親朋好友	許鈺承(2014)、曾博彥(2014)、楊進榮(2015)、蘇慧芸(2014)、賴盈存(2014)、
21	如果有機會我會願意再參加社區閱讀中心所舉辦的活動	林映辰(2016)、黃光甫(2016)、許登耀
22	我會與他人分享參加此次活動之經驗	(2016)、
23	我會很樂意向社區閱讀中心提出改善之處	張添智(2016)、吳建祥(2016)

3.4 預試問卷結果及信度分析

本研究的量表編制乃參考文獻，並與指導教授討論後制定，因此具有專家效度。使用Cronbach's Alpha係數分析法針對使用動機、滿意度及再使用意願，測量問項的一致性程度。量表之信度越高，代表量表越穩定。

本研究於2016年12月7日發放預試問卷40份，回收35份，有效問卷34份。透過預試問卷發現國小高年級以上的使用者，較能理解問卷的題意，因此在發放正式問卷時盡量以高年級以上的使用者為主。

本研究使用動機的信度採常用的Cronbach's Alpha來測量研究結果的一致性或穩定性，各構面的Cronbach's Alpha值均在0.7以上，如表3.4所示，顯示使用動機構面的信度良好。

表 3.4 使用動機變項信度檢定表

構面	求知需求	休閒需求	社會互動需求	自我成長需求
Cronbach's Alpha 值	0.772	0.766	0.879	0.839
總量表 Cronbach's Alpha 值	0.944			

本研究滿意度的信度採常用的 Cronbach's Alpha 來測量研究結果的一致性或穩定性，各構面的 Cronbach's Alpha 值均在 0.9 以上，如表 3.5 所示，顯示滿意度構面的信度良好。

表 3.5 滿意度變項信度檢定表

構面	環境設備	館員服務	讀者服務
Cronbach's Alpha 值	0.915	0.974	0.923
總量表 Cronbach's Alpha 值	0.964		

本研究再使用意願的信度採常用的 Cronbach's Alpha 來測量研究結果的一致性或穩定性，各構面的 Cronbach's Alpha 值均在 0.9 以上，如表 3.6 所示，顯示再使用意願構面的信度良好。

表 3.6 再使用意願變項信度檢定表

構面	再使用意願
總量表 Cronbach's Alpha 值	0.943

3.5 資料分析

本研究採量化研究方法，於問卷回收後，剔除無效問卷並編碼，使用統計軟體 IBM SPSS Statistics 21 進行資料分析。使用方法如下：

3.5.1 描述性統計分析

描述性統計分析是將問卷中資料進行整理、描述及解釋的系統性方法。在量化研究中，將樣本資料利用次數分配、百分比、平均數的分析，以了解使用者基本資料的分布情形。

3.5.2 信度分析

信度分析採常用的 Cronbach's Alpha 來測量研究結果的一致性或穩定性。以測量使用動機、服務品質、滿意度及再使用意願的題項是否具有 consistency 或穩定性。Nunnally (1978) 認為 α 值小於 0.35 表示信度低應予捨棄，0.35 至 0.70 之間表示可接受範圍，0.70 以上則表示具有顯著的信度與內部一致性。

3.5.3 獨立樣本 t 檢定

獨立樣本 t 檢定在探討兩個獨立群體，其依變數為連續量，測量平均數的差異是否顯著。

3.5.4 單因子變異數分析

單因子變異數分析在探討三個以上的獨立群體，其依變數為連續量，測量其平均數的差異是否顯著。若差異達顯著水準，則以 Scheffe 法進行事後比較，比較兩兩之間的差異是否達到顯著水準。

3.5.5 相關分析

相關分析是用來測兩個變項之間的關係強度，測量值介於-1~+1 之間，越接近兩側表示相關程度越高。在正負 0.3 之間表示低度相關；正負 0.3~0.6 之間表示中度相關；正負 0.6~0.9 之間表示高度相關；正負 1 表示完全相關。

3.5.6 迴歸分析

迴歸分析預是分析一個依變數對一個或多個自變數的依賴關係，利用自變數的來估計和預測依變數的一種預測方法。



第四章 資料分析與整理

本研究針對村東國小社區閱讀中心的使用者進行問卷調查，將所得的資料依據研究目的、研究假設進行分析與探討。本章節共分為八個小節，第一節為正式問卷結果及信度分析；第二節使用者特性分析，了解使用者不同特性的分布情形；第三節使用動機、滿意度與再使用意願之分析；第四節不同特性使用者在使用動機之差異分析；第五節不同特性使用者在滿意度之差異分析；第六節不同特性使用者在再使用意願之差異分析；第七節相關分析；第八節迴歸分析。

4.1 正式問卷結果及信度分析

本研究於 2017 年 2 月 16 日至 3 月 6 日發放正式問卷 250 份，回收 215 份，有效問卷 209 份，有效問卷率約為 97.2%。

本研究使用動機的信度採常用的 Cronbach's Alpha 來測量研究結果的一致性或穩定性，各變項的 Cronbach's Alpha 值均在 0.7 以上，如表 4.1 所示。

表 4.1 正式問卷信度檢定表

變項	使用動機	滿意度	再使用意願
Cronbach's Alpha 值	0.774	0.866	0.838
總量表 Cronbach's Alpha 值	0.823		

4.2 使用者特性分析

本研究的問卷設計中，使用者的基本特性的共有十三個問項，分別為：性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、家庭平均每月所得、閱讀興趣、是否來過閱讀中心、造訪頻率、停留時間、同行友人、造訪時段及閱讀類型。進行次數分配及百分比分析了解使用者特性的分布情形，分述如下：

1. 性別

在回收之 209 份有效問卷中進行資料分析，其中男性的使用者為 82 人占整體之 39.2%，女性的使用者為 127 人占整體之 60.8%，顯示女性使用人口多於男性。如下表 4.2：

表 4.2 使用者性別分配統計表

性別	次數	百分比
男	82	39.2
女	127	60.8
合計	209	100.0

2. 年齡

村東國小社區閱讀中心 10 歲以下的使用者為 48 人，占整體之 23.0%；11~20 歲的使用者為 89 人，占整體之 42.6%；21~30 歲的使用者為 8 人，占整體之 3.8%；31~40 歲的使用者為 19 人，占整體之 9.1%；41~50 歲的使用者為 31 人，占整體之 14.8%；51~60 歲的使用者為 11 人，占整體之 5.3%；61 歲以上的使用者為 3 人，占整體之 1.4%。顯示使用者年齡多集中在 11~20 歲之間，10 歲以下次之，61 歲以上最少。如表 4.3：

表 4.3 使用者年齡分配統計表

年齡	次數	百分比
10歲以下	48	23.0
11-20歲	89	42.6
21-30歲	8	3.8
31-40歲	19	9.1
41-50歲	31	14.8
51-60歲	11	5.3
61歲以上	3	1.4
合計	209	100.0

3. 婚姻狀況

村東國小社區閱讀中心使用者婚姻狀況中未婚的使用者為 144 人，占整體之 68.9%；已婚有小孩的使用者為 45 人，占整體之 21.5%；已婚無小孩的使用者為 16 人，占整體之 7.7%，其他為不在本研究預設類別中的其他可能。本研究的使用者中未婚者最多，已婚有小孩的次之。如表 4.4：

表 4.4 使用者婚姻狀況分配統計表

婚姻狀況	次數	百分比
未婚	144	68.9
已婚無小孩	16	7.7
已婚有小孩	45	21.5
其他	4	1.9
合計	209	100.0

4. 教育程度

村東國小社區閱讀中心使用者教育程度最多為國小(含)以下的使用者 130 人，占整體之 62.2%；次之為大專的使用者 35 人，占整體之 16.7%；研究所(含)以上、高中、國中的使用者分別有 20 人、19 人及 5 人，占整體之 9.6%、9.1%及 2.4%。如表 4.5：

表 4.5 使用者教育程度分配統計表

教育程度	次數	百分比
國小以下(含)以下	130	62.2
國中	5	2.4
高中	19	9.1
大專	35	16.7
研究所(含)以上	20	9.6
合計	209	100.0

5. 職業

村東國小社區閱讀中心使用者職業分配中，學生的使用人口為 137 人，占整體

之 65.6%，軍公教的使用人口為 31 人，占整體之 14.8%，服務業、自由業、工商業、其他的使用者分別有 11 人、11 人、10 人及 9 人，占整體之 5.3%、5.3%、4.8% 及 4.3%。如下表 4.6：

表 4.6 使用者職業分配統計表

職業	次數	百分比
學生	137	65.6
軍公教	31	14.8
服務業	11	5.3
工商業	10	4.8
自由業	11	5.3
其他	9	4.3
合計	209	100.0

6. 家庭每月平均所得

村東國小社區閱讀中心使用者家庭每月平均所得在三~六萬的使用者為 107 人，占整體之 51.2%；三萬以下的使用者為 53 人，占整體之 25.4%；六~九萬的使用者為 35 人，占整體之 16.7%，九萬以上的使用者為 14 人，占整體之 6.7%。本研究的使用者中三~六萬最多，三萬以下的次之。如表 4.7：

表 4.7 使用者家庭平均每月所得分配統計表

家庭平均每月所得	次數	百分比
三萬以下	53	25.4
三~六萬	107	51.2
六~九萬	35	16.7
九萬以上	14	6.7
合計	209	100.0

7. 閱讀興趣

村東國小社區閱讀中心使用者對閱讀感到有興趣的使用者為 153 人，占整體之 73.2%；對閱讀沒有興趣的使用者為 16 人，占整體之 7.7%；視情況而定的使用

者為 40 人，占整體之 19.1%。本研究的使用者中大部分對閱讀是有興趣的。如表 4.8：

表 4.8 使用者閱讀興趣分配統計表

閱讀興趣	次數	百分比
是	153	73.2
否	16	7.7
視情況而定	40	19.1
合計	209	100.0

8. 是否來過社區閱讀中心

本研究中到訪過村東國小社區閱讀中心使用者為 197 人，占整體之 94.3%；第一次到訪的使用者為 12 人，占整體之 5.7%，顯示大部分的使用者為社區閱讀中心的經常使用者。如表 4.9：

表 4.9 使用者來過與否分配統計表

來過與否	次數	百分比
有	197	94.3
第一次	12	5.7
合計	209	100.0

9. 造訪社區閱讀中心的頻率

村東國小社區閱讀中心使用者造訪頻率在每週一~二次的使用者為 98 人，占整體之 46.9%；每週少於一次的使用者為 67 人，占整體之 32.1%；其他、每週五次以上、每週三~四次的使用者為 23 人、12 人、9 人，占整體之 11.0%、5.7%、4.3%。如表 4.10：

表 4.10 使用者造訪頻率分配統計表

造訪頻率	次數	百分比
每週少於一次	67	32.1
每週1~2次	98	46.9

表 4.10 使用者造訪頻率分配統計表（續）

造訪頻率	次數	百分比
每週3~4次	9	4.3
每週5次以上	12	5.7
其他	23	11.0
合計	209	100.0

10. 每次停留時間

村東國小社區閱讀中心使用者每次停留時間在每 30 分鐘以下的使用者為 97 人，占整體之 46.4%；每次 30 分鐘~一小時的使用者為 66 人，占整體之 31.6%；一~二小時、二小時以上的使用者為 35 人、11 人，占整體之 16.7%、5.3%。如下表 4.11：

表 4.11 使用者停留時間分配統計表

停留時間	次數	百分比
30分鐘以下	97	46.4
30分鐘~1小時	66	31.6
1~2小時	35	16.7
2小時以上	11	5.3
合計	209	100.0

11. 同行友伴

村東國小社區閱讀中心使用者的同行友伴為朋友者 124 人，占整體之 59.3%；家人的使用者次之為 42 人，占整體之 20.1%；獨自一人、其他的使用者為 36 人、7 人，占整體之 17.2%、3.3%。如表 4.12：

表 4.12 使用者同行友伴分配統計表

同行友伴	次數	百分比
獨自一人	36	17.2
家人	42	20.1
朋友（含同學、同事）	124	59.3
其他	7	3.3
合計	209	100.0

12. 造訪時段

村東國小社區閱讀中心使用者最常造訪時段在平日的使用者為 140 人，占整體之 67.0%；假日的使用者為 69 人，占整體之 33.0%。如表 4.13：

表 4.13 使用者最常造訪時段分配統計表

造訪時段	次數	百分比
平日	140	67.0
假日	69	33.0
合計	209	100.0

13. 閱讀類型

村東國小社區閱讀中心使用者最常閱讀的圖書類型為書籍的有 119 人，占整體之 56.9%；報章雜誌的使用者為 37 人，占整體之 17.7%；其他、自己的書的使用者為 27 人、26 人，占整體之 12.9%、12.4%。如表 4.14：

表 4.14 使用者最常閱讀類型分配統計表

閱讀類型	次數	百分比
報章雜誌	37	17.7
書籍	119	56.9
自己的書	26	12.4
其他	27	12.9
合計	209	100.0

4.3 使用動機、滿意度與再使用意願之分析

村東國小社區閱讀中心使用者對於使用動機、滿意度、再使用意願的資料分析，如表 4.15。

使用動機的整體平均分數為 3.89，在其四個構面中，以自我成長需求的得分最高，依序為求知需求、社會互動需求、休閒需求。顯示社區閱讀中心的使用者以追求自我成長為主要目標。

滿意度的整體平均分數為 4.1196，在其三個構面中，以環境設備的滿意度得分

最高，館員服務次之，讀者服務為最低。顯示社區閱讀中心的使用者對於村東國小社區閱讀中心的環境設備最為滿意。

再使用意願的平均分數為 4.2488，在所有構面中以再使用意願的得分為最高，可知使用者樂於使用、推廣社區閱讀中心。

表 4.15 使用動機、滿意度、再使用意願之分析

構面	個數	平均數	標準差	題數
求知需求	209	4.0598	0.89201	2
休閒需求	209	3.5646	0.94406	2
社會互動需求	209	3.8357	0.87835	3
自我成長需求	209	4.1268	0.84321	2
環境設備	209	4.2297	0.80290	3
館員服務	209	4.1037	0.75348	3
讀者服務	209	4.0255	0.77858	3
再使用意願	209	4.2488	0.76568	5

4.4 不同特性使用者在使用動機之現況及差異分析

表 4.16 將使用動機依構面進行資料分析及排序，其中以「自我成長需求」的平均得分最高，「求知需求」次之。可知村東國小社區閱讀中心的使用者重視自我的成長。使用動機的整體平均分數為 3.89，得分介於普通與同意之間，屬於中上程度。

使用動機中的平均分數高於 4.00 者共有四題，依得分高低為「我覺得在閱讀中心可以獲得許多的新資訊」、「常到閱讀中心可以提升我的閱讀頻率」、「常到閱讀中心可以增進我的學習」、「在閱讀中心可以和其他人分享閱讀的樂趣」。

表 4.16 使用動機構面因素排序表

構面	題項	平均數	總排序	構面 平均數	總平均數
求知需求	我覺得在閱讀中心可以獲得許多的新資訊	4.17	1	4.06	3.89
	閱讀中心可以幫助我蒐集我需要的資料(工作資料、學習資料、保健資料.....)	3.95	5		
休閒需求	閱讀本來就是我的興趣	3.82	6	3.57	
	到閱讀中心可以打發閒暇時間	3.31	9		
社會互動 需求	在閱讀中心可以和他人分享閱讀的樂趣	4.04	4	3.84	
	家人、朋友或老師希望我能常到閱讀中心	3.80	7		
	在閱讀中心我能結交許多同好	3.67	8		
自我成長 需求	常到閱讀中心可以增進我的學習	4.08	3	4.13	
	常到閱讀中心可以提升我的閱讀頻率	4.17	2		

1. 性別

對村東國小社區閱讀中心使用者的性別差異，進行使用動機之獨立樣本 t 檢定，如表 4.17。在使用動機的四個構面中，女性的平均數皆高於男性，其中構面「休閒需求」中男性與女性的差異達到顯著水準，因此在休閒需求的使用動機，女性高於男性。因此可以推測女性使用者較願意將閱讀視為日常生活中的休閒活動。

表 4.17 不同性別使用者在使用動機之獨立樣本 t 檢定表

構面	性別	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
求知需求	男性	82	3.9817	0.90760	-1.017	0.310
	女性	127	4.1102	0.88172		
休閒需求	男性	82	3.3780	0.95440	-2.319	0.021*
	女性	127	3.6850	0.92110		
社會互動需求	男性	82	3.7967	0.84742	-0.515	0.607
	女性	127	3.8609	0.90017		
自我成長需求	男性	82	4.0183	0.82194	-1.499	0.135
	女性	127	4.1969	0.85253		

* 表示 $p < 0.05$

2. 年齡

對村東國小社區閱讀中心使用者的年齡差異，進行使用動機之單因子變異數分析，如表 4.18。在使用動機的四個構面中，「求知需求」以 51~60 歲的平均分數為最高；「休閒需求」以 41~50 歲的平均分數最高；「社會互動需求」以 61 歲以上的平均分數為最高；「自我成長需求」以 61 歲以上的平均分數為最高。但各組在各構面之間的差異並沒有達到顯著水準。

表 4.18 不同年齡使用者在使用動機之單因子變異數分析表

構面	年齡	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
求知需求	1：10 歲以下	48	4.0000	0.99467	1.772	0.106	--
	2：11-20 歲	89	4.1067	0.84097			
	3：21-30 歲	8	4.0625	1.14759			
	4：31-40 歲	19	4.3684	0.59726			
	5：41-50 歲	31	3.6774	1.00456			

表 4.18 不同年齡使用者在使用動機之單因子變異數分析表（續）

構面	年齡	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
	6：51-60 歲	11	4.4091	0.43693			
	7：61 歲以上	3	4.3333	0.57735			
休閒 需求	1：10 歲以下	48	3.3750	1.08421	1.037	0.402	--
	2：11-20 歲	89	3.6235	0.96318			
	3：21-30 歲	8	3.6875	0.65123			
	4：31-40 歲	19	3.6052	0.87526			
	5：41-50 歲	31	3.7903	0.87344			
	6：51-60 歲	11	3.1818	0.51345			
	7：61 歲以上	3	3.3333	0.577350			
社會 互動 需求	1：10 歲以下	48	3.7292	1.07333	0.626	0.709	--
	2：11-20 歲	89	3.9213	0.81653			
	3：21-30 歲	8	3.7083	0.78553			
	4：31-40 歲	19	3.9474	0.77191			
	5：41-50 歲	31	3.7204	0.89483			
	6：51-60 歲	11	3.6970	0.69048			
	7：61 歲以上	3	4.3333	0.66667			
自我 成長 需求	1：10 歲以下	48	4.0417	4.5000	1.772	0.106	--
	2：11-20 歲	89	4.2584	0.70756			
	3：21-30 歲	8	3.8750	1.12599			
	4：31-40 歲	19	4.3421	0.68825			
	5：41-50 歲	31	3.8226	1.03721			
	6：51-60 歲	11	4.0000	0.54772			
	7：61 歲以上	3	4.5000	0.50000			

* 表示 $p < 0.05$

3. 婚姻狀況

對村東國小社區閱讀中心使用者的婚姻狀況差異，進行使用動機之單因子變異數分析，如表 4.19。在使用動機的四個構面中，各組之間的差異並沒有達到顯著水準，且各組的平均分數的差異並不大，顯示婚姻狀況並不會影響社區閱讀中心使用者的使用動機。

表 4.19 不同婚姻狀況使用者在使用動機之單因子變異數分析表

構面	婚姻狀況	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
求知需求	1：未婚	144	4.0833	0.90066	0.399	0.754	--
	2：已婚（無小孩）	16	4.0938	0.58363			
	3：已婚（有小孩）	45	4.0111	0.98563			
	4：其他	4	3.6250	0.47871			
休閒需求	1：未婚	144	3.4792	0.97678	1.321	0.269	--
	2：已婚（無小孩）	16	3.6875	0.79320			
	3：已婚（有小孩）	45	3.7667	0.88292			
	4：其他	4	3.8750	0.75000			
社會互動需求	1：未婚	144	3.8449	0.88930	0.032	0.992	--
	2：已婚（無小孩）	16	3.7917	0.71880			
	3：已婚（有小孩）	45	3.8296	0.94447			
	4：其他	4	3.8296	0.31914			
自我成長需求	1：未婚	144	4.1319	0.85277	0.059	0.981	--
	2：已婚（無小孩）	16	4.1875	0.68007			
	3：已婚（有小孩）	45	4.0889	0.91259			
	4：其他	4	4.1250	0.25000			

* 表示 $p < 0.05$

4. 教育程度

對村東國小社區閱讀中心使用者的教育程度差異，進行使用動機之單因子變異數分析，如表 4.20。在使用動機的四個構面中，各組之間的差異並沒有達到顯著水準，且各組的平均分數的差異並不大，顯示教育程度並不會影響社區閱讀中心使用者的使用動機。

表 4.20 不同教育程度使用者在使用動機之單因子變異數分析表

構面	教育程度	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
求知需求	1：國小（含）以下	130	4.0192	0.89227	1.590	0.178	--
	2：國中	5	4.2000	1.78885			
	3：高中	19	4.2105	0.67321			
	4：大專	35	4.3000	0.84192			
	5：研究所（含）以上	20	3.7250	0.81878			
休閒需求	1：國小（含）以下	130	3.5308	1.01300	2.159	0.075	--
	2：國中	5	2.6000	1.14018			
	3：高中	19	3.5000	0.72648			
	4：大專	35	3.6714	0.80388			
	5：研究所（含）以上	20	3.9000	0.68056			
社會互動需求	1：國小（含）以下	130	3.8154	0.91128	1.124	0.346	--
	2：國中	5	4.0667	1.72240			
	3：高中	19	3.5263	0.64133			
	4：大專	35	4.0286	0.72478			
	5：研究所（含）以上	20	3.8667	0.81936			
自我成長需求	1：國小（含）以下	130	4.1577	0.81658	0.973	0.423	--
	2：國中	5	4.0000	1.69558			
	3：高中	19	3.9211	0.71226			

表 4.20 不同教育程度使用者在使用動機之單因子變異數分析表（續）

構面	教育程度	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
	4：大專	35	4.2714	0.80753			
	5：研究所（含）以上	20	3.9000	0.92623			

* 表示 $p < 0.05$

5. 職業

對村東國小社區閱讀中心使用者的職業差異，進行使用動機之單因子變異數分析，如表 4.21。在使用動機的四個構面中，「休閒需求」的差異性達到顯著水準，但使用 Scheffe 法進行事後比較，結果發現 F 檢定雖達到顯著水準，但在事後比較上卻不顯著。

表 4.21 不同教育程度使用者在使用動機之單因子變異數分析表

構面	職業	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
求知需求	1：學生	137	4.0803	0.88541	1.375	0.235	--
	2：軍公教	31	3.8226	0.96219			
	3：服務業	11	4.4091	0.49082			
	4：工商業	10	4.3000	0.75277			
	5：自由業	11	4.2273	0.60678			
	6：其他	9	3.6667	1.34629			
休閒需求	1：學生	137	3.5292	1.00690	2.363	0.041*	--
	2：軍公教	31	3.9032	0.74632			
	3：服務業	11	3.0455	0.47194			
	4：工商業	10	4.0500	0.89598			
	5：自由業	11	3.3182	0.56003			
	6：其他	9	3.3333	1.00000			

表 4.21 不同教育程度使用者在使用動機之單因子變異數分析表（續）

構面	職業	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
社會 互動 需求	1：學生	137	3.8686	.89054	1.586	0.165	--
	2：軍公教	31	3.8065	.88934			
	3：服務業	11	3.7273	.46710			
	4：工商業	10	4.1333	.68853			
	5：自由業	11	3.9394	.62925			
	6：其他	9	3.1111	1.24722			
自我 成長 需求	1：學生	137	4.1934	0.79809	1.456	0.206	--
	2：軍公教	31	3.8871	0.98073			
	3：服務業	11	3.9545	0.52223			
	4：工商業	10	4.2000	0.91894			
	5：自由業	11	4.4091	0.66401			
	6：其他	9	3.7222	1.25277			

* 表示 $p < 0.05$

6. 家庭每月平均所得

對村東國小社區閱讀中心使用者家庭每月平均所得差異，進行使用動機之單因子變異數分析，如表 4.22。在使用動機的四個構面中，各組之間的差異並沒有達到顯著水準，且各組的平均分數的差異並不大，顯示家庭每月平均所得並不會影響社區閱讀中心使用者的使用動機。

表 4.22 不同家庭平所得使用者在使用動機之單因子變異數分析表

構面	家庭每月所得	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
求知 需求	1：三萬以下	53	3.9811	0.90385	2.065	0.106	--
	2：三~六萬	107	4.0888	0.87095			
	3：六~九萬	35	4.2714	0.88569			

表 4.22 不同家庭平所得使用者在使用動機之單因子變異數分析表（續）

構面	家庭每月所得	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
	4：九萬以上	14	3.6071	0.92359			
休閒 需求	1：三萬以下	53	3.5660	0.97585	0.491	0.689	--
	2：三~六萬	107	3.5374	0.94844			
	3：六~九萬	35	3.5286	0.95442			
	4：九萬以上	14	3.8571	0.79490			
社會 互動 需求	1：三萬以下	53	3.7484	1.02304	1.579	0.196	--
	2：三~六萬	107	3.8193	0.82452			
	3：六~九萬	35	4.1048	0.84316			
	4：九萬以上	14	3.6190	0.69007			
自我 成長 需求	1：三萬以下	53	4.0660	0.93046	0.568	0.636	--
	2：三~六萬	107	4.1916	0.79694			
	3：六~九萬	35	4.1000	0.86433			
	4：九萬以上	14	3.9286	0.82874			

* 表示 $p < 0.05$

7. 閱讀興趣

對村東國小社區閱讀中心使用者家庭每月平均所得差異，進行使用動機之單因子變異數分析，如表 4.23。在使用動機的四個構面中，在「求知需求」雖差異性達到顯著水準，但使用 Scheffe 法進行事後比較，結果發現 F 檢定雖達到顯著水準，但在事後比較上卻不顯著。在「休閒需求」的差異性達到顯著水準，使用 Scheffe 法進行事後比較，發現閱讀興趣高的在休閒需求的得分明顯高於閱讀興趣低的使用者。在「社會互動需求」的差異性達到顯著水準，使用 Scheffe 法進行事後比較，發現閱讀興趣高的在社會互動需求的得分明顯高於閱讀興趣低的使用者。在「自我成長需求」的差異性達到顯著水準，使用 Scheffe 法進行事後比較，發現閱讀興趣高的在自我成長需求的得分明顯高於閱讀興趣低的使用者。本研究可以推測閱讀

興趣愈高的使用者，更能藉由使用社區閱讀中心來滿足自我的休閒需求、社會互動需求及自我成長需求。

表 4.23 不同閱讀興趣使用者在使用動機之單因子變異數分析表

構面	閱讀興趣	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
求知需求	1：是	153	4.1601	0.85389	3.850	0.023*	--
	2：否	16	3.6875	1.23659			
	3：視情況而定	40	3.8250	0.81296			
休閒需求	1：是	153	3.6895	0.89957	6.601	0.002*	1>2
	2：否	16	2.9063	1.06800			
	3：視情況而定	40	3.3500	0.93507			
社會互動需求	1：是	153	3.9630	0.89798	7.578	0.001*	1>2
	2：否	16	3.2083	0.72903			
	3：視情況而定	40	3.6000	0.69676			
自我成長需求	1：是	153	0.001	0.001	5.888	0.003*	1>2
	2：否	16	0.001	0.001			
	3：視情況而定	40	0.001	0.001			

* 表示 $p < 0.05$

8. 是否來過社區閱讀中心

對村東國小社區閱讀中心使用者是否來過社區閱讀中心之差異，進行使用動機之獨立樣本 t 檢定分析，如表 4.24。在使用動機的四個構面中，各組之間的差異並沒有達到顯著水準，且各組的平均分數的差異並不大，顯示是否來過社區閱讀中心並不會影響社區閱讀中心使用者的使用動機。

表 4.24 是否來過使用者在使用動機之獨立樣本 t 檢定表

構面	來過與否	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
求知需求	有	197	4.0584	0.86626	-0.094	0.925

表 4.24 是否來過使用者在使用動機之獨立樣本 t 檢定表 (續)

構面	來過與否	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
	第一次	12	4.0833	1.29393		
休閒需求	有	197	3.5431	0.92688	-1.333	0.184
	第一次	12	3.9167	1.18386		
社會互動需求	有	197	3.8291	0.86347	-0.441	0.6060
	第一次	12	3.9444	1.13559		
自我成長需求	有	197	4.1371	0.80115	0.712	0.477
	第一次	12	3.9583	1.40548		

* 表示 $p < 0.05$

9. 造訪社區閱讀中心的頻率

對村東國小社區閱讀中心使用者造訪頻率之差異，進行使用動機之單因子變異數分析，如表 4.25。在使用動機的四個構面中，「自我成長需求」的差異達到顯著水準 ($F=3.763$, $P=0.006$)，使用 Scheffe 法進行事後比較，結果發現每週造訪一~二次的使用者在自我成長的需求性明顯高於每週少於一次的使用者。

表 4.25 不同造訪頻率使用者在使用動機之單因子變異數分析表

構面	造訪頻率	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
求知需求	1：每週少於一次	67	3.9179	1.01353	1.422	0.228	--
	2：每週 1-2 次	98	4.1786	0.78073			
	3：每週 3-4 次	9	4.2222	1.00347			
	4：每週 5 次以上	12	4.2083	0.65569			
	5：其他	23	3.8261	0.98406			
休閒需求	1：每週少於一次	67	3.3582	0.96061	1.406	0.233	--
	2：每週 1-2 次	98	3.6327	0.95667			

表 4.25 不同造訪頻率使用者在使用動機之單因子變異數分析表（續）

構面	造訪頻率	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
	3：每週 3-4 次	9	3.8889	0.89365			
	4：每週 5 次以上	12	3.7917	0.81068			
	5：其他	23	3.6304	0.88185			
社會 互動 需求	1：每週少於一次	67	3.6418	0.83749	1.504	0.202	--
	2：每週 1-2 次	98	3.9524	0.87997			
	3：每週 3-4 次	9	4.0370	1.08582			
	4：每週 5 次以上	12	3.9722	0.97916			
	5：其他	23	3.7536	0.81164			
自我 成長 需求	1：每週少於一次	67	3.8134	0.95281	3.763	0.006*	1<2
	2：每週 1-2 次	98	4.3010	0.70250			
	3：每週 3-4 次	9	4.2222	0.50690			
	4：每週 5 次以上	12	4.3333	0.80716			
	5：其他	23	4.1522	0.97041			

* 表示 $p < 0.05$

10. 每次停留時間

對村東國小社區閱讀中心使用者每次停留時間之差異，進行使用動機之單因子變異數分析，如表 4.26。在使用動機的四個構面中「自我成長需求」差異性達到顯著水準（ $F=3.080$ ， $P=0.029$ ），但使用 Scheffe 法進行事後比較，結果發現 F 檢定雖達到顯著水準，但在事後比較上卻不顯著。

表 4.26 不同停留時間使用者在使用動機之單因子變異數分析表

構面	停留時間	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
求知需求	1：30 分鐘以下	97	3.9948	0.97226	1.364	0.255	--
	2：30 分鐘~1 小時	66	4.0000	0.86824			
	3：1~2 小時	35	4.3286	0.62946			
	4：2 小時以上	11	4.1364	0.95108			
休閒需求	1：30 分鐘以下	97	3.7216	0.99470	1.952	0.122	--
	2：30 分鐘~1 小時	66	3.3636	0.99439			
	3：1~2 小時	35	3.5286	0.72703			
	4：2 小時以上	11	3.5000	0.54772			
社會互動需求	1：30 分鐘以下	97	3.7904	0.98521	1.341	0.262	--
	2：30 分鐘~1 小時	66	3.7980	0.80570			
	3：1~2 小時	35	4.0952	0.69814			
	4：2 小時以上	11	3.6364	0.73718			
自我成長需求	1：30 分鐘以下	97	4.2216	0.85686	3.080	0.029*	--
	2：30 分鐘~1 小時	66	3.9697	0.84525			
	3：1~2 小時	35	4.3143	0.61937			
	4：2 小時以上	11	3.6364	1.07450			

* 表示 $p < 0.05$

11. 同行友伴

對村東國小社區閱讀中心使用者同行友伴之差異，進行使用動機之單因子變異數分析，如表 4.27。在使用動機的四個構面中，只有「休閒需求」的差異並沒有達到顯著水準。在「求知需求」的差異性達到顯著水準（ $F=4.130$ ， $P=0.007$ ），使用 Scheffe 法進行事後比較，發現獨自一人、與朋友（含同學、同事）對於求知的需求明顯高於其他。在「社會互動需求」的差異性達到顯著水準（ $F=3.759$ ， $P=0.012$ ），

使用 Scheffe 法進行事後比較，發現獨自一人、家人、與朋友（合同學、同事）對於社會互動的需求明顯高於其他。在「自我成長需求」的差異性達到顯著水準（ $F=4.713$ ， $P=0.003$ ），使用 Scheffe 法進行事後比較，發現獨自一人、與朋友（合同學、同事）對於求知的需求明顯高於其他。

表 4.27 不同同伴使用者在使用動機之單因子變異數分析表

構面	同行友伴	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
求知需求	1：獨自一人	36	4.1250	0.74041	4.130	0.007*	1>4
	2：家人	42	3.9405	0.73420			3>4
	3：朋友（合同學、同事）	124	4.1411	0.89388			
	4：其他	7	3.0000	1.65831			
休閒需求	1：獨自一人	36	3.7778	0.80573	1.064	0.366	--
	2：家人	42	3.6310	1.00036			
	3：朋友（合同學、同事）	124	3.4758	0.94106			
	4：其他	7	3.6429	1.28174			
社會互動需求	1：獨自一人	36	3.8704	0.91990	3.759	0.012*	1>4
	2：家人	42	3.8571	0.78655			2>4
	3：朋友（合同學、同事）	124	3.8790	0.85470			3>4
	4：其他	7	2.7619	1.10075			
自我成長需求	1：獨自一人	36	4.4167	0.57941	4.713	0.003*	1>4
	2：家人	42	4.0000	0.80395			3>4
	3：朋友（合同學、同事）	124	4.1371	0.84184			
	4：其他	7	3.2143	1.46791			

* 表示 $p < 0.05$

12. 造訪時段

對村東國小社區閱讀中心使用者不同造訪時段之差異，進行使用動機之獨立樣本 t 檢定，如表 4.28。在使用動機的四個構面中，各組之間的差異並沒有達到顯著水準，且各組的平均分數的差異並不大，顯示造訪時段並不會影響社區閱讀中心使用者的使用動機。

表 4.28 不同造訪時段使用者在使用動機之獨立樣本 t 檢定表

構面	時段	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
求知需求	平日	140	4.0286	0.93449	-0.720	0.472
	假日	69	4.1232	0.80168		
休閒需求	平日	140	3.6000	0.96746	0.772	0.772
	假日	69	3.4928	0.89727		
社會互動需求	平日	140	3.7619	0.94559	-1.739	0.084
	假日	69	3.9855	0.70580		
自我成長需求	平日	140	4.1536	0.86892	0.653	0.514
	假日	69	4.0725	0.79185		

* 表示 $p < 0.05$

13. 閱讀類型

對村東國小社區閱讀中心使用者閱讀類型之差異，進行使用動機之單因子變異數分析，如表 4.29。在使用動機的四個構面中，各組之間的差異並沒有達到顯著水準，且各組的平均分數的差異並不大，顯示閱讀類型並不會影響社區閱讀中心使用者的使用動機。

表 4.29 不同閱讀類型使用者在使用動機之單因子變異數分析表

構面	閱讀類型	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
求知 需求	1：報章雜誌	37	4.1486	0.77159	1.609	0.188	--
	2：書籍	119	4.1303	0.88649			
	3：自己的書	26	3.9231	0.94543			
	4：其他	27	3.7593	0.98421			
休閒 需求	1：報章雜誌	37	3.5405	0.75809	0.773	0.510	--
	2：書籍	119	3.5378	1.00457			
	3：自己的書	26	3.4615	0.85934			
	4：其他	27	3.8148	0.98203			
社會 互動 需求	1：報章雜誌	37	3.7928	0.85833	0.486	0.692	--
	2：書籍	119	3.8964	0.87737			
	3：自己的書	26	3.7051	0.83972			
	4：其他	27	3.7531	0.96783			
自我 成長 需求	1：報章雜誌	37	4.1892	0.72983	0.984	0.401	--
	2：書籍	119	4.1765	0.83511			
	3：自己的書	26	3.8846	0.91987			
	4：其他	27	4.0556	0.94394			

* 表示 $p < 0.05$

4.5 不同特性使用者在滿意度之現況及差異分析

表 4.30 將滿意度依構面進行資料分析及排序，其中以「環境設備」的平均得分最高，「館員服務」次之，「讀者服務」為最低。可知村東國小社區閱讀中心的使用者對於村東國小社區閱讀中心的環境設備最為滿意。滿意度的整體平均分數為 4.1196，得分介於同意與非常同意之間，屬於高等程度。

滿意度中的平均分數高於 4.00 者共有 7 題，得分最高為「閱讀中心的空間大小、規劃讓我覺得很滿意」、「閱讀中心能夠提供我安靜的閱讀環境」；但有兩題項的得分低於 4.00，分別為「館員能夠專業的回答我的問題」、「閱讀中心舉辦的閱讀相關活動能滿足我的需求（如：好書交換、書展、說故事……）」。

表 4.30 滿意度構面因素排序表

構面	題項	平均數	總排序	構面平均數	總平均數
環境設備	閱讀中心的空間大小、規劃讓我覺得很滿意	4.24	1	4.2297	4.1196
	閱讀中心能夠提供我安靜的閱讀環境	4.24	1		
	閱讀中心的燈光照明、環境佈置讓我覺得很滿意	4.20	4		
館員服務	館員能以禮貌的態度為我服務	4.22	3	4.1037	
	館員能夠專業的回答我的問題	3.96	8		
	館員能熱心的協助讀者	4.13	5		
讀者服務	閱讀中心的閱讀資源相當豐富，能滿足我的需求	4.06	7	4.0255	
	閱讀中心的開放時間能夠滿足我的需求	4.08	6		
	閱讀中心舉辦的閱讀相關活動能滿足我的需求（如：好書交換、書展、說故事……）	3.93	9		

1. 性別

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行性別滿意度之獨立樣本 t 檢定，在「環

境設備」、「館員服務」、「讀者服務」上都未達顯著水準，但從平均數中可以發現女性使用者的滿意度皆高於男性使用者。如表 4.31：

表 4.31 不同性別使用者在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

構面	性別	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
環境設備	男性	82	4.1992	0.79411	-0.440	0.660
	女性	127	4.2493	0.81104		
館員服務	男性	82	4.0691	0.74211	-0.532	0.595
	女性	127	4.1260	0.76281		
讀者服務	男性	82	3.9593	0.73028	-0.987	0.325
	女性	127	4.0682	0.80818		

* 表示 $p < 0.05$

2. 年齡

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行年齡滿意度之單因子變異數分析，在「環境設備」、「館員服務」、「讀者服務」的差異上都未達顯著水準，可知不同年齡的使用者在滿意度上並無明顯差異。如表 4.32：

表 4.32 不同年齡使用者在滿意度之單因子變異數分析表

構面	年齡	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
環境設備	1：10 歲以下	48	4.2431	0.89056	0.609	0.723	--
	2：11-20 歲	89	4.2360	0.78528			
	3：21-30 歲	8	4.2083	0.97488			
	4：31-40 歲	19	4.3684	0.55438			
	5：41-50 歲	31	4.0430	0.94179			
	6：51-60 歲	11	4.2727	0.35957			
	7：61 歲以上	3	4.7778	0.19245			

表 4.32 不同年齡使用者在滿意度之單因子變異數分析表（續）

構面	年齡	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
館員 服務	1：10 歲以下	48	4.0486	0.81357	1.155	0.332	--
	2：11-20 歲	89	4.1348	0.74318			
	3：21-30 歲	8	4.1667	0.87287			
	4：31-40 歲	19	4.3333	0.52116			
	5：41-50 歲	31	3.9677	0.84044			
	6：51-60 歲	11	3.8485	0.54495			
	7：61 歲以上	3	4.7778	0.19245			
讀者 服務	1：10 歲以下	48	4.0278	0.92210	0.534	0.782	--
	2：11-20 歲	89	4.0749	0.73298			
	3：21-30 歲	8	4.2083	0.90742			
	4：31-40 歲	19	4.0351	0.67490			
	5：41-50 歲	31	3.8495	0.79274			
	6：51-60 歲	11	3.8788	0.56318			
	7：61 歲以上	3	4.3333	0.66667			

* 表示 $p < 0.05$

3. 婚姻狀況

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行不同婚姻狀況滿意度之單因子變異數分析，在「環境設備」、「館員服務」、「讀者服務」的差異上都未達顯著水準，可知不同婚姻狀況的使用者在滿意度上並無明顯差異。但從平均數中可發現「環境設備」滿意度最高的是已婚有小孩的使用者；「館員服務」滿意度最高的為已婚無小孩及其他的使用者；「讀者服務」滿意度最高的為其他。如表 4.33：

表 4.33 不同婚姻狀況使用者在滿意度之單因子變異數分析表

構面	婚姻狀況	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
環境設備	1：未婚	144	4.2269	0.82563	0.128	0.943	--
	2：已婚（無小孩）	16	4.2292	0.48257			
	3：已婚（有小孩）	45	4.2593	0.84354			
	4：其他	4	4.0000	0.72008			
館員服務	1：未婚	144	4.0764	0.76817	0.200	0.896	--
	2：已婚（無小孩）	16	4.1667	0.51640			
	3：已婚（有小孩）	45	4.1630	0.80911			
	4：其他	4	4.1667	0.43033			
讀者服務	1：未婚	144	4.0324	0.79755	0.320	0.811	--
	2：已婚（無小孩）	16	4.1458	0.64370			
	3：已婚（有小孩）	45	3.9481	0.77510			
	4：其他	4	4.1667	0.79349			

* 表示 $p < 0.05$

4. 教育程度

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行教育程度滿意度之單因子變異數分析，在「環境設備」、「館員服務」、「讀者服務」上都未達顯著水準，可知不同教育程度的使用者在滿意度上並無明顯差異。但從平均數中可發現「環境設備」滿意度最高的教育程度為國中的使用者；「館員服務」滿意度最高的教育程度為國中的使用者；「讀者服務」滿意度最高的為國小（含）以下。如表 4.34：

表 4.34 不同教育程度使用者在滿意度之單因子變異數分析表

構面	教育程度	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
環境設備	1：國小（含）以下	130	4.2205	0.82651	0.919	0.454	--
	2：國中	5	4.4000	1.34164			
	3：高中	19	4.3333	0.61864			
	4：大專	35	4.3429	0.66904			
	5：研究所（含）以上	20	3.9500	0.86704			
館員服務	1：國小（含）以下	130	4.0872	0.77042	1.511	0.200	--
	2：國中	5	4.5333	0.50553			
	3：高中	19	3.9298	0.62439			
	4：大專	35	4.2952	0.81156			
	5：研究所（含）以上	20	3.9333	0.63614			
讀者服務	1：國小（含）以下	130	4.0590	0.80957	0.474	0.755	--
	2：國中	5	4.0000	0.66667			
	3：高中	19	3.8070	0.66030			
	4：大專	35	4.0571	0.79822			
	5：研究所（含）以上	20	3.9667	0.69164			

* 表示 $p < 0.05$

5. 職業

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行職業滿意度之單因子變異數分析，在「環境設備」、「館員服務」、「讀者服務」上都未達顯著水準，可知不同職業的使用者在滿意度上並無明顯差異。但從平均數中可發現「環境設備」滿意度最高的使用者為工商業；「館員服務」滿意度最高的使用者為其他；「讀者服務」滿意度最高的使用者為自由業。如表 4.35：

表 4.35 不同職業使用者在滿意度之單因子變異數分析表

構面	職業	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
環境設備	1：學生	137	4.2409	0.81623	1.059	0.384	--
	2：軍公教	31	3.9677	0.90821			
	3：服務業	11	4.3939	0.35957			
	4：工商業	10	4.5000	0.47791			
	5：自由業	11	4.3636	0.40701			
	6：其他	9	4.2963	1.13584			
館員服務	1：學生	137	4.1095	0.76174	2.090	0.068	--
	2：軍公教	31	3.8495	0.80203			
	3：服務業	11	3.8788	0.63723			
	4：工商業	10	4.4333	0.58899			
	5：自由業	11	4.3333	0.51640			
	6：其他	9	4.5185	0.72860			
讀者服務	1：學生	137	4.0633	0.79267	0.383	0.860	--
	2：軍公教	31	3.8602	0.85103			
	3：服務業	11	4.0303	0.54680			
	4：工商業	10	4.0333	0.63732			
	5：自由業	11	4.0909	0.53936			
	6：其他	9	3.9259	1.01074			

* 表示 $p < 0.05$

6. 家庭每月平均所得

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行家庭每月平均所得滿意度之單因子變異數分析，在「環境設備」、「館員服務」、「讀者服務」上都未達顯著水準，可知不同家庭每月所得的使用者在滿意度上並無明顯差異。但從平均數中可發現

「環境設備」及「館員服務」滿意度最高的是每月家庭所得六~九萬的使用者；「讀者服務」滿意度最高的為三~六萬。如表 4.36：

表 4.36 不同家庭平均所得使用者在滿意度之單因子變異數分析表

構面	家庭所得	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
環境設備	1：三萬以下	53	4.2327	0.75839	1.812	0.146	--
	2：三~六萬	107	4.2586	0.73873			
	3：六~九萬	35	4.3238	0.89108			
	4：九萬以上	14	3.7619	1.10499			
館員服務	1：三萬以下	53	4.0692	0.83040	0.661	0.577	--
	2：三~六萬	107	4.1340	0.65854			
	3：六~九萬	35	4.1619	0.93015			
	4：九萬以上	14	3.8571	0.66299			
讀者服務	1：三萬以下	53	4.0629	0.70121	0.845	0.471	--
	2：三~六萬	107	4.0717	0.77165			
	3：六~九萬	35	3.8381	0.87586			
	4：九萬以上	14	4.0000	0.86726			

* 表示 $p < 0.05$

7. 閱讀興趣

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行閱讀興趣滿意度之單因子變異數分析，滿意度的三個構面皆達顯著水準，如表 4.37。在「環境設備」的差異性達到顯著水準（ $F=7.182$ ， $P=0.001$ ），使用 Scheffe 法進行事後比較，發現對於閱讀活動感到興趣的使用者明顯高於不感興趣及視情況而定的使用者。「館員服務」的差異性達到顯著水準（ $F=8.433$ ， $P=0.000$ ），使用 Scheffe 法進行事後比較，發現對於閱讀活動感到興趣的使用者明顯高於視情況而定的使用者。「讀者服務」的差異性

達到顯著水準 (F=3.281, P=0.040)，使用 Scheffe 法進行事後比較，卻發現雖達顯著水準但在事後比較上卻不明顯。

表 4.37 不同閱讀興趣使用者在滿意度之單因子變異數分析表

構面	閱讀興趣	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
環境設備	1：是	153	4.3508	0.70689	7.182	0.001*	1>2
	2：否	16	3.7708	1.05211			1>3
	3：視情況而定	40	3.9500	0.91692			
館員服務	1：是	153	4.2288	0.69719	8.433	0.000*	1>3
	2：否	16	3.7708	0.80479			
	3：視情況而定	40	3.7583	0.80944			
讀者服務	1：是	153	4.1068	0.74795	3.281	0.040*	--
	2：否	16	3.7292	0.82748			
	3：視情況而定	40	3.8333	0.83034			

* 表示 $p < 0.05$

8. 是否來過社區閱讀中心

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行來過與否滿意度之獨立樣本 t 檢定分析，在「環境設備」、「館員服務」、「讀者服務」上都未達顯著水準，可知第一次到訪或來過多次的使用者在滿意度上並無明顯差異。如表 4.38：

表 4.38 是否來過使用者在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

構面	來過與否	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
環境設備	有	197	4.2386	0.79542	0.649	0.517
	第一次	12	4.0833	0.94415		
館員服務	有	197	4.0948	0.75446	-0.692	0.490
	第一次	12	4.2500	0.75378		

表 4.38 是否來過使用者在滿意度之獨立樣本 t 檢定表 (續)

構面	來過與否	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
讀者服務	有	197	4.0034	0.78028	-1.672	0.096
	第一次	12	4.3889	0.67918		

* 表示 $p < 0.05$

9. 造訪社區閱讀中心的頻率

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行造訪頻率滿意度之單因子變異數分析，如表 4.39。在「環境設備」的差異性達到顯著水準 ($F=5.199$, $P=0.001$)，使用 Scheffe 法進行事後比較，發現造訪頻率在每週一~二次的使用者明顯高於每週少於一次的使用者。「館員服務」的差異性達到顯著水準 ($F=3.074$, $P=0.017$)，使用 Scheffe 法進行事後比較，卻發現雖達顯著水準但在事後比較上卻不明顯。「讀者服務」的差異性未達到顯著水準 ($F=0.799$, $P=0.527$)。

表 4.39 不同造訪頻率使用者在滿意度之單因子變異數分析表

構面	造訪頻率	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
環境設備	1：每週少於一次	67	3.9353	1.00208	5.199	0.001*	1<2
	2：每週 1-2 次	98	4.4762	0.52650			
	3：每週 3-4 次	9	4.2593	1.09008			
	4：每週 5 次以上	12	4.0833	0.63763			
	5：其他	23	4.1014	0.81299			
館員服務	1：每週少於一次	67	3.9055	0.90974	3.074	0.017*	--
	2：每週 1-2 次	98	4.2381	0.61854			
	3：每週 3-4 次	9	3.9630	0.77180			
	4：每週 5 次以上	12	3.8056	0.80977			
	5：其他	23	4.3188	0.59014			

表 4.39 不同造訪頻率使用者在滿意度之單因子變異數分析表（續）

構面	造訪頻率	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
讀者服務	1：每週少於一次	67	3.8955	0.89932	0.799	0.527	--
	2：每週 1-2 次	98	4.1122	0.71946			
	3：每週 3-4 次	9	4.1111	0.81650			
	4：每週 5 次以上	12	4.0000	0.71067			
	5：其他	23	4.0145	0.66270			

* 表示 $p < 0.05$

10. 每次停留時間

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行停留時間滿意度之單因子變異數分析，在「環境設備」、「館員服務」、「讀者服務」上都未達顯著水準，如表 4.40。但從平均分數中可知「環境設備」、「館員服務」、「讀者服務」分數最高的皆為停留時間一~二小時的使用者。

表 4.40 不同停留時間使用者在滿意度之單因子變異數分析表

構面	停留時間	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
環境設備	1：30 分鐘以下	97	4.2371	0.86597	0.739	0.530	--
	2：30 分鐘~1 小時	66	4.1465	0.81257			
	3：1~2 小時	35	4.3905	0.52696			
	4：2 小時以上	11	4.1515	0.91121			
館員服務	1：30 分鐘以下	97	4.1546	0.66677	0.952	0.417	--
	2：30 分鐘~1 小時	66	3.9949	0.92910			
	3：1~2 小時	35	4.2095	0.58904			
	4：2 小時以上	11	3.9697	0.76673			

表 4.40 不同停留時間使用者在滿意度之單因子變異數分析表（續）

構面	停留時間	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
讀者服務	1：30 分鐘以下	97	4.0172	0.82267	0.548	0.650	--
	2：30 分鐘~1 小時	66	3.9545	0.81416			
	3：1~2 小時	35	4.1524	0.58490			
	4：2 小時以上	11	4.1212	0.73443			

* 表示 $p < 0.05$

11. 同行友伴

對村東國小社區閱讀中心使用者同行友伴之差異，進行滿意度之單因子變異數分析，如表 4.41。在滿意度的三個構面中，只有「讀者服務」的差異並沒有達到顯著水準。在「環境設備」的差異性達到顯著水準（ $F=6.023, P=0.001$ ），使用 Scheffe 法進行事後比較，發現獨自一人、與家人、與朋友（合同學、同事）的滿意程度皆高於其他。在「館員服務」的差異性達到顯著水準（ $F=2.993, P=0.032$ ），使用 Scheffe 法進行事後比較，發現獨自一人的滿意度明顯高於其他。

表 4.41 不同同伴使用者在滿意度之單因子變異數分析表

構面	同行友伴	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
環境設備	1：獨自一人	36	4.4352	0.55674	6.023	0.001*	1>4
	2：家人	42	4.3095	0.57685			2>4
	3：朋友（合同學、同事）	124	4.2070	0.84327			3>4
	4：其他	7	3.0952	1.37051			

表 4.41 不同同伴使用者在滿意度之單因子變異數分析表（續）

構面	同行友伴	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
館員服務	1：獨自一人	36	4.2963	0.56218	2.993	0.032*	1>4
	2：家人	42	4.1746	0.68763			
	3：朋友（含同學、同事）	124	4.0618	0.76788			
	4：其他	7	3.4286	1.30120			
讀者服務	1：獨自一人	36	3.8889	0.70373	2.584	0.054	--
	2：家人	42	4.1746	0.61260			
	3：朋友（含同學、同事）	124	4.0511	0.79978			
	4：其他	7	3.3810	1.29713			

* 表示 $p < 0.05$

12. 造訪時段

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行不同造訪時段滿意度之獨立樣本 t 檢定分析，在「環境設備」、「館員服務」、「讀者服務」上都未達顯著水準，可知不同造訪時段的使用者在滿意度上並無明顯差異。但從平均數中可發現「環境設備」、「館員服務」、「讀者服務」滿意度以假日造訪的高於平日造訪的使用者。如表 4.42：

表 4.42 不同造訪時段使用者在滿意度之獨立樣本 t 檢定表

構面	造訪時段	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
環境設備	平日	140	4.2262	0.81774	-0.089	0.929
	假日	69	4.2367	0.77776		

表 4.42 不同造訪時段使用者在滿意度之獨立樣本 t 檢定表 (續)

構面	造訪時段	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
館員服務	平日	140	4.0667	0.80287	-1.011	0.313
	假日	69	4.1787	0.64062		
讀者服務	平日	140	3.9786	0.81278	-1.243	0.215
	假日	69	4.1208	0.70007		

* 表示 $p < 0.05$

13. 閱讀類型

在村東國小社區閱讀中心的使用者中進行閱讀類型滿意度之單因子變異數分析，在「環境設備」、「館員服務」、「讀者服務」上都未達顯著水準，可知不同閱讀類型的使用者在滿意度上並無明顯差異。如表 4.43：

表 4.43 不同閱讀類型使用者在滿意度之單因子變異數分析表

構面	閱讀類型	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
環境設備	1：報章雜誌	37	4.2523	0.82179	1.696	0.169	--
	2：書籍	119	4.3109	0.69803			
	3：自己的書	26	4.1154	0.95192			
	4：其他	27	3.9506	1.00725			
館員服務	1：報章雜誌	37	4.0991	0.67066	0.155	0.927	--
	2：書籍	119	4.1176	0.76848			
	3：自己的書	26	4.0128	0.76873			
	4：其他	27	4.1358	0.81261			
讀者服務	1：報章雜誌	37	3.8288	0.68323	1.009	0.390	--
	2：書籍	119	4.0756	0.80539			
	3：自己的書	26	4.0128	0.64278			
	4：其他	27	4.0864	0.88960			

* 表示 $p < 0.05$

4.6 不同特性使用者在再使用意願之現況及差異分析

表 4.44 將再使用意願進行資料分析及排序，其中以「我會願意再次到訪社區閱讀中心」的得分最高，為 4.35；「我會與他人分享參加此次活動之經驗」次之，為 4.27。再使用意願的每一題項得分皆在 4 分以上，整體平均分數為 4.2488，介於同意與非常同意之間，屬於高等程度。可知村東國小社區閱讀中心的使用者願意再次造訪社區閱讀中心的意願很高。

表 4.44 再使用意願因素排序表

變項	題項	平均數	總排序	總平均數
再使用 意願	我會願意再次到訪社區閱讀中心	4.35	1	4.2488
	我願意將社區閱讀中心推薦給親朋好友	4.24	3	
	如果有機會我會願意再參加社區閱讀中心所舉辦的活動	4.20	4	
	我會與他人分享參加此次活動之經驗	4.27	2	
	我會很樂意向社區閱讀中心提出改善之處	4.18	5	

1. 性別

如表 4.45，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行性別與再使用意願之獨立樣本 t 檢定分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願男性與女性的差異未達顯著水準，但平均得分都很高。

表 4.45 不同性別使用者在再使用意願之獨立樣本 t 檢定表

變項	性別	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
再使用 意願	男性	82	4.2098	0.75090	-0.591	0.555
	女性	127	4.2740	0.77697		

* 表示 $p < 0.05$

2. 年齡

如表 4.46，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行年齡與再使用意願之單因子變異數分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願的年齡差異達顯著水準（ $F=2.558$ ， $P=0.021$ ），使用 Scheffe 法進行事後比較，發現各組間的差異並不顯著。

表 4.46 不同年齡使用者在再使用意願之單因子變異數分析表

變項	年齡	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
再使 用意 願	1：10 歲以下	48	3.9333	0.90796	2.558	0.021*	--
	2：11-20 歲	89	4.2742	0.70155			
	3：21-30 歲	8	4.4250	0.57009			
	4：31-40 歲	19	4.4526	0.62483			
	5：41-50 歲	31	4.3097	0.82759			
	6：51-60 歲	11	4.5818	0.37368			
	7：61 歲以上	3	4.9333	0.11547			

* 表示 $p < 0.05$

3. 婚姻狀況

如表 4.47，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行婚姻狀況與再使用意願之單因子變異數分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願的婚姻狀況之差異未達顯著水準（ $F=2.254$ ， $P=0.083$ ），可知婚姻狀況並不影響使用者的再使用意

願。

表 4.47 不同婚姻狀況使用者在再使用意願之單因子變異數分析表

變項	婚姻狀況	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
再使用意願	1：未婚	144	4.1778	0.77337	2.254	0.083	--
	2：已婚（無小孩）	16	4.3375	0.63966			
	3：已婚（有小孩）	45	4.4800	0.77036			
	4：其他	4	3.8500	0.30000			

* 表示 $p < 0.05$

4. 教育程度

如表 4.48，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行教育程度與再使用意願之單因子變異數分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願的教育程度之差異未達顯著水準（ $F = 1.848$ ， $P = 0.121$ ），可知教育程度並不影響使用者的再使用意願。

表 4.48 不同教育程度使用者在再使用意願之單因子變異數分析表

變項	教育程度	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
再使用意願	1：國小（含）以下	130	4.1477	0.80984	1.848	0.121	--
	2：國中	5	4.2400	0.74027			
	3：高中	19	4.3263	0.43313			
	4：大專	35	4.5200	0.80761			
	5：研究所（含）以上	20	4.3600	0.52955			

* 表示 $p < 0.05$

5. 職業

如表 4.49，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行職業與再使用意願之單因子變異數分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願的職業之差異未達顯著水準（ $F=1.686$ ， $P=0.139$ ），可知職業並不影響使用者的再使用意願。

表 4.49 不同職業使用者在再使用意願之單因子變異數分析表

變項	職業	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
再 使 用 意 願	1：學生	137	4.1606	0.78958	1.686	0.139	--
	2：軍公教	31	4.3355	0.79227			
	3：服務業	11	4.5091	0.38329			
	4：工商業	10	4.2600	0.83293			
	5：自由業	11	4.7455	0.29787			
	6：其他	9	4.3556	0.77960			

* 表示 $p < 0.05$

6. 家庭每月平均所得

如表 4.50，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行家庭每月平均所得與再使用意願之單因子變異數分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願的家庭所得之差異未達顯著水準（ $F=0.299$ ， $P=0.826$ ），可知家庭所得並不影響使用者的再使用意願。

表 4.50 不同家庭平均所得使用者在再使用意願之單因子變異數分析表

變項	家庭每月所得	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
再 使 用 意 願	1：三萬以下	53	4.2340	0.70573	0.299	0.826	--
	2：三~六萬	107	4.2841	0.76333			
	3：六~九萬	35	4.2286	0.90767			
	4：九萬以上	14	4.0857	0.66432			

* 表示 $p < 0.05$

7. 閱讀興趣

如表 4.51，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行閱讀興趣與再使用意願之單因子變異數分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願的閱讀興趣之差異達顯著水準（ $F=17.487$ ， $P=0.000$ ），可知閱讀興趣影響使用者的再使用意願。使用 Scheffe 法進行事後比較，發現能將閱讀活動視為興趣的使用者的再使用意願明顯高於不能將閱讀活動視為興趣及視情況而定的使用者。

表 4.51 不同閱讀興趣使用者在再使用意願之單因子變異數分析表

變項	閱讀興趣	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
再使用意願	1：是	153	4.4235	0.67471	17.487	0.000*	1>2
	2：否	16	3.6625	0.83497			1>3
	3：視情況而定	40	3.8150	0.79406			

* 表示 $p < 0.05$

8. 是否來過社區閱讀中心

如表 4.52，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行是否造訪過與再使用意願之獨立樣本 t 檢定分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願是否造訪過的差異未達顯著水準，但平均得分都很高。

表 4.52 是否來過使用者在再使用意願之獨立樣本 t 檢定表

變項	來過與否	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
再使用意願	有	197	4.2548	0.77317	0.460	0.646
	第一次	12	4.1500	0.65017		

* 表示 $p < 0.05$

9. 造訪社區閱讀中心的頻率

如表 4.53，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行造訪頻率與再使用意願之

單因子變異數分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願的造訪頻率差異達顯著水準（ $F=2.608$ ， $P=0.037$ ），使用 Scheffe 法進行事後比較，發現各組間的差異並不顯著。

表 4.53 不同造訪頻率使用者在再使用意願之單因子變異數分析表

變項	造訪頻率	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
再使用意願	1：每週少於一次	67	4.0060	0.92832	2.608	0.037*	--
	2：每週 1-2 次	98	4.3633	0.65510			
	3：每週 3-4 次	9	4.4222	0.38006			
	4：每週 5 次以上	12	4.2833	0.69522			
	5：其他	23	4.3826	0.70817			

* 表示 $p < 0.05$

10. 每次停留時間

表 4.54，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行停留時間與再使用意願之單因子變異數分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願的停留時間之差異未達顯著水準（ $F=1.925$ ， $P=0.127$ ），可知停留時間並不影響使用者的再使用意願。

表 4.54 不同停留時間使用者在再使用意願之單因子變異數分析表

變項	停留時間	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
再使用意願	1：30 分鐘以下	97	4.1979	0.79503	1.925	0.127	--
	2：30 分鐘~1 小時	66	4.1636	0.83383			
	3：1~2 小時	35	4.5143	0.49773			
	4：2 小時以上	11	4.3636	0.65616			

* 表示 $p < 0.05$

11. 同行友伴

如表 4.55，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行同行友伴與再使用意願之單因子變異數分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願的同行友伴之差異達顯著水準（ $F=4.455$ ， $P=0.005$ ），可知同行友伴影響使用者的再使用意願。使用 Scheffe 法進行事後比較，發現獨自一人到訪的使用者的再使用意願明顯高於與朋友、同學、同事的使用者。

表 4.55 不同同伴使用者在再使用意願之單因子變異數分析表

變項	同行友伴	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
再使用意願	1：獨自一人	36	4.5444	0.57094	4.455	0.005*	1>3
	2：家人	42	4.2524	0.72322			
	3：朋友（含同學、同事）	124	4.2048	0.76826			
	4：其他	7	3.4857	1.22669			

* 表示 $p<0.05$

12. 造訪時段

如表 4.56，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行造訪時段與再使用意願之獨立樣本 t 檢定分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願平日與假日的差異未達顯著水準，顯示造訪的時段並不影響再使用意願。

表 4.56 不同造訪時段使用者在再使用意願之獨立樣本 t 檢定表

變項	造訪時段	次數	平均數	標準差	t 值	顯著性
再使用意願	平日	140	4.2443	0.79134	-0.121	0.904
	假日	69	4.2580	0.71628		

* 表示 $p<0.05$

13. 閱讀類型

表 4.57，對村東國小社區閱讀中心的使用者中進行閱讀類型與再使用意願之單因子變異數分析，發現社區閱讀中心的使用者在再使用意願的閱讀類型之差異未達顯著水準（ $F=0.938$ ， $P=0.423$ ），可知閱讀類型並不影響使用者的再使用意願。

表 4.57 不同閱讀類型使用者在再使用意願之單因子變異數分析表

變項	閱讀類型	次數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性	事後比較
再使用意願	1：報章雜誌	37	4.4000	0.58310	0.938	0.423	--
	2：書籍	119	4.2538	0.78187			
	3：自己的書	26	4.0923	0.94018			
	4：其他	27	4.1704	0.72897			

* 表示 $p < 0.05$

4.7 使用動機、滿意度、再使用意願之相關分析

表 4.58 是使用動機與滿意度之相關分析表，從表中可知使用動機各構面與滿意度的各構面之間呈現正向的顯著相關，其中以自我成長需求構面與環境設備構面間之相關係數最高，為 0.517。休閒娛樂需求構面與環境設備構面的相關性最低為 0.164，但仍達顯著相關。

表 4.58 使用動機構面與滿意度構面之相關係數矩陣表

變項	滿意度			
	構面	環境設備	館員服務	讀者服務
使用動機	求知需求	0.496**	0.404**	0.414**
	休閒娛樂需求	0.164*	0.236**	0.247**
	社會互動需求	0.410**	0.427**	0.464**
	自我成長需求	0.517**	0.487**	0.456**

* 在顯著水準為 0.05 時（雙尾），相關顯著。

** 在顯著水準為 0.01 時（雙尾），相關顯著。

表 4.59 是使用動機與再使用意願之相關分析表，從表中可知使用動機的各構面與再使用意願之間呈現正向的顯著相關，其中以自我成長需求構面與再使用意願之相關係數最高，為 0.540。

表 4.59 使用動機構面與再使用意願構面之相關係數矩陣表

變項	再使用意願	
	構面	再使用意願
使用動機	求知需求	0.481**
	休閒娛樂需求	0.282**
	社會互動需求	0.429**
	自我成長需求	0.540**

* 在顯著水準為 0.05 時（雙尾），相關顯著。

** 在顯著水準為 0.01 時（雙尾），相關顯著。

表 4.60 是滿意度與再使用意願之相關分析表，從表中可知滿意度的各構面與滿意度的各構面之間呈現正向的顯著相關，其中以環境設備構面與再使用意願間之相關係數最高，為 0.576。

表 4.60 滿意度構面與再使用意願構面之相關係數矩陣表

變項	再使用意願	
	構面	再使用意願
滿意度	環境設備	0.576**
	館員服務	0.532**
	讀者服務	0.515**

* 在顯著水準為 0.05 時（雙尾），相關顯著。

** 在顯著水準為 0.01 時（雙尾），相關顯著。

4.8 使用動機、滿意度、再使用意願之迴歸分析

1. 使用動機對滿意度之影響

本研究利用迴歸分析檢定使用動機對滿意度之影響，以使用動機做為自變數，滿意度做為依變數，分析結果得到 $F=132.353$ ， $P=0.000<0.05$ ，解釋力約為 38.7%，因此可知使用動機對滿意度呈正向影響。結果顯示使用動機越高的使用者對於社區閱讀中心的滿意度也越高。如表 4.60：

表 4.60 使用動機對滿意度之迴歸分析表

	未標準化係數		標準化係數	t	顯著性
	B 之估計值	標準誤差	Beta 分配		
（常數）	1.652	0.217		7.597	0.000
使用動機	0.634	0.055	0.625	11.504	0.000
依變數：滿意度； $R=0.625$ ； $R^2=0.387$ ； $F=132.353$					

2. 使用動機對再使用意願之影響

本研究利用迴歸分析檢定使用動機對再使用意願之影響，以使用動機做為自變數，再使用意願做為依變數，分析結果得到 $F=105.622$ ， $P=0.000<0.05$ ，解釋力約為 33.5%，因此可知使用動機對再使用意願呈正向影響。結果顯示使用動機越高的使用者對於社區閱讀中心的再使用意願也越高。如表 4.62：

表 4.62 使用動機對再使用意願之迴歸分析表

	未標準化係數		標準化係數	t	顯著性
	B 之估計值	標準誤差	Beta 分配		
（常數）	1.609	0.261		6.175	0.000
使用動機	0.679	0.066	0.581	10.277	0.000
依變數：再使用意願； $R=0.581$ ； $R^2=0.335$ ； $F=105.622$					

3. 滿意度對再使用意願之影響

本研究利用迴歸分析檢定滿意度對再使用意願之影響，以滿意度做為自變數，再使用意願做為依變數，分析結果得到 $F=138.062$ ， $P=0.000<0.05$ ，解釋力約為 39.7%，因此可知滿意度對再使用意願呈正向影響。結果顯示滿意度越高的使用者對於社區閱讀中心的再使用意願也越高。如表 4.63：

表 4.63 滿意度對再使用意願之迴歸分析表

	未標準化係數		標準化係數	t	顯著性
	B 之估計值	標準誤差	Beta 分配		
(常數)	1.253	0.258		4.851	0.000
滿意度	0.727	0.062	0.633	11.750	0.000
依變數：再使用意願； $R=0.633$ ； $R^2=0.397$ ； $F=138.062$					

第五章 結論與建議

本研究主要的目的是探討彰化縣社區閱讀中心的使用動機、滿意度及再使用意願，以大村鄉村東國小為研究對象，透過問卷調查了解彰化縣社區閱讀中心地使用情形。本章依研究所得的資料分析作成結論，並提出相關的建議，以作為社區閱讀中心日後發展的參考。

5.1 研究結論

依據本研究之目的，透過問卷的蒐集及統計結果分析探討使用動機、滿意度及再使用意願之相關性，之結論歸納如表 5.1。

表 5.1 研究假設驗證表

研究假設	驗證
H1：不同特性的使用者在使用動機上有顯著差異。	部分成立
H2：不同特性的使用者在滿意度上有顯著差異。	部分成立
H3：不同特性的使用者在再使用意願上有顯著差異。	部分成立
H4：使用動機對滿意度有顯著影響。	成立
H5：使用動機對再使用意願有顯著影響。	成立
H6：滿意度對再使用意願有顯著影響。	成立

1. 不同的性別、職業、閱讀興趣、停留時間、造訪頻率及同行友伴對使用動機有差異

使用動機是使用者願意造訪社區閱讀中心的原因，探究使用動機可以了解使用者願意踏出第一步走進閱讀中心的動機，強化、增加會影響使用者的原因，可以讓更多的使用者持續的使用。在不同的人口變項中，不同的性別、職業、閱讀興趣、造訪頻率及同行友伴有達到顯著差異，其餘的並未達顯著差異。

從性別中可以發現女性對於休閒的需求構面高於男性，已達到差異水準，但在

其他需求中並未達顯著差異。從職業中可以發現在休閒需求達到顯著差異，但使用事後比較發現並無法找出顯著的對組。從閱讀興趣中發現，閱讀興趣高在休閒需求構面、社會互動需求構面、自我成長需求構面都高於閱讀興趣低的，並且達到顯著水準。從造訪頻率中發現，自我成長需求構面以「每週 1 - 2 次」顯著高於「每週少於一次」。從每次停留時間中可以發現在自我成長需求達到顯著差異，但使用事後比較發現並無法找出顯著的對組。從同行友人中發現在求知需求構面，以獨自一人顯著高於其他及與朋友（含同學、同事）顯著高於其他。在社會互動需求構面，以獨自一人顯著高於其他、家人顯著高於其他及與朋友（含同學、同事）顯著高於其他。在自我成長需求構面中，以獨自一人顯著高於其他及與朋友（含同學、同事）顯著高於其他。

使用者在使用動機中以「求知需求 - 我覺得在閱讀中心可以獲得許多新資訊」的同意度最高，「自我成長需求 - 常到閱讀中心可以提升我的閱讀頻率」的同意度次之，「休閒需求 - 到閱讀中心可以打發閒暇時間」的同意度最低。本研究推論使用者的性別、閱讀興趣、造訪頻率與同行友人在使用動機上有差異的存在。

2. 不同的閱讀興趣、造訪頻率及同行友人對滿意度有差異

滿意度是使用者在使用過社區閱讀中心的滿意程度，探究使用者的滿意度可以知道社區閱讀中心的優勢及劣勢。透過了解優勢及劣勢的所在面向，可以持續強化、延續優勢的表現，補足、改善劣勢的部分，讓使用者在使用的過程中持續產生滿意的感覺。

從閱讀興趣中發現，閱讀興趣高的使用者在環境設備構面、館員服務構面的滿意度都顯著高於視情形而定的使用者，閱讀興趣高的使用者在環境設備構面的滿意度顯著高於閱讀興趣低的使用者。從造訪頻率中發現，在環境設備構面以「每週 1 - 2 次」顯著高於「每週少於一次」。從同行友人中發現在環境設備構面，以獨自一人、與家人、與朋友（含同學、同事）的滿意度顯著高於其他。在館員服務構面，以獨自一人的滿意度顯著高於其他。

使用者的滿意度中以「環境設備 - 閱讀中心的空間大小、規劃讓我覺得很滿意」

及「環境設備－閱讀中心能夠提供我安靜的閱讀環境」的同意度最高，「讀者服務－閱讀中心舉辦的閱讀相關活動能滿足我的需求」的同意度最低。本研究推論使用者的閱讀興趣、造訪頻率與同行友伴在滿意度上有差異的存在。

3. 不同的年齡、閱讀興趣、造訪頻率及同行友伴對再使用意願有差異

再使用意願的感受影響著社區閱讀中心的使用者是否願意再次使用這項設施及是否願意向他人推薦，讓社區閱讀中心在社區中持續發揮它的功用。

從年齡中發現，不同年齡的使用者的再使用意願達顯著差異，但事後比較卻無顯著對組。從閱讀興趣中發現，閱讀興趣高的使用者及閱讀興趣低的使用者的再使用意願都顯著高於閱讀興趣為視情況而定的使用者。從造訪頻率中發現，不同年齡的使用者的再使用意願達顯著差異，但事後比較卻無顯著對組。從同行友伴中發現在獨自一人的再使用意願顯著高於與朋友（含同學、同事）同行的使用者。

使用者的再使用意願中以「我願意再次到訪社區閱讀中心」的同意程度最高，「我會與他人分享參加此次活動之經驗」的同意度次之，「我會很樂意向社區閱讀中心提出改善之處」的同意度最低。本研究推論使用者的閱讀興趣與同行友伴在再使用意願上有差異的存在。

4. 使用動機、滿意度及再使用意願三者間呈現正向顯著的影響關係

依本研究的分析資料可知，村東國小社區閱讀中心的使用動機、滿意度、再使用意願之間具有顯著的影響關係。在使用動機與滿意度間，以自我成長需求與環境設備構面之相關係數最高；在使用動機與再使用意願間，以自我成長需求構面與再使用意願之相關係數最高；在滿意度與再使用意願間，以環境設備構面與再使用意願之相關係數最高。因此強化使用者的自我成長需求，滿足求知、休閒娛樂及社會互動的需求，才能使使用動機更高；強化使用者的環境設備的滿意程度，加強館員服務與讀者服務的滿意程度，皆能影響使用者的再使用意願，達到設立社區閱讀中心的目的。

5.2 研究建議

經本研究後了解了村東國小社區閱讀中心的使用情形，依據研究發現提出下列建議：

1. 對社區閱讀中心

(1) 多舉辦閱讀相關活動，增進使用者的使用頻率

村東國小社區閱讀中心所舉辦的活動並不多，對於使用者而言，多舉辦閱讀相關活動可以讓使用者發現閱讀可以有不同的進行方式，除了挑選自己喜愛的書籍之外，也可以和不同的對象進行共讀；除了靜態的閱讀也可以向他人推薦優質的書籍；除了書本的閱讀之外也可以透過電子書等媒材來進行閱讀。閱讀的方式越多元，使用者更可以從活動中找出適合自己的閱讀方式，可更能將閱讀這個行為持續下去。使用者也可以藉由一次又一次的活動參與增加使用社區閱讀中心的頻率，讓使用社區閱讀中心成為一種習慣。

(2) 適時的了解使用者需求及意見

從研究問卷的結果可知，使用者對於社區閱讀中心的專業環境設備十分滿意，但對於館員的專業程度及社區閱讀中心能夠提供的服務的得分相較來說並不高，這都影響了使用者是否願意提供建議以供社區閱讀中心進行改善。從服務品質的缺口模式來看，能否留住使用者，讓他們持續的運用這項資源，就看社區閱讀中心是否能夠符合他們的期望，若社區閱讀中心能夠主動提供使用者表達意見的管道，使用者能藉由這溝通的過程更加了解社區閱讀中心，這樣他們對於社區閱讀中心的再使用意願會更提升。

(3) 營造閱讀氣氛，打造書香環境，讓更多的使用者能夠將閱讀視為休閒活動

現代人多將電視、電腦、手機等 3C 產品視為放鬆身心的休閒活動，從問卷調查結果可知使用者到訪社區閱讀中心的目的主要為知的需求及自我成長需求，因此若能讓社區閱讀中心成為使用者可以滿足休閒需求及社會互動需求

的場所，這樣社區閱讀中心將更能滿足使用者的各項需求。

- (4) 深入社區推廣、增加志工參與，讓社區民眾知道社區閱讀中心所能提供的服務與資源

提供不同的管道讓社區居民對社區閱讀中心的了解有更多的了解，讓社區閱讀中心走入社區的方法之一就是邀請社區居民成為閱讀中心志工，藉由付出服務，讓志工們得到更多的收穫，成為社區閱讀中心的志工若能使他們獲得成就感，相信他們會成為社區閱讀中心的最佳宣傳大使。

2. 對後續研究的建議

- (1) 本研究對象為村東國小社區閱讀中心，若能將研究擴及彰化縣的社區閱讀中心或全國的社區閱讀中心，將更能了解閱讀推廣的情形。
- (2) 本研究為問卷調查法，利用經由統計分析了解使用情形，若後續研究能夠利用「質性」研究法進行深度訪談，或採用「質性」、「量性」並重的研究法，所得的結果將會更全面。

參考文獻

一、中文參考書目：

1. 張春興（2003）。教育心理學。台北：東華書局。

二、期刊、雜誌：

1. 沈如鳳（2012），科技大學圖書館服務品質缺口五之探討—以A科技大學為例，國立臺中技術學院學報，第16期，113-130頁。
2. 楊輝南（2012），公共性社區型圖書館之顧客滿意研究—以彰化縣F鄉立圖書館為例，建國科大理工期刊，第31期2卷，43-66頁。

三、論文：

1. 王虹雅（2013），服務創新、服務品質、消費者滿意度與消費者行為意圖關係之研究—以消費型展覽為例，中國文化大學觀光事業學系論文。
2. 林映辰（2016），國營金融機構服務品質、服務價值、與顧客滿意度及行為意向之相關研究—以嘉義地區郵局為例，南華大學企業管理學系管理科學碩博士班論文。
3. 朱啟陽（2016），服務品質對於客戶滿意度、忠誠度及重要度的影響分析-以工業用包裝袋為例，國立勤益科技大學工業工程與管理系論文。
4. 吳建祥（2015），文創觀光對遊客之吸引力、滿意度與重遊意願之研究—以北門遊客中心為例，南華大學文化創意事業管理學系文創行銷碩士班論文。
5. 周志冠（2010），台南市遊客觀光意象、滿意度與重遊意願關係之研究—以國定古蹟為例，立德大學休閒管理研究所論文。
6. 紀世宏（2016），文創燈節觀光意象、滿意度與重遊意願之研究—以鹽水月津港燈節為例，南華大學文化創意事業管理學系文創行銷碩士班論文。
7. 翁君菱（2014），博物館服務品質與觀眾滿意度研究—以國立臺灣歷史博物館為例，國立臺灣師範大學美術學系論文。

8. 孫愛華 (2015), 國中生之閱讀動機與閱讀行為之研究－以嘉義縣水上國中為例, 南華大學文化創意事業管理學系休閒產業碩士班論文。
9. 張添智 (2016), 日出糕餅業者活化閒置空間對顧客消費吸引力、滿意度與購買意願之影響－以台中宮原眼科為例, 南華大學文化創意事業管理學系文創行銷碩士班論文。
10. 張君莉 (2014), 國立高職學生對學校圖書館服務的滿意度研究－以雲林縣H高職為例, 南華大學文化創意事業管理學系論文。
11. 許登耀 (2016), 自行車騎乘者參與動機、滿意度與重遊意願之研究, 南華大學文化創意事業管理學系文創行銷碩士班論文。
12. 許鈺承 (2014), 體驗式行銷、顧客滿意度與行為意向之研究－以嘉義觀光景點為例, 南華大學企業管理系管理科學碩博士班論文。
13. 陳怡如 (2009), 國小推動閱讀活動關鍵成功因素之研究, 南華大學出版與文化事業管理研究所論文。
14. 黃光甫 (2016), 服務品質、價值與消費者行為意圖關係之研究：以文創皮件商品為例, 南華大學文化創意事業管理學系文創行銷碩士班論文。
15. 黃唯溱 (2016), 顧客滿意度、產品品質、服務品質及再購意願關聯性之探討, 國立臺北科技大學工業工程與管理系EMBA班論文。
16. 曾博彥 (2014), 遊客動漫涉入對主題樂園遊憩動機、滿意度與重遊意願之影響－以劍湖山世界為例, 南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班論文。
17. 楊進榮 (2015), 雲林縣國小高年級學童數位閱讀意向與行為研究－以北辰國小為例, 南華大學文化創意事業管理學系文創行銷碩士班論文。
18. 嶋田俊 (2013), 台南古蹟旅遊之觀光意象、滿意度與重遊意願關係之研究~以日本旅客為例, 南台科技大學休閒事業管理系論文。
19. 廖阡雅 (2014), 服務品質、知覺價值、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究－以美容SPA市場為例, 南華大學企業管理學系管理科學碩博士班論文。
20. 莊雅媚 (2016), 運用愛的書庫對兒童閱讀動機與閱讀行為之研究, 南華大學文化創意事業管理學系文創行銷碩士班論文。

21. 鄭美蓮 (2015), 從使用者角度評估公共圖書館之服務品質：以雲林縣L鄉立圖書館為例，南華大學文化創意事業管理學系文創行銷碩士班論文。
22. 賴盈存 (2014), 知覺價值、服務品質對顧客滿意度與顧客忠誠度影響之研究—以好市多量販店為例，南華大學企業管理學系管理科學碩博士班論文。
23. 謝莉伶 (2016), 顧客關係、產品品質、服務品質、價格與顧客滿意度和顧客忠誠度之相關性研究—以面板業為例，元智大學工業工程與管理學系論文。
24. 謝旻成 (2015), 國中生閱讀動機、閱讀行為與國文科學習成就之研究，南華大學文化創意事業管理學系休閒產業碩士班論文。
25. 鍾岳 (2014), 服務品質、產品品質、價格對顧客滿意度與顧客忠誠度之影響—以漫畫影音出租業為例，東吳大學企業管理學系論文。
26. 蘇慧芸 (2014), 連鎖餐廳服務品質、顧客滿意度、與再消費意願之研究—以巴沙諾瓦為例，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所論文。

四、其他：

1. 彰化縣政府教育處社會教育科 (2017)。彰化縣社區閱讀中心名冊。上網瀏覽日期：2017年2月2日，網址：
http://education.chcg.gov.tw/07other/other01_con.asp?topsn=378&data_id=11136
2. 教育部 (2012)。邁向學習社會白皮書。上網瀏覽日期：2017年2月2日。網址：<http://chiuphysics.cgu.edu.tw/yun-ju/CGUWeb/SciLearn/Introduction/intro02Education/LifeLearn/learnWhiteBook.htm>。
3. 教育部 (2013)。105年度施政目標與重點。上網瀏覽日期：2017年1月23日。網址：
<http://depart.moe.edu.tw/ED2100/News.aspx?n=B32992AF2BCEC98B&sms=8E6F0C08E17D8910>。

五、英文參考文獻：

1. Fornell, Claes (1992), "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish

- Experience,” Journal of Marketing, Vol.56, January, pp.6-21.
2. Miller, J.A. (1977), “Studying Satisfaction, Modifying Models, Eliciting Expectations, Posing Problems, and Making Meaningful Measurements,” Cambridge, Mass: Marketing Science Institute, pp. 72-91.
 3. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1994) . Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research, Journal of Marketing, 58, pp.111-124.
 4. Pritchard, M. P. (2003) , The attitudinal and behavioral consequences of destination performance, Tourism analysis, Vol. 8, No. 1, pp. 61-73.



附錄一

彰化縣各鄉鎮社區閱讀中心分布學校一覽表

編號	鄉鎮	學校	數量
1	彰化市	聯興國小、南郭國小、彰興國中、彰泰國中、中山國小、石牌國小、東芳國小、三民國小、大成國小、大竹國小、快官國小、南興國小、信義國中小	13
2	芬園鄉	文德國小、芬園國小、寶山國小、芬園國中、同安國小、茄荖國小、富山國小	7
3	花壇鄉	三春國小、華南國小、文祥國小、花壇國中、花壇國小、僑愛國小	6
4	和美鎮	培英國小、大嘉國小、和仁國小、新庄國小、大榮國小	5
5	線西鄉	線西國小、曉陽國小、線西國中	3
6	伸港鄉	大同國小、伸港國中、新港國小、伸東國小	4
7	鹿港鎮	新興國小、鹿港國中、草港國小、鹿港國小、鹿東國小、海埔國小、洛津國小	7
8	福興鄉	文昌國小、大興國小、日新國小、管嶼國小、西勢國小、育新國小	6
9	秀水鄉	陝西國小、華龍國小、馬興國小、育民國小	4
10	溪湖鎮	東溪國小、溪湖國小、媽厝國小、湖西國小、湖東國小、湖南國小、湖北國小	7
11	埔鹽鄉	新水國小、永樂國小、南港國小、大園國小、好修國小、天盛國小、埔鹽國小	7

彰化縣各鄉鎮社區閱讀中心分布學校一覽表（續）

編號	鄉鎮	學校	數量
12	埔心鄉	明聖國小、舊館國小、太平國小、鳳霞國小、埔心國小、梧鳳國小、埔心國中、羅厝國小	8
13	員林鎮	青山國小、育英國小、員林國小、僑信國小、東山國小、明湖國小、靜修國小、鏡明國小	8
14	大村鄉	村東國小、大村國中、村上國小、大西國小	4
15	永靖鄉	德興國小、福德國小、永靖國中、永興國小、永靖國小、福興國小	6
16	田中鎮	明禮國小、大安國小、東和國小、田中國小、新民國小、內安國小、三潭國小	7
17	社頭鄉	橋頭國小、朝興國小、清水國小、崙雅國小、湳雅國小、舊社國小、社頭國中、社頭國小	8
18	二水鄉	二水國中、復興國小、二水國小、源泉國小	4
19	北斗鎮	北斗國小、萬來國小、螺青國小、大新國小、螺陽國小、北斗國中	6
20	田尾鄉	南鎮國小、陸豐國小、仁豐國小	3
21	埤頭鄉	大湖國小、中和國小、埤頭國小、豐崙國小、芙朝國小、埤頭國中	6
22	溪州鄉	大莊國小、溪州國中、潮洋國小、圳寮國小、成功國小、溪州國小、溪陽國中、南州國小、水尾國小、三條國小、僑義國小	11

彰化縣各鄉鎮社區閱讀中心分布學校一覽表（續）

編號	鄉鎮	學校	數量
23	二林鎮	新生國小、育德國小、二林國小、萬興國小、萬興國中、二林高中、原斗國小、中正國小、萬合國小、中興國小、廣興國小、香田國小、興華國小、原斗國中	14
24	大城鄉	頂庄國小、潭墘國小、大城國小、西港國小、永光國小、美豐國小	6
25	竹塘鄉	田頭國小、長安國小、土庫國小、民靖國小	4
26	芳苑鄉	芳苑國小、漢寶國小、育華國小、建新國小、後寮國小、民權國小、路上國小、芳苑國中、草湖國小、草湖國中、王功國小、新寶國小	12
		總校數	176

資料來源：彰化縣政府教育處社會教育科

彰化縣村東國小社區閱讀中心使用情形之研究

親愛的使用者您好：

感謝您於百忙之中撥空填答此問卷，本問卷是想了解您使用社區閱讀中心的感受，及了解您對於社區閱讀中心的看法，請您依實際經驗回答下列問題。本研究所得資料僅作學術研究之用，敬請安心填答。

敬祝 平安健康

南華大學文化創意事業管理學系研究所

指導教授：洪林伯 博士

研究生：王敏卿 敬上

第一部份：基本資料（請在內勾選答案）

1. 性別：①男 ②女
2. 年齡：①10歲以下 ②11-20歲 ③21-30歲
④31-40歲 ⑤41-50歲 ⑥51-60歲 ⑦61歲以上
3. 婚姻狀況：①未婚 ②已婚（無小孩） ③已婚（有小孩） ④其他
4. 教育程度：①國小（含）以下 ②國中 ③高中
④大專 ⑤研究所以上
5. 職業：①學生 ②軍公教 ③服務業 ④工商業
⑤自由業 ⑥其他
6. 家庭平均每月所得：
①三萬以下 ②三~六萬 ③六~九萬 ④九萬以上
7. 您是否對閱讀活動感到興趣？①是 ②否 ③視情況而定
8. 您是否來過社區閱讀中心？①有 ②第一次
9. 您平均多久會造訪社區閱讀中心？①每週少於一次 ②每週1-2次 ③每週3-4次 ④每週5次以上 ⑤其他
10. 您每次停留的時間大約是：
①30分鐘以下 ②30分鐘~1小時 ③1~2小時 ④2小時以上

11. 請問您到社區閱讀中心時，最常與誰同去？

①獨自一人 ②家人 ③朋友（合同學、同事） ④其他

12. 您最常是什麼時間造訪： ①平日 ②假日

13. 您最常閱讀何種類型圖書：

①報章雜誌 ②書籍 ③自己的書 ④其他

第二部份：使用動機	非常不同意←→非常同意				
1. 我覺得在閱讀中心可以獲得許多的新資訊	1	2	3	4	5
2. 閱讀中心可以幫助我蒐集我需要的資料（工作資料、學習資料、保健資料……）	1	2	3	4	5
3. 閱讀本來就是我的興趣	1	2	3	4	5
4. 到閱讀中心可以打發閒暇時間	1	2	3	4	5
5. 在閱讀中心可以和他人分享閱讀的樂趣	1	2	3	4	5
6. 家人、朋友或老師希望我能常到閱讀中心	1	2	3	4	5
7. 在閱讀中心我能結交許多同好	1	2	3	4	5
8. 常到閱讀中心可以增進我的學習	1	2	3	4	5
9. 常到閱讀中心可以提升我的閱讀頻率	1	2	3	4	5
第三部份：滿意程度	非常不同意←→非常同意				
10. 閱讀中心的空間大小、規劃讓我覺得很滿意	1	2	3	4	5
11. 閱讀中心能夠提供我安靜的閱讀環境	1	2	3	4	5
12. 閱讀中心的燈光照明、環境佈置讓我覺得很滿意	1	2	3	4	5
13. 館員能以禮貌的態度為我服務	1	2	3	4	5
14. 館員能夠專業的回答我的問題	1	2	3	4	5
15. 與館員的互動過程讓我覺得很滿意	1	2	3	4	5
16. 閱讀中心的閱讀資源相當豐富，能滿足我的需求	1	2	3	4	5
17. 閱讀中心的開放時間能夠滿足我的需求	1	2	3	4	5

第三部份：滿意程度	非常不同意←→非常同意				
18. 閱讀中心舉辦的閱讀相關活動能滿足我的需求 (如：好書交換、書展、說故事……)	1	2	3	4	5
第四部份：再使用意願	非常不同意←→非常同意				
19. 我會願意再次到訪社區閱讀中心	1	2	3	4	5
20. 我願意將社區閱讀中心推薦給親朋好友	1	2	3	4	5
21. 如果有機會我會願意再參加社區閱讀中心所舉辦的活動	1	2	3	4	5
22. 我會與他人分享參加此次活動之經驗	1	2	3	4	5
23. 我會很樂意向社區閱讀中心提出改善之處	1	2	3	4	5

本問卷到此結束，請您確認有無漏填之題目，再次感謝您的協助！