

滿意度因素對淡江大學暑期游泳訓練班消費者 再購意願影響

The Effect of Satisfaction Dimensions on Customer Repurchasing Intention in TamKang University Summer Swimming Course

陳瑞辰 *Jui-Chen Chen*

淡江大學 體育事務處 助理教授

投稿日期：2017 年 12 月 3 日；接受日期：2018 年 4 月 25 日

摘要

目的：本研究以淡江大學暑期游泳訓練班之消費者為研究對象，調查不同背景消費者對游泳訓練班滿意度現況；比較不同背景消費者對滿意度之差異情形；再檢視游泳課程實際再購者之關鍵因素構面。**方法：**本研究以自編「淡江大學暑期游泳訓練班再購消費者滿意度調查問卷」為研究工具，於 2015 年 7 月 20 日至 8 月 28 日採合目標抽樣方式，進行問卷調查，回收有效問卷共 200 份，資料以描述性統計、獨立樣本 *t* 檢定、單因子變異數分析以及邏輯斯迴歸分析等統計方法進行分析。**結果：**一、消費者以距離泳池路程 6 至 10 分鐘、與家人同行參與的 8 至 9 歲女性居多；二、消費者對整體滿意度之評價為滿意偏向非常滿意的水準，尤以「教練教學」的解釋變異量百分比最高；三、不同性別、年齡、參與形式與路途時間對滿意度之評價具有顯著性差異；四、「服務積極性」構面對消費者再購意願具有關鍵性影響因素。最後，建議經營業者應改善軟硬體服務品質、強化教學效能、建置意見回饋系統、提供多樣化開課期程、增進教練與服務人員溝通技巧、實施策略化招生與課程費用方案，並以創造尊榮感服務為最終目標。

關鍵詞：滿意度、忠誠度、再購意願、邏輯斯迴歸

ABSTRACT

Purpose: The purpose of this study was to construct the factors of core dimensions which were the consumers most concern. Aimed to understanding the core factors, consolidating and enhancing the most important dimensions which were consumers concern who participated TamKang University summer swimming course. **Methods:** A self-designed questionnaire (TamKang University Summer Swimming Course Consumer Satisfaction who had Repurchased) as a tool. Of the total consumer sampling surveys conducted from July 20 to August 28, 2015, 200 valid surveys were retrieved through Purposeful Sampling (consumers had repurchased). PASW 18.0 statistics software was used to process and analyze the data, including descriptive statistics, *t*-test, one-way MANOVA, and logistic regression. **Results:** The study indicated that the features of most frequent participating consumer were 8-9 year old women, participating with family members, spent 6-10 minutes from swimming pool. The consumers' overall evaluation was slightly near very satisfying level, especially in factor of "coach teaching". There were significant differences in evaluation of satisfaction between gender, age, participatory form and spending time. "Service positivity" had a key influencing factor in repurchasing intention. Improving the quality of software and hardware services, strengthen the teaching effectiveness, building feedback system, proving a variety of start-up period, enhancing the communication skills on coaches and service staffs, implementing strategy programs of enrollment and course fees, and creating a sense of honor and glory for the service as the ultimate goal.

Keywords: Satisfaction, Loyalty, Repurchase Intention, Logistic Regression

壹、緒論

一、研究背景

消費者的實際再購行為是企業、公司、主辦單位永續經營的關鍵因素，亦是學界探究消費者再購行為傾向 (inclination to repurchase) 與存留行為 [實際再次接受服務之確定性因素 (affirmatory factors)] 的重要議題 (Colgate, Tong, Lee, & Farley, 2007; Oliver, 1980)。而過去涉及游泳訓練班學習動機 (learning motivation)、參與動機 (participative motivation)、滿意度 (satisfaction)、再購意願 (repurchase intention) 的研究主題，主要採取問卷調查法 (湯子葳、林靜萍, 2013)，並施以便利抽樣 (convenience sampling)，而調查之數據則以探索式因素分析 (詹正豐、高三福, 2004)、單因子變異數分析 (李福恩、林靖皓、黃茜梅, 2009; 葉景谷, 2012)、皮爾遜續差相關分析 (林國瑞、江澤群、李一聖、楊靜芳, 2000; 徐茂洲, 2010; 董燦、葉炳

煙, 2014), 以及多元逐步回歸分析(林瑞敏、曾聖文, 2013; 鄭政宗, 2009; 賴月霞、黃恆祥, 2015) 的統計分析技術, 來建構消費者滿意度因素構面、解釋變項間因果關係, 以及預測消費者的再購意願(黃泰盛, 2014)。而過去研究所進行的抽樣方法, 僅能針對消費者的再購意願進行預測; 與實際再購者所考量再次消費的因素仍有誤差。Carr(1999) 亦指出顧客的購買意向與實際購買行為仍有落差。因此, 本研究特別透過合目標抽樣(purposive sampling) 的方式, 針對實際再購者(曾參加過、今年重複報名) 進行調查, 以了解實際再購者真正所考量、重視的關鍵因素為何。

淡江大學暑期游泳訓練班自 2011 年 7 月起, 教學師資由原本的大學專任教師, 轉由為該校游泳運動代表隊之隊員擔任。經由該校游泳代表隊隊員擔任游泳訓練教練後, 遂進行教學課程內容的統整、整合與制定, 將原本大學專任教師教學內容自主的方式, 轉變為依據教育部游泳能力分級制度而設計的教學課程內容。為掌控場館人員乘載量與教學品質, 因此每一時段僅招收 60 位學生(6 歲以上 18 歲以下, 且身高 120 公分以上), 因此, 初始將學生分為六個班級(程度)(原則上 10 人一班), 分別為初一、初二、中一、中二、高一、高二等班級來進行教學。初一班級教學內容以熟悉水性、水中拾物、漂浮站立, 以及游泳呼吸法等為主要學習內容; 初二班級教學內容以捷式打水、划手、仰漂為主要學習內容; 中一班級教學內容以捷式換氣、仰式打水為主要學習內容; 中二班級教學內容以仰式划手、蛙式打水為主要學習內容; 高一班級教學內容以蛙式划手、蝶式打水為主要學習內容; 高二班級教學內容以蝶式划手、游泳訓練體驗為主要學習內容; 每期第十堂課進行游泳能力測驗、水上遊戲與趣味競賽為主要課程內容。開班宗旨以提供淡水區學童一個暑期運動休閒並附有寓教於樂的游泳課程, 讓學童獲得游泳能力、水域安全知識, 以及自我健康適能。2015 年 7 月適逢淡水國民運動中心正式對外招收暑期游泳訓練班學生, 而淡水國民運動中心的開幕, 勢必對淡江大學暑期游泳訓練班的招生造成衝擊。因此, 本研究試圖了解游泳訓練班實際再購行為消費者, 所考量的再購意願為何。該消費者的再購意願, 是游泳訓練班開班成敗最重要的關鍵因素。此外, 多數研究者亦指出, 要提升消費者的再購買意願, 必須不斷檢視課程環境所提供的滿意程度, 藉以了解消費者的細微感受程度, 以利經營單位不斷檢核並修正所提供的課程內容, 基此, 來建立公司、企業、經營者的競爭優勢(Bitner, 1990; Dabholkar, Shepherd, & Thorpe, 2000; Taylor & Todd, 1995)。

眾多研究指出, 游泳訓練班提供緊急求救鈴、均一(110 公分)水深、自動補氣加藥系統(洪國朕、陳瑞斌、高麗娟, 2014; 陳冠錦, 2002), 風險管理措施(Hsiao, 2007), 二位教師協同教學(徐承宗, 2004), 專業師資、專業教學態度、教學技巧講習、教學考核、自救教學(洪國朕等人, 2014; 黃泰盛, 2014; 鄭政宗, 2009), 科學化教學、樂趣化教學、個別差異化教學、顧

及弱勢、啟發誘導教學、新穎教材、寬敞課程空間、潔淨水質、乾淨衛浴、良好動線、明亮照明、主動關懷、安全衛浴設施、池邊排水系統、止滑地墊、適切分班、完整課程編排、完備客訴系統等因素，會提升顧客的滿意程度，以及再次消費的意願（林國瑞等人，2000；張育瑞、馬義傑，2009；張琇雲、王秀芳，2003；陳冠錦，2002；黃志騏等，2014）。此外，課程中帶入游泳技巧操作、競賽活動、讚許、獎賞（林瑞敏、曾聖文，2013；洪國朕等人，2014），自主操作、良性競爭（張琇雲、王秀芳，2003），檢定與證書發放（葉景谷，2012），行銷招生策略（徐茂洲，2010；黃泰盛，2014；Maehr & Nicholls, 1980），鼓勵家長參與游泳學習過程（Langendorfer, 2014），鼓勵家長參與游泳、提醒家長支持學童參與游泳（Pharr, Irwin, & Irwin, 2014），會增加學習者的參與動機。再者，經營管理單位宜強化軟體人員的服務品質（精神、態度、技巧、能力），縮短消費者等候服務的時間，並主動聯繫提供消費者相關產品與服務，創造主客間良好關係，對於消費者後續參與意願具有重要影響因素（李蕙貞、陳美芳，2010；陳明坤，2005；賴姍姍、王克武，2004；IBOJO, 2015；Taylor, 1994）。因此，本研究藉由瞭解實際再購消費者所呈現的滿意度核心關鍵因素（係指：消費者於淡江大學暑期游泳訓練班滿意度調查量表中，勾選過去曾經報名參加或今年暑假期間已重複報名之消費者特徵，並經邏輯斯迴歸分析而得出的構面因素），來探討游泳訓練班經營者所應重視的核心議題，藉以修正調整教學內容、經營模式以及服務人員的品質情形，爰此，穩固教學課程之信譽，提升參與者滿意度，並持續強化整體消費者之再購意願。

二、研究目的

依據以上論述，本研究之具體目的為：

- （一）瞭解消費者對游泳訓練班之滿意度現況情形。
- （二）比較不同人口統計變項之消費者對滿意度的差異情形。
- （三）游泳訓練班滿意度對再購意願之預測分析。

貳、方法

一、研究對象

行銷研究關注消費者忠誠度議題，而高程度的再購意願一直被認為是忠誠消費者所表現出來的忠誠行為（Oliver, 1980），然而，消費者的購買意向與其實際購買行為之間仍有差距（Carr, 1999）。因此，本研究係採合目標抽樣法，針對參加淡江大學 2015 年暑期游泳訓練班（係指：淡江大學於 2015 年 7 月 6 日至 8 月 28 日所開設之游泳訓練班，其訓練班課程內涵包含游泳教學、游泳訓練體驗與樂趣化水上活動）的消費者（過去曾參加過、今年重複報名），進行問卷調查。本研究施以二道防線，以符合研究目的。首先，抽樣第一步驟，透過游泳訓練班行政單位的報名資料庫，初步篩選出符合研究目的抽樣對象；第二步驟，為防範行政單位於學生紀錄過程的疏漏（登記學生為曾參

加過、今年重複報名，但實際上學生並非參加過與今年重複報名)，並基於自陳量表的抽樣宗旨（以研究參與者所填答的內容，為量表題項回答的真實資訊，並作為結果分析的依歸），以及考量邏輯斯迴歸分析的二分變項設計（量表題目包含不具有實際再購行為特徵的選項），遂讓研究參與者進行自陳量表的填答。因此，當問卷回收時，若研究參與者勾選不具備實際再購行為的特徵，即作為無效問卷處理，以符合研究抽樣目的。預試期間為 2015 年 7 月 6 日至 7 月 17 日，研究考量學生於填答過程中未能完整理解與確實回答問題，故同時針對學生與其家長進行問卷調查，現場填寫並回收，共發出 120 份問卷，回收有效問卷 108 份問卷，有效樣本率為 90%，資料以效度分析（項目分析、探索式因素分析）、信度分析（Cronbach's α ），預試量表皆達到良好信效度。正式問卷於 2015 年 7 月 20 日至 8 月 28 日進行調查，調查過程中排除預試階段重複填答之樣本，並針對學生與其家長進行問卷調查，現場填寫並回收，共發出 220 份問卷，回收有效問卷 200 份，有效樣本率為 90%。

二、研究工具

本研究參考 Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988)、詹正豐、高三福(2004)以及陳瑞辰、陳逸政、李欣靜(2011)等研究，組織顧客滿意度構面因素，形成淡江大學暑期游泳訓練班滿意度調查量表。該量表形成原因首先乃依據 Parasuraman, Zeithaml and Berry 三位學者所提出的服務品質衡量模式（SERVQUAL 量表）等五構面因素為基底；同時參考國內體育運動領域重要期刊、知名學者，以及同樣以暑期游泳班所發展出的消費者滿意度量表，作為構面因素參考的依據；同時參考與本研究探討議題、研究對象，以及研究變項相近文章的量表，作為調查量表形成的參考補充。同時提取三篇重要研究共同呈現，以及各自發展的構面因素與題目，形成本研究的預試調查量表，以符合本研究所欲探究的核心問題。本量表題目數經篩選後：「滿意度」量表共 36 題。量表再經項目分析（CR 值皆達顯著水準）、因素分析（採主成份分析法萃取特徵值大於 1 之因素，滿意度總量表萃取出 7 個因素，累積解釋變異量 75.36%），以及信度分析（整體滿意度的 Cronbach's α 係數為 .92；教練教學構面的 Cronbach's α 係數為 .92；服務可信性構面的 Cronbach's α 係數為 .89；費用硬體設施構面的 Cronbach's α 係數為 .88；服務積極性構面的 Cronbach's α 係數為 .84；行政便利性構面的 Cronbach's α 係數為 .70；服務細膩性構面的 Cronbach's α 係數為 .87；教學最適性構面的 Cronbach's α 係數為 .78。內部一致性 Cronbach's α 係數各因素之係數介於 .70~.92 之間）（如表 1）。顯示該量表具有良好的信度、效度。量表計分採用李克特五點量表予以計分根據受試者的反應從「非常滿意」、「滿意」、「無意見」、「不滿意」、「非常不滿意」分別 5、4、3、2、1 分。其得分愈高，表示滿意度愈高，反之愈低。

另外，根據本研究目的，採用邏輯斯迴歸分析，將影響消費者再購意願

視為依變項，並視其為二分之類別變項，以 1 表示不同意參加，2 表示同意參加，消費者滿意度量表視為自變項，以建構消費者參與之預測模式。

表 1
 游泳訓練班滿意度項目分析及信、效度分析

構面名稱	題項	取材量表	題數	CR 值	解釋變異量	Cronbach α
教練教學	教材適用程度			9.09		.92
	教練與學生間的溝通與互動			8.00		
	樂趣化教學情形	詹正豐、		8.82		
	教練與家長間的溝通與互動	高三福		8.68		
	教練的教學態度	(2004)	9	6.84	15.91	
	課程時間長短情形	陳瑞辰等人		10.92		
	教學環境的安全情形	(2011)		2.72		
	教學成效部份			7.65		
	教學器材的運用			9.18		
服務可信性	服務人員的可靠性情形			9.33		.89
	服務人員間共同協助的服務情形			9.09		
	服務人員的禮貌情形	Parasuraman		8.81		
	遇困難時服務人員的處理情形	et al. (1988)	6	8.58	14.46	
	服務人員因忙碌而無法即時幫助我	陳瑞辰等人		6.25		
	(2011)					
游泳池整體設施與維護情形			19.51			
費用硬體設施	泳池空氣品質情形			9.09		.88
	游泳動線規劃情形	詹正豐、		8.98		
	游泳置物櫃設施	高三福		6.56		
	課程費用的情形	(2004)	6	8.81	14.23	
	泳池環境衛生情形	陳瑞辰等人		8.12		
	泳池淋浴更衣設施	(2011)		8.00		

(續下頁)

構面名稱	題項	取材量表	題數	CR 值	解釋變異量	Cronbach α
服務積極性	及時獲得服務人員協助的情形	Parasuraman et al. (1988)	4	6.41	8.61	.84
	提供我個人化的服務情形	陳瑞辰等人 (2011)		3.49		
	服務人員主動瞭解我的需求情形			6.04		
	開課期程的合適情形			3.47		
行政便利性	報名程序便利性	詹正豐、高三福 (2004)	3	4.06	7.94	.70
	家長休息區情形			6.74		
	接洽人員在承諾時間內解決我的問題	Parasuraman et al. (1988)		9.24		
服務細膩性	停車便利情形		5	3.53	7.92	.87
	泳訓班的招生宣傳活動	Parasuraman et al. (1988)		7.09		
	服務人員保存客戶資料情形	陳瑞辰等人 (2011)		11.25		
	開課時段的情形			7.08		
教學最適性	服務人員服裝儀容情形		3	7.59	6.29	.78
	課程人數的安排			8.91		
	教學空間區域情形	陳瑞辰等人 (2011)		8.12		
	課程請假補課情形			2.46		
總量表					75.36	.92

三、資料處理

- (一) 採用 PASW 18.0 套裝軟體進行統計分析，並以 $\alpha = .05$ 為顯著水準進行統計考驗。
- (二) 描述性統計：檢視消費者特性及各變項的分佈情形。
- (三) 獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析：檢定不同人口統計變項消費者在滿意度各因素中的差異情形。
- (四) 邏輯斯迴歸分析：分析實際再購行為消費者所重視的關鍵因素情形。

參、結果

一、研究對象背景資料

本研究有效樣本如表 2 所示，受調查對象學生男性有 87 人 (43.5%)、女性 113 人 (56.5%)；學生年齡以 8-9 歲的學生居多 (41%)，其次依序為 10-11 歲 (28%)、6-7 歲 (22.5%)、12-13 歲 (8.5%) 的學生；參與形式以與家人同行參與 (39.5%)，其次為與朋友同行參與 (36.5%)；至泳池的路途時間以 6-10 分鐘為居多 (44.5%)，其次為 5 分鐘以內 (26.5%) 以及 11-15 分鐘 (17%)。

表 2

有效樣本背景變項次數分配表

背景變項	類別	人數 (N = 200 人)	百分比
學生性別	男	87	43.5
	女	113	56.5
學生年齡	6-7	45	22.5
	8-9	82	41.0
	10-11	56	28.0
	12-13	17	8.5
參與形式	個人獨自	48	24.0
	家人同行	79	39.5
	朋友同行	73	36.5
路途時間	5 分鐘以內	53	26.5
	6 分鐘-10 分鐘	89	44.5
	11 分鐘-15 分鐘	34	17.0
	16 分鐘-20 分鐘	14	7.0
	21 分鐘以上	10	5.0

二、游泳訓練班之消費者滿意度現況分析

游泳訓練班消費者滿意度現況分析如表 3 所示，消費者對整體滿意度之評價為滿意，平均數為 4.22，各構面滿意度之評價依序為「費用硬體設施」、「服務可信性」、「行政便利性」、「服務細膩性」、「教練教學」、「教學最適性」以及「服務積極性」，僅有「服務積極性」之評價 (3.39) 為普通偏向滿意的水準。經由解釋變異量百分比發現各因素構面依序為教練教學 (15.91)、服務可信性 (14.46)、費用硬體設施 (14.23)、服務積極性 (8.61)、行政便利性

(7.94)、服務細膩性 (7.92)、教學最適性 (6.29)，累積解釋變異量百分比達 75.36。

表 3

游泳訓練班消費者滿意度現況分析表

構面	題目	解釋變異量	構面平均	平均數	標準差
教練教學	教材適用程度	15.91	4.29	4.22	.66
	教練與學生間的溝通與互動			4.39	.62
	樂趣化教學情形			4.35	.53
	教練與家長間的溝通與互動			4.11	.73
	教練的教學態度			4.44	.62
	課程時間長短情形			4.20	.64
	教學環境的安全情形			4.27	.70
	教學成效部份			4.40	.68
服務可信性	教學器材的運用			4.27	.71
	服務人員的可靠性情形	14.46	4.43	4.41	.73
	服務人員間共同協助的服務情形			4.48	.63
	服務人員的禮貌情形			4.50	.63
	遇困難時服務人員的處理情形			4.42	.70
費用硬體設施	服務人員因忙碌而無法即時幫助我情形			4.28	.67
	游泳池整體設施與維護情形			4.52	.55
	泳池空氣品質情形			4.44	.63
	游泳動線規劃情形			4.43	.59
	課程費用情形	14.23	4.44	4.48	.58
	泳池置物櫃設施			4.38	.62
服務積極性	泳池環境衛生情形			4.49	.58
	泳池淋浴更衣設施			4.42	.62
	及時獲得服務人員協助的情形			3.61	1.40
	提供我個人化的服務情形			3.47	1.28
	服務人員主動瞭解我的需求情形	8.61	3.39	3.27	1.26
	開課期程的合適情形			3.23	1.32

(續下頁)

構面	題目	解釋變異量	構面平均	平均數	標準差
行政 便利性	報名程序便利性	7.94	4.37	4.30	.74
	家長休息區情形			4.42	.70
	接洽人員在承諾時間內解決我的問題情形			4.40	.66
服務 細膩性	停車便利情形	7.92	4.31	4.04	.83
	泳訓班的招生宣傳活動			4.15	.61
	服務人員保存客戶資料情形			4.41	.63
	開課時段的情形			4.41	.67
	服務人員服裝儀容情形			4.56	.55
教學 最適性	課程人數的安排	6.29	4.28	4.20	.72
	教學空間區域情形			4.48	.58
	課程請假補課情形			4.18	.88
整體		75.36		4.22	

三、不同背景變項對游泳訓練班滿意度之差異分析

(一) 不同性別對游泳訓練班滿意度之差異分析

經由調查結果(如表 4)發現不同性別對「教練教學」、「服務可信性」、「教學最適性」因素之 *t* 考驗分析有顯著差異存在，女性在三因素之評價顯著高於男性。

表 4

不同性別對游泳訓練班滿意度之 *t* 考驗分析摘要表

因素	平均數 標準差	男 (<i>n</i> = 87)	女 (<i>n</i> = 113)	<i>t</i> 值	P 值
教練教學	<i>M</i>	4.17	4.39	-3.02*	.00
	<i>SD</i>	.54	.47		
服務可信性	<i>M</i>	4.28	4.55	-3.63*	.00
	<i>SD</i>	.54	.49		
費用硬體設施	<i>M</i>	4.39	4.48	-1.30	.19
	<i>SD</i>	.41	.53		
服務積極性	<i>M</i>	3.38	3.40	-0.17	.86
	<i>SD</i>	.99	1.15		

(續下頁)

因素	平均數 標準差	男	女	t 值	P 值
		(n = 87)	(n = 113)		
行政便利性	M	4.36	4.38	-0.34	.73
	SD	.57	.55		
服務細膩性	M	4.28	4.34	-0.75	.45
	SD	.59	.44		
教學最適性	M	4.16	4.38	-2.44*	.01
	SD	.54	.66		

* $p < .05$ 。

(二) 不同年齡對游泳訓練班滿意度之差異分析

經由調查結果(如表 5)發現不同年齡學生對「教練教學」、「費用硬體設施」、「服務積極性」、「行政便利性」以及「教學最適性」因素之變異數分析有顯著差異存在。6-7 歲、10-11 歲在「教練教學」因素之評價顯著高於 8-9 歲、12-13 歲。10-11 歲在「費用硬體設施」因素之評價顯著高於 8-9 歲。8-9 歲、10-11 歲在「服務積極性」因素之評價顯著高於 6-7 歲。6-7 歲、10-11 歲在「行政便利性」因素之評價顯著高於 8-9 歲。6-7 歲、10-11 歲在「教學最適性」因素之評價顯著高於 8-9 歲、12-13 歲。

表 5

不同年齡對游泳訓練班滿意度變異數分析摘要表

構面	年 齡	6-7 歲	8-9 歲	10-11 歲	12-13 歲	F 值	事後 比較
		(a) (n = 45)	(b) (n = 82)	(c) (n = 56)	(d) (n = 17)		
教練	M	4.43	4.11	4.53	3.98	12.57*	a,c>b,d
教學	SD	.37	.49	.43	.68		
服務	M	4.48	4.38	4.52	4.21	1.83	
可信性	SD	.60	.54	.42	.53		
費用	M	4.51	4.29	4.57	4.45	4.50*	c>b
硬體設施	SD	.41	.47	.50	.42		
服務	M	2.88	3.44	3.72	3.38	5.41*	b,c>a
積極性	SD	1.43	.90	.99	.51		
行政	M	4.51	4.20	4.52	4.27	5.32*	a,c>b
便利性	SD	.42	.58	.41	.85		

(續下頁)

構面	年齡	6-7 歲	8-9 歲	10-11 歲	12-13 歲	F 值	事後比較
		(a) (n = 45)	(b) (n = 82)	(c) (n = 56)	(d) (n = 17)		
服務細膩性	M	4.42	4.26	4.37	4.09	2.26	
	SD	.47	.56	.36	.72		
教學最適性	M	4.59	4.02	4.49	4.03	13.84*	a,c>b,d
	SD	.44	.66	.50	.53		

* $p < .05$ 。

(三) 不同參與形式對游泳訓練班滿意度之差異分析

經由調查結果(如表 6)發現不同參與形式對「服務可信性」、「費用硬體設施」、「服務積極性」以及「服務細膩性」因素之變異數分析有顯著差異存在。家人同行、朋友同行在「服務可信性」因素之評價顯著高於個人獨自。家人同行在「費用硬體設施」因素之評價顯著高於個人獨自。不同參與形式在「服務積極性」因素之評價無事後比較；家人同行在「服務細膩性」因素之評價顯著高於朋友同行的使用形式。

表 6

不同參與形式對游泳訓練班滿意度變異數分析摘要表

構面	參與形式	個人獨自	家人同行	朋友同行	F 值	事後比較
		(a) (n = 48)	(b) (n = 79)	(c) (n = 73)		
教練教學	M	4.25	4.31	4.30	.28	
	SD	.43	.49	.59		
服務可信性	M	4.24	4.49	4.50	4.47*	b,c>a
	SD	.63	.42	.55		
費用硬體設施	M	4.24	4.59	4.41	8.42*	b>a
	SD	.46	.44	.49		
服務積極性	M	3.73	3.32	3.25	3.29	無
	SD	.84	1.19	1.07		
行政便利性	M	4.48	4.40	4.27	2.12	
	SD	.41	.58	.61		
服務細膩性	M	4.30	4.42	4.21	3.32*	b>c
	SD	.53	.52	.48		
教學最適性	M	4.22	4.24	4.38	1.34	
	SD	.45	.69	.63		

* $p < .05$ 。

(四) 不同路途時間對游泳訓練班滿意度之差異分析

經由調查結果(如表 7)發現不同路途時間對「教練教學」、「服務可信性」、「費用硬體設施」、「服務積極性」、「行政便利性」以及「服務細膩性」因素之變異數分析有顯著差異存在。6 分鐘-10 分鐘、16 分鐘-20 分鐘在「教練教學」因素之評價顯著高於 21 分鐘以上的學生。此外, 16 分鐘-20 分鐘在「教練教學」因素之評價顯著高於 11 分鐘-15 分鐘的學生。5 分鐘以內、11 分鐘-15 分鐘在「服務可信性」因素之評價顯著高於 21 分鐘以上的學生。5 分鐘以內、6 分鐘-10 分鐘、11 分鐘-15 分鐘、16 分鐘-20 分鐘在「費用硬體設施」因素之評價顯著高於 21 分鐘以上的學生。16 分鐘-20 分鐘在「服務積極性」因素之評價顯著高於 5 分鐘以內、6 分鐘-10 分鐘、11 分鐘-15 分鐘的學生。11 分鐘-15 分鐘、16 分鐘-20 分鐘在「行政便利性」因素之評價顯著高於 21 分鐘以上的學生。16 分鐘-20 分鐘在「服務細膩性」因素之評價顯著高於 5 分鐘以內、6 分鐘-10 分鐘、11 分鐘-15 分鐘、21 分鐘以上的學生。

表 7

不同路途時間對游泳訓練班滿意度變異數分析摘要表

構面	路途時間	5 分鐘以內(a) (n = 53)	6 分鐘-10 分鐘(b) (n = 89)	11 分鐘-15 分鐘(c) (n = 34)	16 分鐘-20 分鐘(d) (n = 14)	21 分鐘以上(e) (n = 10)	F 值	事後比較
教練教學	M	4.28	4.33	4.18	4.73	3.79	6.13*	b,d>e, d>c
	SD	.59	.50	.38	.28	.17		
服務可信性	M	4.56	4.37	4.63	4.23	3.92	5.57*	a,c>e
	SD	.49	.58	.27	.63	.26		
費用硬體設施	M	4.50	4.42	4.51	4.62	3.83	5.29*	a,b,c, d>e
	SD	.49	.49	.43	.30	.18		
服務積極性	M	3.27	3.24	3.43	4.55	3.62	5.16*	d>a,b, c
	SD	1.35	.95	.95	.62	.40		
行政便利性	M	4.31	4.39	4.49	4.57	3.83	3.51*	c,d>e
	SD	.66	.55	.35	.33	.53		
服務細膩性	M	4.32	4.29	4.19	5.00	3.90	9.88*	d>a,b, c,e
	SD	.57	.50	.36	.00	.32		
教學最適性	M	4.27	4.34	4.26	4.36	4.00	.87	
	SD	.84	.49	.56	.50	.70		

* $p < .05$ 。

四、游泳訓練班滿意度對再購意願之預測分析

茲將游泳訓練班滿意度對再購意願之邏輯斯迴歸分析結果摘錄，如表 8 所示。本研究以強迫輸入法 (enter) 進行分析，針對七個自變項所建立影響再購意願之預測迴歸模型，其整體模式顯著性考驗 $\chi^2 = 15.25 (p < .05)$ ，達顯著水準；Hosmer-Lemeshow 檢定值為 11.89 ($p > .05$)，未達顯著水準，表示七個自變項所建立之迴歸模式適配度良好，亦即自變項可以有效預測依變項。此外，Cox-Snell R^2 與 Nagelkerke R^2 關聯強度值分別為 .073 與 .098，顯示投入的七個自變項與依變項間具有中高強度的關聯。再者，預測迴歸模型進行預測分類時其整體正確的分類百分比為 65%，表示所建立的邏輯斯迴歸模式具有中高水準的整體適配性。消費者再購意願預測因素中，「服務積極性」因素達顯著水準 ($p < .05$)。由於「服務積極性」之勝數比 (odds ratio) 大於 1，故該因素為正向影響因素，亦即當「服務積極性」之影響因素得分提高，則消費者再購意願相對增加。此外，將「服務積極性」視為服務滿意度之重要因素的消費者，其再購的意願則是未將其作為考量因素之消費者的 1.7 倍。

表 8

游泳訓練班滿意度對再購意願之邏輯斯迴歸分析摘要表

預測變項	β 係數	標準誤	勝數比
常數	-2.20*	1.59	0.00
教練教學	-0.32	0.48	0.72
服務可信性	0.07	0.34	1.08
費用硬體設施	0.06	0.45	1.07
服務積極性	0.53*	0.15	1.70
行政便利性	0.16	0.43	1.18
服務細膩性	-0.03	0.44	0.96
教學最適性	0.14	0.36	1.16

整體模式適配度檢定 $\chi^2 = 15.25^*$

Hosmer-Lemeshow 檢定值 = 11.89 (n.s.)

註：* $p < .05$; n.s. $p > .05$ 。

由表 8 邏輯斯迴歸分析得知，納入之預測變項為「服務積極性」。因此，「服務積極性」為主要影響消費者再購意願之主要關鍵影響因素，依據統計結果，其最佳邏輯斯迴歸模式如下：

$$\text{Prob (願意參與)} = \frac{e^{-2.20 + (.53) * \text{服務積極性}}}{1 + e^{-2.20 + (.53) * \text{服務積極性}}}$$

肆、結論與建議

一、綜合討論

(一) 游泳訓練班之消費者參與情形探討

透過合目標抽樣針對重複報名或曾經參加淡江大學暑期游泳訓練班的消費者進行調查，發現男性與女性學童之比例接近百分之 50，尤以女性略高於男性 13% 個百分點。結果與黃泰盛(2014)、葉景谷(2012)、陳瑞辰等人(2011)之研究結果相異，各研究者之性別比例區間尤以男性略高於女性 3.4% 至 8% 個百分點。結果雖然相異於各研究者，但其結果之性別比例皆趨近於百分之 50。顯示今日少子化的社會環境之中，男性與女性學童皆有學習游泳的機會(張振國，2008)。

年齡結構以 8-9 歲佔最多數 (41%)，其次為 10-11 歲 (28%) 以及 6-7 歲 (22.5%) 的學童。結果符合學者劉兆達、林德隆、陳和睦 (2005)、張振國 (2008) 所指出游泳教學應以國小學童為對象，以符合教育部推動之游泳能力政策目標，此外，更應以 8-9 歲的學童為重點推廣與培訓對象。賴月霞、黃恆祥 (2015) 亦指出，學童於胎兒期間已有游泳本能，因此，游泳的學習應越早越好，建議適合學習游泳的年齡宜向下擴展至 9 歲學童。再者，根據學習敏感期與學習準備期文獻，以及研究模式的結果，發現最適合學習正式游泳課程的年齡介於 5-7 歲之間 (Anderson & Rodriguez, 2014)。然而根據教育部泳起來專案計畫發現，我國僅訂定國小畢業生 (12 歲) 達到 15 公尺的游泳能力 (教育部，2010)，與澳洲國小學生畢業游泳能力標準 (1.安全執行打樁式入水，並能離開深水區；2.仰躺腳尖向前搖櫓；3.可捲起身體旋轉，並將臉部保持於水面之上；4.以正確技巧游 50 公尺捷泳；5.以正確技巧游 50 公尺仰泳；6.以正確技巧游 25 公尺救生仰泳；7.以正確技巧游 15 公尺蛙泳；8.以剪式踢水游 10 公尺側泳；9.穿著泳衣、短褲、短袖上衣進行 2 分鐘搖櫓、漂浮、採水，進行 3 分鐘慢泳並於每分鐘變換救生划水；10.使用開放式助浮器漂浮 1 分鐘；11.應用水面潛水於水中游泳，並將水中物體復原至考生的高度；12.執行蹲踞式跳水；13.拋擲浮具至 5 公尺外的夥伴，並指示夥伴踢水回岸邊；14.回答危險水域環境相關問題) 相差甚遠 (Franklin et al., 2015)。因此，根據結果與文獻發現 9 歲以下至 5 歲的學童為學習敏感期，政府與民間單位應大力推廣與提供正式游泳學習課程，以提升我國學童游泳能力，降低溺水機率，趕上先進國家學童的游泳能力水準。

參與形式結構以家人同行 (39.5%) 與朋友同行 (36.5%) 佔多數，個人獨自參與則佔少數 (24%)。與陳瑞辰等人 (2011) 調查以個人參與 (53%) 之結果相異。而與葉為谷、張崇人 (2015) 調查以同學或朋友一同參與之結果相類似。參與形式以與他人同行參與居多，顯示未來報名策略可針對幾人同行以上則享有優惠的促銷活動 (陳瑞辰等人，2011)。或可實施直系血親一同

報名享有優惠的促銷策略。

前往泳池的路途時間以 6-10 分鐘為多數 (44.5 %)，其次為 5 分鐘以內 (26.5 %)。與陳瑞辰等人 (2011) 調查 10 分鐘以內佔多數 (78 %) 相類似。學校周邊居民皆是經營單位的潛在客源，顧客更會以路程距離來做為是否報名參加的考量因素，路程若超過 30 分鐘則多數消費者不會考慮報名參加 (林國瑞等人，2000；黃泰盛，2014)。因此，針對調查之結果經營單位可鎖定行車路程 10 分鐘以內的區域，作為主要行銷宣傳的範圍 (陳瑞辰等人，2011)。

(二) 游泳訓練班之消費者滿意度探討

根據調查發現游泳訓練班滿意度之「教練教學」因素構面的解釋變異量最高，顯示該因素內涵的教學環境安全性、教練教學態度、樂趣化教學、課程時間安排、教材適用與有效運用、教練學生家長三方溝通，以及教學成效，是消費者相當重視的因素構面。研究者指出，游泳訓練班聘請合格游泳教練與救生員，並重視教學安全 (詹正豐、高三福，2004)，實施二位教練的協同合作教學 (徐承宗，2004)，編入水中自救教學 (未著泳鏡並於水中開眼 3-5 秒教學法) (洪國朕等人，2014；陳冠錦，2002)，認真教學態度、良好教練學生家長三方溝通、系統課程秩序、清晰講解示範、進度落後補救教學、啟發誘導教學 (張琇雲、王秀芳，2003)，鼓勵家長積極參與並瞭解學童的游泳學習過程 (Langendorfer, 2014)，甚至鼓勵家長一同參與游泳或提醒家長鼓勵該學童參與游泳 (Pharr et al., 2014)，對於提升游泳教學品質、參與動機與滿意度，具有關鍵影響因素。此外，透過完善的薪酬制度，建置年資加級與招生獎金等獎勵機制，並辦理教學技巧講習 (水中技巧、師資技能、課堂語言等) 及教學考核等措施，將可提升教練之教學態度，間接提升消費者的滿意度 (洪國朕等人，2014；黃泰盛，2014；鄭政宗，2009)。另外，課程中帶入熟練的技巧操作 (sport mastery)、運動競賽 (competitive ability)、讚許 (social approval)、遊戲 (game)、自主操作、良性競爭，成果檢定與發放證書，會增加學童游泳課程參與的動機 (洪國朕等人，2014；徐茂洲，2010；張琇雲、王秀芳，2003；葉景谷，2012；Maehr & Nicholls, 1980)。此外，細緻的分班，以及完整的課程編排與銜接，皆是提升再次消費的關鍵因素 (林國瑞等人，2000)。再者，Hsiao (2007) 指出游泳池的安全管理措施，可透過完善的風險管理政策來進行補強，而淡江大學暑期游泳訓練班在課程安全上特別額外安排四位救生員，共同戒護教學課程的安全事宜。於教練教學態度養成部分，係經過一個月的培訓期程與十天的實習期程，來陶冶游泳教練的精神態度。樂趣化教學部分，課程結構統一於各期第十堂課排入遊戲、班級內與班級間等趣味競賽，以提供學童樂趣化課程內容。於課程時間安排部分，首先排入 10 分鐘的律動暖身操與靜態伸展操，再實施 70 分鐘的水中教學課程，最後以 10 分鐘進行遊戲、檢討、展演與回饋。於教材適用與運用部分，依據各學童的游泳能力，選用適才的教學輔具，其中包括小浮片、小浮板、小浮球、

控制板、計時器、控制杯等器材。於師、生、親等三方的溝通互動部分，於每堂課程結束後或上課前，皆要求該班教練主動向各家長說明該學童的學習狀況，並傾聽學童或家長的學習需求。教學成效部分，經營單位會於課程實施的中段期間，瞭解各班級學童的吸收進步情形，從中瞭解學習成效與學習瓶頸，適時召開教學討論會議，提供多元教學方法，以利教練教學與學童的學習吸收情形。

第二個形成因素的構面為「服務可信性」，其構面內涵包括服務人員的可靠性、共同協助情形、禮貌態度情形、困難處理情形、無法即時獲得協助情形，以及泳池整體設施與維護情形。顯示，消費者接受服務人員服務時的信心程度、服務人員的親切態度，會影響消費者的正向感受(詹正豐、高三福，2004)。因此，基於服務品質為企業永續經營的基石，經營管理單位應將顧客至上理念內化於服務人員的根本價值，以建立以客為尊的優質企業文化，並塑造優良服務品質，藉以增加消費者利益與服務品質認知程度(李元宏，2013)。

第三個形成因素的構面為「費用硬體設施」，顯示，課程費用、淋浴更衣與置物櫃設施、動線規劃、環境衛生與空氣品質皆會影響消費者的滿意度感受情形。李蕙貞，陳美芳(2010)指出泳訓班的收費價格是否能夠提供消費者同等或更高的產品品質感受，將影響消費者的滿意度情形。而淡江大學將課程費用訂定為1期2,500元(共10天，1天80分鐘)，報名2期以上者，每期2,250元；賴月霞、黃恆祥(2015)亦指出更衣間、吹風機數量的不足，盥洗環境排水性不良場地濕滑等因素，易導致學童換洗時的爭搶與危險意外發生的可能性，因此，對於滿意度亦具有影響性。而淡江大學淋浴間設施採乾濕分離設計，提供消費者乾爽的更衣環境，梳洗區亦提供鏡面與免投幣式吹風機設施，提供消費者無額外負擔的設備；置物櫃則提供免投幣式的大型密碼櫃，提供消費者使用的便利性；陳冠錦(2002)、詹正豐、高三福(2004)亦指出淋浴間、更衣室、廁所與地板的整潔，以及止滑地墊的鋪設，會影響消費者的正向感受情形；而淡江大學於泳池環境衛生清潔部分，委由外包廠商，提供全日清潔服務，以提供消費者潔淨的學習環境；動線規劃部分，首先將學生引進更衣盥洗室，再將學生引進清洗腳底的水池，以利腳底污垢的清除，於動線路程中皆鋪設止滑排水地墊，以防學生不慎跌倒的發生；另外，泳池設置於游泳館四樓，其通風皆以左右二面開窗方式，將室外空氣引進，產生自然風的對流，再者，五樓看台區設置除溼空調箱、環繞式風管設施，將盛夏的熱空氣吸入，並導入戶外的自然風，再將熱能引入熱泵熱水器系統，以提供池水加溫與浴室沖洗熱水之用。

第四個形成因素的構面為「服務積極性」，顯示，服務人員主動探詢並提供消費者個人化服務，以及提供合適的泳訓班課程期程，亦為重要因素。黃志騏等人(2014)指出可增設客訴投遞信箱，以及線上意見諮詢系統，來提供多管道的消費者意見收集系統。而淡江大學游泳訓練班服務人員主要位於

三樓櫃檯處，課程過程中服務人員會主動前往五樓家長休息區，詢問並了解家長意見與需求，再將該訊息傳遞給該班教練，以維護並提升教學品質，但經由構面平均數得知消費者評價為普通偏向滿意的水準，顯然經營單位在主動瞭解消費者需求部分有待加強；淡江泳訓班開課期程以十天為一期（週一至週五），第一期 7/6~7/17、第二期 7/20~7/31、第三期 8/3~8/14、第四期 8/17~8/28，並未提供其他選項，例如：五天為一期（週一至週五）、週末班（週六至週日）等多樣化方案，因此，消費者的滿意度評價僅為普通的水準，顯然應該增加更多選項的開課期程，以利消費者擁有更多的課程期程選擇。

第五個形成因素的構面為「行政便利性」，顯示消費者報名時的便利性，以及家長休息區品質狀況，將影響消費者的滿意度感受情形。詹正豐、高三福（2004）指出提供消費者報名與繳費手續的便利性，並提供乾淨、寬敞、視野佳的家長休息區，將會影響消費者的正向感受情形。而淡江大學游泳班報名手續自 104 年 6 月 8 日起（週一至週五，08:30 - 16:30），至游泳館櫃檯辦理登記報名手續；於游泳館五樓設置泳訓班家長休息區，區域範圍內提供固定座椅與活動摺疊椅，並提供大型電風扇以利通風與散熱，此外，更設置緊急狀況求救鈴裝置，用以提醒教練或救生員危險事件發生時的急救行動。洪國朕等（2014）亦指出提供家長緊急反應求救鈴，對於提升游泳教學品質與消費者滿意度，乃具有關鍵影響因素。

第六個形成因素的構面為「服務細膩性」，顯示消費者對於課程的招生宣傳、時段選擇，以及停車便利性，皆是影響消費者滿意度評價的因素。黃泰盛（2014）指出，泳訓班的招生宣傳活動，例如：夾報、宣傳單、外牆廣告等行銷策略，對於招生成效與消費者感受度具有影響效果。淡江大學游泳訓練班的招生活動，乃透過鄰近小學的行政單位與家長會，針對家長與學生進行宣傳單的發放，並將招生訊息放置於網頁上；開課時段共區分四個時段，包括 A 時段（8:30~9:50）、B 時段（10:10~11:30）、C 時段（13:30~14:50）與 D 時段（15:10~16:30）；游泳館門口提供臨時上下車停車空間，周邊則提供免費機車停車空間，以提供優質的接送品質環境。

第七個形成因素的構面為「教學最適性」。顯示班級內人數、游泳教學空間與學生請假補課等因素，會影響消費者的滿意度感受情形。詹正豐、高三福（2004）指出停課、補課（颱風因素）規畫與執行的合宜性，將會影響消費者的滿意度感官程度。淡江大學泳訓班單一班級人數上限訂為 9 人；教學水道與教職員生使用水道區隔開，教學使用空間區域以第一、二、三、四水道（50 公尺）優先使用，並依據學生能力與班級所需教學空間，來調整教學水道的長度，單一班級教學空間最長可使用 50 公尺，符合各階段能力學生的課程使用空間；課程費用退費機制乃依據教育部「大學辦理推廣教育計畫審查要點」及本部行事曆辦理，消費者自報名繳費後至開班上課日前申請退費者，退還已繳費用之九成，自開班上課日起算未逾全期 1/3 申請退費者，例

如：第一期 104/7/6~104/7/17 需於 104/7/8 前辦理退費，尚可退還已繳費用之半數，開班上課時間已過全期 1/3 者，不予退還，開班不成，全額退費，停課機制乃依據人事行政局之公告(颱風等天然災害)，並於當期星期六進行補課，不予退費，缺課與請假則均不予補課與退費。

(三) 不同背景變項消費者對游泳訓練班滿意度差異分析探討

根據調查結果發現女性消費者在「教練教學」、「服務可信性」、「教學最適性」構面因素顯著滿意於男性，顯示男性消費者在孩童的游泳教學成效、學習成果，以及游泳能力、自救能力等的要求普遍高於女性(李福恩等人，2009)。黃泰盛(2014)卻指出男性消費者在游泳參與態度、學習成果普遍高於女性，滿意程度亦高於女性，與本研究結果相異。董燊、葉炳煙(2014)則指出國小不同性別的學童，在學習成效部分未達顯著差異，導因於國小學童的學習認知發展相當，以及教練未區分學童性別，直接針對該學童的游泳動作技能來進行教學。

六至七歲、十至十一歲的學生在「教練教學」、「費用硬體設施」、「行政便利性」、「教學最適性」構面因素顯著不滿意於八至九歲、十二至十三歲的學生，顯示三、四、七、八年級的學生在滿意度感受度較低。賴月霞、黃恆祥(2015)指出年齡越大的學生越有自我的意見與看法，容易不聽使喚，教學上更需帶入高誘因的技巧與活動，才能引起大朋友的興趣。

與家人或朋友同行參與泳訓班的學生在「服務可信性」、「費用硬體設施」構面因素顯著滿意於個人獨自參與泳訓班的學生。因為，與同學一同參與游泳課程，經由課程中的遊戲、運動內容、技巧學習與同儕互動，最能夠感受到同儕一同運動的樂趣，進而提升滿意度感受程度與後續參與的動機(楊孟華、侯堂盛，2013)。此外，Smith(2003)亦指出游泳課程的學習情境，能夠提供學童間互動的機會，以及人際相處的機會，而人際關係正確的發展，對於學童的自我價值、道德認知、情緒控制與後續學習動機具有重要影響性。至泳池路途時間 20 分鐘以內之消費者在「教練教學」、「服務可信性」、「費用硬體設施」、「行政便利性」、「服務細膩性」構面因素顯著滿意於路途時間 21 分鐘以內之消費者。因為，消費者以離家近路途短為選擇泳訓班第二考量，若路途時間超過 20 分鐘，其滿意度評價則較低，路途時間若超過 30 分鐘則多數消費者不考慮報名參加(陳瑞辰等人，2011；黃泰盛，2014)。

(四) 游泳訓練班消費者滿意度對再購意願之預測分析探討

經由邏輯斯迴歸分析發現「服務積極性」構面因素，對消費者再購意願具有正向影響因素。當消費者在「服務積極性」構面因素評價為高度滿意時，則會增加 1.7 倍再購意願的可能性。因此，經營單位尤需針對「服務積極性」構面因素內涵(提供個人化服務、主動瞭解需求、及時給予協助、開課期程適宜性)進行強化，來提高消費者再購意願的機率。是故，「服務積極性」為首要提升品質目標的核心構面因素。Taylor(1994)指出當消費者知覺等候服

務的時間愈長，則消費者對於經營單位整體的服務評價則愈低。經營單位對於消費者應該主動創造恩惠，以建立雙方良好的關係 (IBOJO, 2015)。相較於過去探究游泳訓練班再購意願利用典型相關分析發現，服務品質量表的關懷性構面因素會影響整體顧客滿意度，再透過多元迴歸分析發現，顧客滿意度量表的軟體設施構面因素是影響消費者再購意願的主要因素 (陳瑞辰等, 2011)。此外，行政服務乃至於，服務人員與救生人員的敬業精神、態度親切、承諾負責、作業純熟、耐心傾聽、細心解說以及突發狀況處理能力，是顯著影響消費者後續參與意願的重要因素 (李蕙貞、陳美芳, 2010; 陳明坤, 2005; 賴姍姍、王克武, 2004)。再者，經營管理單位若能夠將消費者的抱怨與困境處理得當，並讓消費者獲得更加優化的服務內容，對於消費者後續再購意願有正向影響 (Colgate et al., 2007)。再度印證服務人員是否能夠主動瞭解消費者需求，並提供消費者個人化服務，甚至教練的教學態度、溝通互動與教材教法能否符合消費者需要，是影響消費者滿意度與重複消費行為的重要因子。詹正豐、高三福 (2004) 亦指出，服務人員在消費者報名過程或遭遇困難時，主動提供優質服務與協助，會影響消費者的正向感受。此外，服務人員應養成主動、積極與關懷的服務行動，藉以提供特別貼心的服務，將可提升顧客滿意度，並滿足顧客的需求，再者，顧客高度滿意是影響能否永續經營的關鍵因素之一，因此，業者宜設立服務作業流程、現場處理流程與方法，並經由教育訓練培養服務人員以客為尊的服務態度，使服務人員了解顧客的心理需求，以此提供具備尊榮感的服務內容 (高榮傑、柯伶玫、蘇鴻賓, 2015; 羅鴻仁、呂明鴻、鄭桂玫, 2012)。另外，經營業者亦可建立具備款待學 (hospitality) 與客製化 (customization) 服務元素的品質內容，來提升消費者的滿意度知覺程度 (李元宏, 2013)。最後，核心構面因素的有效落實與發揮，不僅能夠提高再購意願，亦將使現有消費者成為經營單位行銷宣傳與招生的最佳利器 (張育瑞、馬義傑, 2009; 黃泰盛, 2014; 詹正豐、高三福, 2004; Bitner, 1990)。

二、建議

(一) 實務方面

1. 提供多選項期程，創造尊榮感服務

於目前課程選項當中，增設更多開課期程，例如：五天一期 (週一至週五) 與週末班 (週六至週日) 等多樣化課程服務選項；建立標準服務作業流程、現場問題處理流程與消費者意見處理方法，再針對服務人員積極度部分，實施教育訓練深根款待學 (hospitality) (尊重消費者與服務人員的各方差異、自發而非勉強的服務、配合消費者心境的真心款待) 與客製化 (customization) (達成消費者專屬性的需求) 服務元素於服務人員的工作價值，提升其主動積極態度，誘發其主動尋找與解決消費者需求的能力，並以提供消費者尊榮服務品質為最終

目標，藉以創造資方、勞方、客方三利的關鍵再購要素。

2. 強化教學品質，增進溝通技巧

經營單位應於職前與職中辦理教學技巧講習會，邀請大學游泳專長教授、運動中心游泳課程規劃經理等，傳授與分享游泳教學的手勢、動作步驟、輔助姿勢、口語技巧、課程編排、教材應用、樂趣教學、分班要點與風險管理政策。於課程中視實際情形（學生專注能力較差時）調整為二位教師的協同教學，亦可帶入自救教學、游泳競賽與趣味遊戲，並進行教學成效考核，以及招生、晉升、年資等獎勵措施，來提升教學成效；教練、學生、家長三方的密切溝通需持續提升，亦可透過服務人員的主動關心與探詢，將家長需求與想法提供給教練做為課程內容操作與編排的參考，以符合消費者的客製化需求。

3. 改善軟體設施，建置意見回饋系統

重視服務人員的訓練、考核機制，以及服務完整性（如：報名、繳費手續的便利性；停課、補課告知的完整性），務必確實完成對消費者所承諾的事務，而管理單位亦須盡到監督之責；增設消費者意見投遞信箱、線上意見回饋系統等措施，來廣納消費者真實、直接且及時的寶貴建議。

4. 升級硬體設施，策略化招生與課程費用

更換老舊硬體設施（淋浴間、更衣室、吹風機、脫水機、止滑墊、廁所板件等），汰換壞損教學器材（浮球、浮板、浮片、蛙鞋、控制板等），提供舒適、整潔、涼爽、良好視野的家長休息區與家長緊急反應求救鈴，並設置學童接送安全空間與課程免費停車服務；透過夾報、網站、家長會、宣傳單、外牆廣告、電子郵件等方式進行招生宣傳活動，並針對不同連續報名期數的消費者，進行策略性折扣，以此提升消費者正向感受程度。

（二）學術方面

未來研究的抽樣範圍可擴及其它地區的暑期游泳訓練班、游泳營等，來進行大範圍的調查；問卷編製可加入質的方法，藉由訪談實際工作者（經營管理者、游泳教練、服務人員等）、消費者（實際再購行為的消費者、無實際再購行為的消費者）、學者專家等，來形成量表；問卷調查過程中可輔以質性訪談方法，藉由訪談資料與問卷調查所得的資料，進行量化資料與質化資料的印證與探討。

參考文獻

- 李元宏 (2013)。室內溫水游泳池服務品質、服務價值與滿意度關係之研究。
運動研究, 22 (2), 69-79。 doi: 10.6141/TW-SRDA-AF010006-1
- 李蕙貞、陳美芳 (2010)。游泳訓練班學員參與動機與滿意度對後續參與意願

- 之研究。**休閒運動期刊**，**9**，25-34。 doi: 10.29909/IWCMAT.201007.0005
- 李福恩、林靖皓、黃茜梅 (2009)。游泳教學班家長參與動機之研究。**休閒事業研究**，**7** (4)，29-39。
- 林國瑞、江澤群、李一聖、楊靜芳 (2000)。台北市立體育學院推廣教育非學分班(游泳訓練班)之教學及服務品質調查研究。**北體學報**，**8**，129-145。
doi: 10.6624/PCCUJKS.2012.14
- 林瑞敏、曾聖文 (2013)。學習動機、游泳教學對休閒運動態度之影響：以苗栗縣國小學童游泳學習為例。**運動休閒餐旅研究**，**8** (3)，85-113。 doi: 10.29429/JSLHR.201309_8(3).05
- 洪國朕、陳瑞斌、高麗娟 (2014)。日本游泳教學法的比較與分析。**身體文化學報**，**18**，137-178。
- 徐承宗 (2004)。從學生溺水事件談起—國小游泳運動的推行與教學。**師友月刊**，**448**，56-59。 doi: 10.6437/EM.200410.0056
- 徐茂洲 (2010)。家長參與游泳教學班動機、滿意度之研究。**休閒保健期刊**，**3**，163-175。 doi: 10.29686/LHW.201006.0017
- 高榮傑、柯伶玫、蘇鴻賓 (2015)。臺中市游泳池消費者行為之研究—以池冠游泳學校為例。**興大體育學刊**，**14**，37-49。
- 張育瑞、馬義傑 (2009)。安全的游泳教學環境與風險管理。**管理實務與理論研究**，**3** (1)，155-162。 doi: 10.29916/JMPP.200903.0009
- 張振國 (2008)。公立學校暑假游泳學習營滿意度之研究-以國立鳳山高級商工職業學校為例(未出版之碩士論文)。國立高雄應用科技大學，高雄市。
- 張琇雲、王秀芳 (2003)。學齡兒童游泳教學樂趣化之探討—以捷式為例。**屏東體育**，**7**，151-167。
- 教育部 (2010)。冰起來專案—提升學生游泳能力檢測合格率及游泳池新改建行動方案。臺北市：作者。
- 陳明坤 (2005)。游泳訓練班學員家長參與動機對滿意度與後續參與意願之影響的研究(未出版之碩士論文)。國立臺灣體育學院，臺中市。
- 陳冠錦 (2002)。從「提昇學生游泳能力中程計畫」至落實學校游泳教學的具體措施。**中華體育**，**16** (1)，129-136。 doi: 10.6833/CJCU.2014.00141
- 陳瑞辰、陳逸政、李欣靜 (2011)。淡江大學暑期游泳訓練班服務品質、顧客滿意度與再購意願之研究。**淡江體育**，**14**，38-53。 doi: 10.6976/TJP.201111.0038
- 湯子葳、林靜萍 (2013)。臺灣游泳教學之文獻分析。**靜宜體育**，**7**，15-27。
doi: 10.6731/TPCC_proceedings.003b-002-R5-00012115
- 黃志騏、郭妍麟、楊啟文、蔡貴蘭、鍾任翔、陳志福 (2014)。營利性公辦民營游泳池之顧客滿意度研究—以國立臺北教育大學泳健館為例。**國北教大體育**，**8**，11-20。 doi: 10.6842/NCTU.2009.00248

- 黃泰盛 (2014)。暑期游泳班教學滿意度對學習成效之研究。嘉大體育健康休閒期刊, 13 (1), 78-88。 doi: 10.6731/TPCC_proceedings.003b-002-R3-00020032
- 楊孟華、侯堂盛 (2013)。嘉義市國小學童游泳課的運動樂趣與學習滿意度之研究。運動知識學報, 10, 91-105。
- 葉為谷、張崇人 (2015)。游泳學習者參與行為及學習動機之研究。亞洲高齡全人健康及產業發展期刊, 4, 37-53。
- 葉景谷 (2012)。游泳學童參與行為和學習動機之研究。休閒保健, 7, 19-30。 doi: 10.29686/LHW.201206.0003
- 董榮、葉炳煙 (2014)。國小學童游泳課學習策略與學習成效之研究。國立金門大學學報, 4, 93-104。
- 詹正豐、高三福 (2004)。暑期游泳推廣教育消費者滿意度構面之發展：以中原大學為例。體育學報, 36, 157-168。 doi: 10.6843/NTHU.2006.00336
- 劉兆達、林德隆、陳和睦 (2005)。學生游泳能力調查：以國民中學擁有游泳池學校為例。大專體育學刊, 7 (4), 87-96。
- 鄭政宗 (2009)。影響游泳教練教學態度與工作意願之研究。智慧科技與應用統計學報, 7 (2), 63-80。 doi: 10.29807/JTITAS.200912.0005
- 賴月霞、黃恆祥 (2015)。基隆市國小高年級學童游泳學習動機與滿意度之研究。運動健康休閒學報, 6, 196-208。
- 賴姍姍、王克武 (2004)。消費者滿意度與忠誠度之研究-以游泳訓練班兒童家長為例。嶺東體育學刊, 3, 67-82。
- 羅鴻仁、呂明鴻、鄭桂玫 (2012)。台中市鄉村游泳池俱樂部服務品質與顧客滿意度之研究。休閒事業研究, 10 (4), 88-99。
- Akter, S., D'Ambra, J., & Ray, P. (2011). An evaluation of PLS based complex models: the roles of power analysis, predictive relevance and GoF index. *Proceedings of the 17th Americas Conference on Information Systems* (pp. 1-7). Detroit, USA: Association for Information Systems.
- American College of Sports Medicine (2006). *ACSM's Guidelines for exercise testing and prescription* (7th ed.). Baltimore, MD: Lippincott Williams & Wilkins.
- Belloc, N. B., & Breslow, L. (1972). Relationship of physical health status and health practices. *Preventive Medicine, 1*(3), 409-421. doi: 10.1016/0091-7435(72)90014-X
- Berger, B. G., & Molt, R. (2001). Physical activity and quality of life. In R. N. Singer, H. A. Hausenblas & C. M. Janelle (Eds.), *Handbook of sport psychology* (pp. 636-671). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Bock, G. W., Zmud, R. W., Kim, Y. G., & Lee, J. N. (2005). Behavioral intention

formation in knowledge sharing: examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate. *MIS Quarterly*, 29(1), 87. doi: 10.2307/25148669

- Boisseau, N., Vera-Perez, S., & Poortmans, J. (2005). Food and fluid intake in adolescent female judo athletes before competition. *Pediatric Exercise Science* 17(1), 62-71. doi: 10.1123/pes.17.1.62
- Bollen, K. A., & Stine, R. A. (1992). Bootstrapping goodness-of-fit measures in structural equation models. *Sociological Methods and Research*, 21(2), 205-229. doi: 10.1177/0049124192021002004
- Charlotte, A., Schoenborn, M. P. H., & Patricia, F. A. (2010). Health behaviors of adults: united states, 2005-2007. *National Center for Health Statistics*, 10(245).
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295-236). London: Lawrence.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Eler, S. (2016). Effects of short term camp periods on aerobic and anaerobic performance parameters in ice hockey national team athletes. *International Journal of Environmental & Science Education*, 11(5), 937-977. doi: 10.7575/aiac.ijkss.v.4n.2p.36
- Ferrans, C. E., & Powers, M. J. (1985). Quality of life index: Development and psychometric properties. *Advances in Nursing Science*, 8(1), 15-24. doi: 10.1097/00012272-198510000-00005
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39. doi: 10.2307/3151312
- Franchini, E., Del Vecchio, F. B., Matsushigue, K. A., & Artioli, G. G. (2011). Physiological profiles of elite judo athletes. *Sports Medicine*, 41(2), 147-166. doi: 10.2165/11538580-000000000-00000
- Friedkin, N. E. (2010). The attitude-behavior linkage in behavioral cascades. *Social Psychology Quarterly*, 73(2), 196-213. doi: 10.1177/0190272510369661
- Grandner, M. A. (2017). Sleep and obesity risk in adults: possible mechanisms; contextual factors; and implications for research, intervention, and policy. *Sleep Health*, 3(5), 393-400. doi: 10.1016/j.sleh.2017.07.014
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152. doi: 10.2753/MTP1069-6679190202

- Harris, A., Gundersen, H., Mørk-Andreassen, P., Thun, E., Bjorvatn, B., & Pallesen, S. (2015). Restricted use of electronic media, sleep, performance, and mood in high school athletes- a randomized trial. *Sleep Health, 1*(4), 314-321. doi: 10.1016/j.sleh.2015.09.011
- Henseler, J., Ringle, C. R., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least square path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing, 20*(1), 277-319.
- Kant, A. K. (2004). Dietary patterns and health outcome. *Journal of the American Dietetic Association, 104*(4), 615-635. doi: 10.1016/j.jada.2004.01.010
- Książek, A., Karpała, J., & Słowińska-Lisowska, M. (2017). An evaluation of diets in the polish national judo team during the pre-competition weight loss period. *Arch Budo 2017, 13*, 101-106.
- Lee, J. -H., & Scott, D. (2006). For better or worse? A structural model of the benefits and costs associated with recreational specialization. *Leisure Sciences, 28*(1), 17-38. doi: 10.1080/01490400590962461
- Maestu, J., Jurimae, J., & Jurimae, T. (2005). Monitoring of performance and training in rowing. *Sports Medicine, 35*(7), 597-617. doi: 10.2165/00007256-200535070-00005
- Mah, C. D., Mah, K. E., Kezirian, E. J., & Dement, W. C. (2011). The effects of sleep extension on the athletic performance of collegiate basketball players. *Sleep, 34*(7), 943-950. doi: 10.5665/SLEEP.1132
- Perlis, M. L., Aloia, M., & Kuhn, B. (2011). *Behavioral treatments for sleep disorders: A comprehensive primer of behavioral sleep medicine interventions* (1st Ed.). London, UK: Academic Press.
- Rogozkin, V. A. (2000). Weightlifting and power events. In R. J. Maughan (Ed.), *Nutrition in sport* (pp. 621-631). New York, NY: Blackwell Science.
- Silva, A. M., Fields, D. A., Heymsfield, S. B., & Sardinha, L. B. (2011). Relationship between changes in total-body water and fluid distribution with maximal forearm strength in elite judo athletes. *The Journal of Strength and Conditioning Research, 25*(9), 2488-2495. doi: 10.1519/JSC.0b013e3181fb3dfb
- Silva, A. M., Fields, D. A., Heymsfield, S. B., & Sardinha, L. B. (2010). Body composition and power changes in elite judo athletes. *International Journal of Sports Medicine, 31*(10), 737-741. doi: 10.1055/s-0030-1255115
- Tartar, J. L., Fins, A. I., Lopez, A., Sierra, L. A., Silverman, S. A., Thomas, S. V., Craddock, T. J. A. (2015). Sleep restriction and delayed sleep associate with psychological health and biomarkers of stress and inflammation in women.

Sleep Health, 1(4), 249-256. doi: 10.1016/j.sleh.2015.09.007

Thun, E., Bjorvatn, B., Flo, E., Harris, A., & Pallesen, S. (2015). Sleep, circadian rhythms, and athletic performance [Psychological review]. *Sleep Medicine Reviews*, 23, 1-9. doi: 10.1016/j.smrv.2014.11.003