運動休閒管理學報 第十六卷 第三期 1-31 頁 民國一〇八年九月 DOI:10.6214/JSRM.201909_16(3).0001
Journal of Sport and Recreation Management, 2019, Vol. 16, No. 3, 1-31 ISSN：1815-4093

淡水區暑期游泳訓練班課程滿意度與再購意願之研究
─以量化為主質化為輔之研究取徑

The Study of Satisfaction and Repurchase Intention for Summer Swimming Training Classes in Tamsui Area ─ Quantity and Quality as Research Approaches

陳凱智 *Kai-Chih Chen*
淡江大學 體育事務處 講師
李俞麟 *Yu-Lin Lee*
國立臺北商業大學 體育室 副教授
陳瑞辰* *Jui-Chen Chen*
淡江大學 體育事務處 副教授
投稿日期：2019 年 8 月 5 日；接受日期：2019 年 9 月 26 日

摘要

本研究目的以淡水區暑期游泳訓練班學員為對象，探討研究對象參與特徵，以及課程滿意度現況；比較不同背景變項對課程滿意度的差異情形；探究課程滿意度對再購意願的預測情形。透過量化為主、質化為輔的研究方法，量化以自編問卷量表，於 2016 年 7 月 18 日至 8 月 26 日採隨機抽樣方式調查，有效問卷 391 份，資料再以描述統計、t 檢定、單因子變異數分析、多元逐步迴歸分析進行分析。質化以自編訪談題綱，於 8 月 26 日採合目標抽樣方式，進行焦點團體訪談。結果發現：一、研究對象以距離教學場所 6-10 分鐘、個人獨自參與、9-11 歲的男性學員為主要特徵；二、滿意度整體評價為滿意，各構面評價依序為教學成效與溝通、櫃檯人員品質、空氣水質與衛生、救生人員品質、課程制度與盥洗環境、請假補課與緊急鈴、招生宣傳與報名、費用交通與停車；三、不同性別、參與身分、參與形式的學員在滿意度評價具有顯著差異；四、「費用交通與停車」構面因素對再購意願影響力最大。結論：師資與教學因素是過去影響再購意願的主要因素，然而於今日的社會經濟環境之下，顧客考量報名費用成為影響其再購意願的主要因素。因此，建議建立嚴謹的定價策略與策略性的優惠活動折扣；系統性優化師資與教學內容，提供多樣化水域教學活動體驗，並增加家長溝通資訊傳遞時間。

關鍵字：多元逐步迴歸、焦點團體訪談

通訊作者： 陳瑞辰 TEL：02-26230985 Email：138500@mail.tku.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this study was to discuss the present situation of curriculum satisfaction, compared the differences on curriculum satisfaction under different demographic variables, explored the prediction of repurchase intention via crriculum satisfaction variable. Quantitative study was surveyed by Random Sampling. A self-designed questionnaire was used to survey the variables on July 18 to August 26, 2016. The 391 valid questionnaires were analyzed by descriptive statistics, *t*-test , one-way ANOVA, and multiple stepwise regression analysis. Qualitative study was surveyed by purposive sampling. A self-designed interview outlines was used for focus group interview on August 26. Results: The study were indicated as: (1) Objects characteristics were 6-10 minutes from the teaching place, individual involved alone, and male student from 9-11 year old. (2) Overall satisfaction evaluation was satisfaction, dimensions scored sort to teaching effectiveness and communication, counter staff quality, water-air quality and sanitation, life-saving quality, curriculum system and shower environment, make up classes and emergency bell, publicity and registration, cost-distance and parking. (3) Customers between different gender, identity of participation and participation form had significantly differences on satisfaction variable. (4) “Cost-distance and parking” dimension had the most significantly influence on the repurchase intention. Conclusion: Teacher and teaching dimension was the main factor which influenced repurchase intention in the past, however in today's socio-economic environment, the main factor affecting repurchase intention was registration fee. Therefore, the suggestions as following: (1) Establishing a rigorous pricing strategy and strategic discounts. (2) Systematic optimizing teacher and teaching content, providing a variety of experiences on water teaching activities, and increasing the communication time with parents.

Keywords: Multiple Stepwise Regression Analysis, Focus Group Interview.

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（葉景谷，2012）、皮爾遜績差相關分析（徐茂洲，2010；董燊、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、分析變項間因果關係，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）進行質性的訪談調查，以了解實際再購者真正所考量、重視的關鍵因素為何。

行銷學大師 Kotler 與 Keller (2012) 指出企業欲求於該產業中獲得長期的成功，有賴於企業與顧客取得一個強而緊密的連結。反觀游泳訓練班教學領域，欲求有效經營游泳訓練班，經營業者亦須了解顧客對於產品或服務的滿意度情形（李蕙貞、陳美芳、陳仁精，2009）。因為，滿意度情形直接影響顧客的消費行為意向，當顧客擁有正向的消費行為意向時，對業者的產品或服務即產生正面的評價，顧客會提高再次購買的意願，不僅願意付出額外的費用來購買產品或服務，還願意將產品與服務推薦給親朋好友，對業者而言能夠保留現有顧客，亦可獲得免費的行銷管道（徐茂洲，2010；黃泰盛，2014）。Reichheld 與 Sasser (1990) 更指出業者如果透過高評價的滿意度水準，進而保留 5%的現有顧客，則可創造接近 100%的利潤收益。因此，顧客滿意度的提高將可為業者省下成本、創造利潤，並建立良好口碑及業者強勢價格能力 (Reichheld & Teal, 2001)。然而某些證據顯示顧客於品牌忠誠度水準已逐漸下降，並關注於產品價格與產品品質的性價比，導致業者對於顧客購後的感受情形日趨重視 (Muller, 1991)。顧客期望理論 (customer expectation theory) 亦指出顧客滿意的形成乃是經由顧客於購買前對產品所下的態度，以及購買後對產品所體驗的實質感受之相互關係 (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1993)。是故，業者若欲求成功的經營結果，則需致力於顧客滿意度的調查，經由研究了解顧客對產品的知覺情形、需求、慾望，進而提出改善方案，拉近產品品質與顧客需求的差距（gap），產生高度的滿意度評價，並提高顧客再次購買產品的行為，創造永續經營的榮景 (Gerson, 1999)。

臺灣屬於海島型國家，四面環海，暑假期間是全民進入游泳學習的旺季，家長父母紛紛安排學童的游泳學習課程，渴望學童能夠在暑期游泳訓練班中獲得適能提升、發育生長、氣喘改善、人際互動、正向情緒、泳技提升、水域危險認知，更能夠符合「提升學生游泳能力」的國家重要教育政策（朱嘉華，2008；洪國朕、陳瑞斌、高麗娟，2014；教育部，2009；葉為谷、張崇人，2015；Tanaka et al., 1997; Wallace, 2006）。然而學員學得滿意，將產生再

次學習的行為，亦可持續提升學生游泳能力，不僅符合國家提升學生游泳能力政策，更可降低學生溺斃的機率，因此，探討再購意願議題，對於提升學生游泳能力、降低溺斃率與符合國家教育政策有其必要性。暑期游泳訓練班過去研究背景變項的探討包括：性別、年齡、參與身分、參與形式，以及前往路途時間等。其中發現以男性佔 51.7%至 56.7%，略高於女性 1.7 至 6.7 個百分比（李蕙貞、陳美芳，2010；李蕙貞等，2009；陳明坤，2006；陳瑞辰、陳逸政、李欣靜，2011；黃泰盛，2014；葉景谷，2012）。男性學員亦在滿意度（場地設備、課程內容、教師教學、學習成果等因素）評價部分顯著性高於女性學員（陳明坤，2006；黃泰盛，2014；賴月霞、黃恆祥，2015）；學員年齡分布情形以 11 歲以下為主，其中又以 10 至 11 歲的學童佔多數（李蕙貞、陳美芳，2010；李蕙貞等，2009；陳瑞辰等，2011；黃泰盛，2014；葉景谷，2012）。12 歲學童的學習滿意度、學習樂趣、學習情境之評價，亦顯著性高於 11 歲的學童（楊孟華、侯堂盛，2013；賴月霞、黃恆祥，2015）；參與身分則以學生或一般民眾佔多數（陳瑞辰等，2011；黃泰盛，2014）。此外，學生對於服務品質與教學滿意度之評價，顯著性高於社會人士之評價（黃泰盛，2014）；參與形式以個人或同學朋友同行參與佔多數（陳瑞辰等，2011；葉為谷、張崇人，2015）。楊孟華與侯堂盛（2013）亦指出同儕間一同學習游泳，會增加游泳學習的動機與樂趣；前往路途時間則以 10 分鐘至 20 分鐘為主要通勤時間（許家榮，2002；陳瑞辰等，2011）。因此，上述五個變項乃為影響學員感受課程滿意度的重要因素之一。

過去研究調查對象包括二類，第一類為學員，其年齡層多以 10 歲以上作為研究的抽樣對象，而滿意度變項的「教練教學」與「課程安排」因素為評價最高的構面，顯示學員對於游泳教練的教學方法、人格特質、精神態度與課程內容編排最為滿意（黃泰盛，2014；楊孟華、侯堂盛，2013；詹正豐、高三福，2004；賴月霞、黃恆祥，2015）；另一類調查對象為學員家長，導因於部分研究者為考量泳訓班學員的問卷填答文字理解能力，將抽樣對象設定為學員家長，以求問卷填答的有效性，而結果發現學員家長評價最滿意的因素構面為「教練教學與課程規劃」，顯示教練的教學態度、教學技巧、口語表達、課程進度與課程內容安排，為學員家長最為滿意的部分（李蕙貞、陳美芳，2010；李蕙貞等，2009；徐茂洲，2010；陳明坤，2005；陳瑞辰等，2011；詹正豐、高三福，2004；賴姍姍、王克武，2004）。暑期泳訓班經營單位應同時重視學員與學員家長的滿意度情形，可透過課程末段時間的水中遊戲提升學員的學習樂趣，亦可透過課後教練與家長的溝通時間，解答家長課程疑惑與滿足家長進度需求，以利學員樂於學習，家長鼓勵持續學習，進而產生學員的再購意願（林保源，1997；侯堂盛、楊孟華，2014；黃泰盛，2014；楊孟華、侯堂盛，2013）。

當主流媒體持續宣傳學習游泳可讓孩童獲得健康、泳技、水域安全與通

過學校測驗時，「社會需求」因素構面將對家長後續再購意願產生影響（陳明坤，2005）；而滿意度變項中的「教學與課程」、「軟體設施」等因素構面對再購意願具有影響，表示教學場域中的教練為主要影響再購意願的關鍵，例如教練對於課程內容的掌控程度、教學器材的運用情形、教學技巧的指導情形，以及師生的溝通解惑能力是影響學員再購意願的主要因素（李蕙貞、陳美芳，2010；陳瑞辰、陳逸政、李欣靜，2011）。黃泰盛（2014）亦指出師資課程優良是學員選擇報名參加的主要考量因素，而教學品質亦對再購意願具有影響力；此外，教學場地的水質清潔度、課程報名費用、教學安全與行政服務等因素，亦是學員家長報名泳訓班的考量因素（李蕙貞、陳美芳、陳仁精，2009；鄭順璁，2001）。因此，在人員面向、場地面向與行銷面向，對於學員的再購意願具有影響力。

過去暑期泳訓班相關研究以量化的問卷調查法為主要研究方法，未曾透過質性的訪談調查法來進行研究（黃泰盛，2014）。暑期游泳訓練班若能夠輔以質性訪談學員家長的研究方式，則更可有效地了解學員之滿意度感受情形，提供與協助經營單位研擬提升學員滿意度之方案（陳瑞辰等，2011；陳瑞辰，2018）；此外，透過焦點團體訪談更可以測量消費者對於服務或產品的滿意程度（王文科、王智弘，1999）。因此，本研究有別於過去的研究對象與方法。對象部分針對學員（學員年齡 18 歲以上）以及學員家長（學員年齡 17 歲以下）進行調查，以求獲得更有效度的調查結果；量表形成部分，本研究透過多位專家的焦點團體訪談來形成量表的結構，以求調查面向更具效力；研究方法部分，透過量（問卷調查）為主、質（焦點團體訪談）為輔的方式，來獲得兼具廣度與深度的研究結果，以求研究結果能夠反應現階段游泳訓練班學員再購意願最主要的考量因素，並提供業者做為經營與管理的因應之道。

二、研究目的

依據以上論述，本研究之具體目的為：

（一）瞭解淡水地區游泳訓練班學員的背景分布情形。

（二）瞭解淡水地區游泳訓練班學員對課程滿意度的評價情形。

（三）比較不同人口統計變項之游泳訓練班學員對課程滿意度的差異情形。

（四）探討淡水地區游泳訓練班學員課程滿意度對再購意願的預測情形。

（五）透過質性訪談調查與量化量表調查，二者交叉分析與討論，以探討淡水地區游泳訓練班學員的課程滿意度與再購意願情形。

貳、研究方法

一、研究對象

本研究係採隨機抽樣法，針對參加新北市淡水國民運動中心暑期游泳夏令營，以及淡江大學暑期游泳訓練班的學員（學員年齡 18 歲以上）與學員家

長（學員年齡 17 歲以下），進行問卷調查。預試期間為 2016 年 7 月 11 日至 7 月 16 日（第一期），母群體人數為 347，透過線上亂數產生器產生抽樣號碼，共發出 140 份問卷，回收有效問卷 128 份問卷，有效樣本率為 91%，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 2016 年 7 月 25 日至 29 日（第二期）、8 月 8 日至 12 日（第三期）、8 月 22 日至 26 日（第四期）進行調查，第二至第四期母群體人數分別為 373、350、230，各期皆由線上亂數產生器產生抽樣號碼，第二至第四期各發出 150 份問卷，共發出 450 份問卷，回收問卷加以編碼，並刪除明顯反應心向（response sets）之問卷，回收有效問卷 391 份，有效樣本率為 87%；焦點團體訪談於 2016 年 8 月 26 日進行，研究對象採焦點團體訪談適用的合目標抽樣（Purposive sampling）進行樣本的選取（王文科、王智弘，1999），依據樣本消費特性包括續報、退費、換班、請假、投訴等五類，因此，為求訪談對象具備代表性特質，從上述五類特性的消費者，每一特性選取一位樣本，共計五位家長參與訪談。

二、研究工具

Kim, Bae and Lee (2016) 透過理論的探討以及訪談（受訪者針對健身中心，各種硬體設施的重要性情形進行描述，形成滿意度範圍），形成滿意度量表。王文科、王智弘（1999）亦指出焦點團體訪談有助於問卷、量表的發展。因此，本研究滿意度量表以顧客期望理論（customer expectation theory）做為理論基礎 (Zeithaml et al., 1993)，再購意願量表以重複購買、推薦他人購買為構面基礎 (Kotler & Keller, 2012)，並參考詹正豐、高三福（2004），陳瑞辰等（2011），以及陳瑞辰、陳逸政、李俞麟（2014）等研究，形成游泳訓練班學員滿意度與再購意願之量表與 52 個題項（人口統計變項包括 8 題項、滿意度量表包括 42 題項、再購意願量表包括 2 題項），再透過焦點團體訪談的方式（訪談成員包括 8 位游泳教練、1 位救生人員與 1 位櫃台行政人員），針對調查量表的構面與題項進行半結構式的討論。訪談主要內容，請受訪者以自身工作、職務內容、學員需求等立場，以游泳訓練班學員滿意度與再購意願調查問卷為基礎，提出游泳訓練班調查問卷應含括的調查內容。訪談過程中廣納正向與負向建議，藉以刪除、增加與修飾調查題項。訪談過程中受訪者認為調查家長性別、年齡與本研究的目的較無相關，此外，家長月收入部分屬於個人高度隱私性問題，並涉及個人自尊，因此，將家長性別、年齡與月收入等三題刪除；在滿意度量表部分主要討論救生人員和櫃檯人員的專業性、人員數量等題項，受訪者認為已調查救生人員和櫃檯人員的工作態度、及時提供救生與行政需求等題項，應已涉及專業性、人員數量的內涵，因此，將救生人員和櫃檯人員的專業性、人員數量等四題刪除。形成淡水地區暑期游泳訓練班課程滿意度與再購意願預試量表，預試量表經項目分析、因素分析與信度分析，皆達到良好信效度水準，無須刪除題項，最後形成正式量表。

正式量表題目數經篩選後：「滿意度」量表共 38 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 8 個因素，累積解釋變異量 65.08%），以及信度分析（整體課程滿意度的 Cronbach's α 係數為 .95；教學成效與溝通構面的 Cronbach's α 係數為 .91；招生宣傳與報名構面的 Cronbach's α 係數為 .87；救生人員品質構面的 Cronbach's α 係數為 .83；課程制度與盥洗環境構面的 Cronbach's α 係數為 .77；請假補課與緊急鈴構面的 Cronbach's α 係數為 .75；空氣水質與衛生構面的 Cronbach's α 係數為 .82；櫃檯人員品質構面的 Cronbach's α 係數為 .80；費用交通與停車的 Cronbach's α 係數為 .77。內部一致性 Cronbach's α 係數各因素之係數介於 .75 ~ .91 之間）。「再購意願」量表共 2 題。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（同意）」、「滿意（同意）」、「無意見」、「不滿意（同意）」、「非常不滿意（同意）」分別 5、4、3、2、1 分。其得分愈高，表示滿意度愈高，反之愈低。

質性研究是透過半結構式焦點團體訪談方式進行資料的蒐集，訪談題綱係參考游泳訓練班相關研究，題綱內容包括：（一）請問您對於游泳教學的感受情形，請針對任何感受情形，例如器材、安全、進度、態度、溝通、成效、教法等面向，進行討論；（二）請問您對於櫃檯人員的感受情形；（三）請問您對於救生人員的感受情形；（四）請問您對於硬體設施的感受情形，例如水質、泳池、浴廁、休息區等面向，進行討論；（五）請問您對於課程制度的感受情形，例如時段、時間、人數、請假、補課等面向，進行討論；（六）請問您對於報名程序的感受情形；（七）請問您對於課程費用的感受情形；（八）請問您對於停車便利的感受情形；（九）請問您對於招生宣傳的感受情形。訪談過程中請受訪者依據自我真實的感受，自由地提出游泳訓練班的缺失或應改善的面向。訪談題綱信、效度部分，首先將訪談題綱送請熟諳游泳訓練班滿意度議題之專家學者檢視，並依據其所提供之建議進行修正，以符合題綱的專家效度。再將訪談結果交由三位編碼員以內容分析法（content analysis）形成各種資訊單位與類目，同時以肯德爾和諧係數 (Kendall's coefficient of concordance) 進行研究者間信度考驗，所得之信度係數為 .86，表示具有良好信度。

三、資料處理

（一）量化部分

1. 採用 PASW 18.0 套裝軟體進行統計分析，並以 α ＝ .05 為顯著水準進行統計考驗。
2. 次數、百分比及平均數、標準差等描述性統計：分析學生之背景特性與課程滿意度的分佈情形。
3. 獨立樣本 t 考驗、單因子變異數分析：檢定不同背景變項的學員在課程

airiti

滿意度各因素中的差異情形。

4.多元逐步迴歸分析：解釋課程滿意度對再購意願之預測情形。

（二）質化部分

1.將訪談錄音作成記錄。

2.將記錄內容形成各種資訊單位。

3.將資訊單位歸類。

4.將歸類後的資訊單位進行研究者間信度考驗。

5.將資訊單位進行分析

參、結果

一、研究對象背景資料

本研究有效樣本如表 1 所示，受調查對象男性有 206 人、女性 185 人；年齡介於 9 歲-11 歲為多數，其次為 6 歲-8 歲，再者為 18 歲以上；參與身分以一般民眾為多數；參與形式以個人獨自參與多數，其次為與朋友一同參與；至泳池所花費的路途時間以 6-10 分鐘為多數，其次為 11-15 分鐘。

表 1

有效樣本背景變項次數分配表

變項	類別	N = 391 人	
		人數	百分比
性別	男	206	52.7
	女	185	47.3
年齡	3 歲-5 歲	10	2.6
	6 歲-8 歲	98	25.1
	9 歲-11 歲	141	36.1
	12 歲-14 歲	49	12.5
	15 歲-17 歲	22	5.6
	18 歲以上	71	18.1
參與身分	教職員子女	50	12.8
	一般民眾	335	85.7
	其他	6	1.5
參與形式	個人獨自參與	176	45.0
	與朋友一同參與	136	34.8
	由安親班報名參與	32	8.2
	與兄弟姊妹一同參與	47	12.0

（續下頁）

airiti

變項	類別	N = 391 人	
		人數	百分比
至泳池所花費的路途時間	5 分鐘以下	65	16.6
	6-10 分鐘	148	37.9
	11-15 分鐘	74	18.9
	16-20 分鐘	48	12.3
	21-25 分鐘	18	4.6
	26-30 分鐘	20	5.1
	31 分鐘以上	18	4.6

二、課程滿意度現況分析

課程滿意度現況分析如表 2 所示，整體平均數為 4.22，表示學員對課程整體滿意度呈現滿意的評價水準；各構面的滿意度依序為「教學成效與溝通」、「櫃檯人員品質」、「空氣水質與衛生」、「救生人員品質」、「課程制度與盥洗環境」、「請假補課與緊急鈴」、「招生宣傳與報名」以及「費用交通與停車」。

表 2

課程滿意度評估排序表

構面	題目	構面	平均數	標準差	排序
教學成效與溝通	教學器材的運用情形	4.41	4.49	.64	1
	教練的教學態度情形		4.46	.68	2
	教學成效情形		4.46	.74	3
	教學進度適用情形		4.45	.65	4
	教學時的學生安全情形		4.43	.70	5
	教學空間適用度情形		4.43	.70	6
	教練人員辨識度情形		4.43	.73	7
	樂趣化教學情形		4.41	.76	8
	教學時間運用情形		4.41	.69	9
	教練與學生間的溝通與互動		4.39	.70	10
	開課天數（十天）的合適情形		4.31	.69	11
	教練與家長間的溝通與互動		4.21	.85	12
櫃檯人員品質	櫃檯人員可及時解決我的需求	4.39	4.41	.72	1
	櫃檯人員的衣著整齊情形		4.41	.71	2
	櫃檯人員的工作態度		4.36	.72	3

（續下頁）

構面	題目	構面	平均數	標準差	排序
空氣水質與衛生	泳池空氣品質情形	4.30	4.38	.64	1
	游泳動線規劃情形		4.38	.67	2
	泳池水質品質情形		4.34	.76	3
	課程環境衛生情形		4.28	.73	4
	家長休息區舒適情形		4.12	.79	5
救生人員品質	救生人員可及時提供救生上的協助	4.28	4.30	.70	1
	救生人員的衣著整齊情形		4.30	.77	2
	救生人員的工作態度		4.25	.74	3
課程制度與盥洗環境	游泳置物櫃設施情形	4.18	4.27	.76	1
	課程時間(80 分鐘)的合適情形		4.24	.73	2
	課程時段(8:30-9:50, 10:10-11:30, 13:30-14:50, 15:10-16:30)的合適情形		4.22	.70	3
	泳池淋浴更衣設施情形		4.13	.83	4
	課程學生人數的數量情形		4.06	.84	5
請假補課與緊急鈴	課程請假處理情形	4.16	4.18	.80	1
	家長緊急按鈕適用情形		4.17	.81	2
	課程補課處理情形		4.16	.79	3
招生宣傳與報名	報名程序情形	4.01	4.19	.74	1
	泳訓班的招生 DM 情形		3.97	.88	2
	泳訓班的招生網路廣告情形		3.94	.87	3
	泳訓班的招生平面廣告情形		3.93	.88	4
費用交通與停車	前往的交通便利情形	3.99	4.06	.85	1
	課程費用情形		4.01	.84	2
	停車便利情形		3.92	1.03	3
整體		4.22			

三、不同背景變項對課程滿意度之差異分析

（一）不同性別對課程滿意度之差異分析

經由調查結果發現不同性別對「教學成效與溝通」、「招生宣傳與報名」、「救生人員品質」、「課程制度與盥洗環境」、「空氣水質與衛生」、「櫃檯人員品質」、以及「費用交通與停車」等因素之 t 考驗具有顯著差異存在（如表 3）。而男性的學員在「教學成效與溝通」、「招生宣傳與報名」、「救生人員品質」、

「課程制度與盥洗環境」、「空氣水質與衛生」、「櫃檯人員品質」、以及「費用交通與停車」等因素之評價顯著高於女性的學員。

表 3

不同性別對課程滿意度之 *t* 考驗分析摘要表

構面	組別	平均數	標準誤	*t*值
教學成效與溝通	男	4.45	0.03	2.16*
	女	4.34	0.03	
招生宣傳與報名	男	4.09	0.05	2.39*
	女	3.91	0.05	
救生人員品質	男	4.36	0.04	2.71*
	女	4.18	0.04	
課程制度與盥洗環境	男	4.25	0.03	2.60*
	女	4.10	0.04	
請假補課與緊急鈴	男	4.20	0.04	1.13
	女	4.12	0.04	
空氣水質與衛生	男	4.35	0.03	1.97*
	女	4.24	0.04	
櫃檯人員品質	男	4.46	0.03	2.48*
	女	4.31	0.04	
費用交通與停車	男	4.10	0.05	2.89*
	女	3.88	0.05	

*$p < .05$

（二）不同參與身分對課程滿意度之差異分析

經由調查結果發現不同參與身分對「招生宣傳與報名」、「課程制度與盥洗環境」、以及「費用交通與停車」等因素之變異數分析具有顯著差異存在（如表 4）。經事後比較發現，教職員子女的學員在「招生宣傳與報名」、「課程制度與盥洗環境」、以及「費用交通與停車」等因素之評價顯著高於一般民眾的學員。此外，教職員子女的學員在「課程制度與盥洗環境」因素之評價顯著高於其他的學員。

表 4

不同參與身分對課程滿意度變異數分析摘要表

構面	組別	平均數	標準誤	*F*值	事後比較
教學成效與溝通	教職員子女(a)	4.56	0.06	2.96	
	一般民眾(b)	4.38	0.02		
	其他(c)	4.37	0.18		

（續下頁）

構面	組別	平均數	標準誤	*F*值	事後比較
招生宣傳與報名	教職員子女(a)	4.25	0.10	3.93*	a>b
	一般民眾(b)	3.97	0.03		
	其他(c)	3.66	0.25		
救生人員品質	教職員子女(a)	4.36	0.10	0.61	
	一般民眾(b)	4.27	0.03		
	其他(c)	4.11	0.18		
課程制度與盥洗環境	教職員子女(a)	4.39	0.06	5.47*	a>b,c
	一般民眾(b)	4.15	0.03		
	其他(c)	3.80	0.19		
請假補課與緊急鈴	教職員子女(a)	4.22	0.09	2.79	
	一般民眾(b)	4.17	0.03		
	其他(c)	3.55	0.14		
空氣水質與衛生	教職員子女(a)	4.35	0.06	0.96	
	一般民眾(b)	4.29	0.03		
	其他(c)	4.03	0.23		
櫃檯人員品質	教職員子女(a)	4.50	0.06	1.59	
	一般民眾(b)	4.38	0.03		
	其他(c)	4.11	0.18		
費用交通與停車	教職員子女(a)	4.34	0.07	6.85*	a>b
	一般民眾(b)	3.95	0.04		
	其他(c)	3.61	0.21		

*$p < .05$

（三）不同參與形式對課程滿意度之差異分析

經由調查結果發現不同參與形式對「教學成效與溝通」、「救生人員品質」、「課程制度與盥洗環境」、「空氣水質與衛生」、以及「費用交通與停車」等因素之變異數分析具有顯著差異存在（如表 5）。經事後比較發現，與兄弟姊妹一同參與游泳班的學員在「教學成效與溝通」、「救生人員品質」、「課程制度與盥洗環境」以及「費用交通與停車」等因素之評價顯著高於與朋友一同參與的學員；與兄弟姊妹一同參與的學員在「教學成效與溝通」、以及「課程制度與盥洗環境」等因素之評價顯著高於由安親班報名參與的學員；個人獨自參與游泳班的學員在「教學成效與溝通」、以及「課程制度與盥洗環境」等因素之評價顯著高於由安親班報名參與的學員；個人獨自參與游泳班的學員在「救生人員品質」、以及「空氣水質與衛生」等因素之評價顯著高於與朋友一同參與的學員。

表 5

不同參與形式對課程滿意度變異數分析摘要表

構面	組別	平均數	標準誤	*F*值	事後比較
教學成效與溝通	個人獨自參與(a)	4.44	0.03	7.28*	a > c d > b, c
	與朋友一同參與(b)	4.33	0.04		
	由安親班報名參與(c)	4.16	0.05		
	與兄弟姊妹一同參與(d)	4.64	0.06		
招生宣傳與報名	個人獨自參與(a)	4.00	0.05	0.92	
	與朋友一同參與(b)	3.94	0.06		
	由安親班報名參與(c)	4.15	0.09		
	與兄弟姊妹一同參與(d)	4.07	0.12		
救生人員品質	個人獨自參與(a)	4.32	0.04	6.27*	a, d > b
	與朋友一同參與(b)	4.12	0.05		
	由安親班報名參與(c)	4.34	0.09		
	與兄弟姊妹一同參與(d)	4.55	0.10		
課程制度與盥洗環境	個人獨自參與(a)	4.23	0.04	7.49*	a > c d > b, c
	與朋友一同參與(b)	4.09	0.04		
	由安親班報名參與(c)	3.90	0.08		
	與兄弟姊妹一同參與(d)	4.41	0.07		
請假補課與緊急鈴	個人獨自參與(a)	4.26	0.05	2.18	
	與朋友一同參與(b)	4.08	0.05		
	由安親班報名參與(c)	4.15	0.09		
	與兄弟姊妹一同參與(d)	4.09	0.10		
空氣水質與衛生	個人獨自參與(a)	4.37	0.04	4.33*	a > b
	與朋友一同參與(b)	4.18	0.04		
	由安親班報名參與(c)	4.19	0.07		
	與兄弟姊妹一同參與(d)	4.42	0.08		
櫃檯人員品質	個人獨自參與(a)	4.41	0.04	1.18	
	與朋友一同參與(b)	4.34	0.05		
	由安親班報名參與(c)	4.29	0.10		
	與兄弟姊妹一同參與(d)	4.51	0.11		
費用交通與停車	個人獨自參與(a)	4.05	0.05	4.29*	d > b
	與朋友一同參與(b)	3.85	0.06		
	由安親班報名參與(c)	3.89	0.14		
	與兄弟姊妹一同參與(d)	4.27	0.09		

*$p < .05$

四、課程滿意度對再購意願預測程度分析

研究階段三亦以多元逐步迴歸分析探討課程滿意度對再購意願之預測效果。在步驟 1，「費用交通與停車」進入模式中 ($R2 = 0.16$, $F(1, 389) = 77.56$, $p < .05$)；在步驟 2，「教學成效與溝通」進入模式中 ($\Delta R2 = 0.04$, $F(1, 388) = 24.10$,

$p < .05$)；在步驟 3，「請假補課與緊急鈴」進入模式中 ($\Delta R2 = 0.01$, $F(1, 387) = 5.75$, $p < .05$)；在步驟 4，「課程制度與盥洗環境」進入模式中 ($\Delta R2 = 0.01$, $F(1, 386) = 6.31$, $p < .05$)。在這四個步驟結束後，其他課程滿意度因素構面對於預測再購意願並未達顯著，而進入模式的上述課程滿意度因素構面對於解釋再購意願的變異量達 23%，步驟 4 的結果為最終的預測模式（如表 6）。而在本研究的最終預測模式中，各個自變項的變異膨脹因子 (variance inflation factor, VIF) 皆小於 10， 確認應無共線性 (multicollinearity) 之問題 (Montgomery, Peck, & Vining, 2006)。進一步檢視各自變項發現，「費用交通與停車」($\beta = .26$, $t = 4.58$, $p = .000$) 、「教學成效與溝通」 ($\beta = .21$, $t = 3.55$, $p = .000$)、「請假補課與緊急鈴」 ($\beta = -0.14$, $t = -2.79$, $p = .005$) 與「課程制度與盥洗環境」 ($\beta = .16$, $t = 2.51$, $p = .012$) 皆為再購意願的顯著預測因子（如表 7）。

表 6

多元逐步迴歸分析過程摘要表

步驟	自變數	*R*	*R2*	*Adj. R2*	*ΔR2*	*ΔF*	*df1*	*df2*	*Δsig. F*
1	費用交通與停車	0.40	0.16	0.16	0.16	77.56*	1	389	.000
2	費用交通與停車 教學成效與溝通	0.46	0.21	0.21	0.04	24.10*	1	388	.000
3	費用交通與停車 教學成效與溝通 請假補課與緊急鈴	0.47	0.22	0.22	0.01	5.75*	1	387	.017
4	費用交通與停車 教學成效與溝通 請假補課與緊急鈴 課程制度與盥洗環境	0.48	0.23	0.23	0.01	6.31*	1	386	.012

*$p < .05$

表 7

多元逐步迴歸分析結果摘要表

自變數	*B*	*SE*	*B*	*T*	*p*	*VIF*
費用交通與停車	0.27	0.06	0.26	4.58*	.000	1.67
教學成效與溝通	0.33	0.09	0.21	3.55*	.000	1.83
請假補課與緊急鈴	-0.17	0.06	-0.14	-2.79*	.005	1.35
課程制度與盥洗環境	0.24	0.09	0.16	2.51*	.012	2.27

*$p < .05$

airiti

五、焦點團體訪談結果

經由焦點團體訪談結果的整理與歸類，將各資訊單位歸類出二十個類目，分別為教學器材、教學態度、教學成效、教學進度、教學安全、教學樂趣、互動溝通、櫃台人員、空氣水質、救生人員、課程制度、盥洗環境、請假補課、招生宣傳、報名、費用、停車、性別差異、參與差異、再購意願等類目。各類目資訊單位請見表 8。

表8
焦點團體討論會綜整結果

類目	資訊單位
教學器材	技巧幫助、學習階段、變化多樣
教學態度	專業性、嚴厲性、親切性、耐心性、鼓勵性、認真性、細心性
教學成效	技能提升、明顯進步、獲得成就、成效不彰
教學進度	銜接不足、等待過長、加快進度、紮實規劃、差異化進度
教學安全	規範安全、行為要求、制止危險、教練增加
教學樂趣	遊戲增加、提升興趣、音樂變化
互動溝通	師生讚美、建立觀念、親師說明、親師溝通
櫃台人員	態度佳、處理得當、接納意見
空氣水質	水溫低、氯氣重、悶熱感、通風循環、環境改善、臭氧殺菌
救生人員	專注用心、提升關愛
課程制度	班級人數、增加教練、家長觀課、課程時間、課後點心、專車接送、單週課程、成人班、菁英班、平日班、周末班、寒訓班、一對一課程
盥洗環境	脫水機、電風扇、淋浴拉門、打掃時間
請假補課	請假機制、補課機制、退費機制、颱風補課、優惠適用
招生宣傳	資訊公布、更新資訊、書面宣傳、網路宣傳
報名	簡訊通知、Email通知、網路報名、匯款繳費、報名規定
費用	舊生優惠、多期優惠、血親優惠
停車	汽車停放、機車停放
性別差異	吹風機、洗澡間、生理期
參與差異	自信心、同學互動、兄弟分工、同一班級
再購意願	技能成就、進階課程、收入開銷、整體服務

肆、討論

一、游泳訓練班參與情形探討

2016 年 7 月新北市淡水區總人口數為 164,129，其中男性佔 48%、女性佔 52%，男女人口數接近相等（內政部戶政司全球資訊網，2016）。而本研究發現 2016 年淡水地區暑期游泳訓練班參與學員的性別比例分別為男性佔 52.7%、女性佔 47.3%。與陳明坤（2006）調查游泳課程滿意度研究對象的男性佔 53.4%、女性佔 46.6%相類似。與李蕙貞等（2009）調查雲林縣斗六市

游泳訓練班之男性佔 56.7%、女性佔 43.3%相類似。與李蕙貞、陳美芳（2010）調查雲林縣斗六市游泳訓練班之男性佔 56.7%、女性佔 43.3%相類似。與陳瑞辰等（2011）調查淡江大學游泳訓練班之男性佔 54%、女性佔 46%相類似。與葉景谷（2012）調查台南市文賢 Spa 游泳池暑期游泳班之男性學童佔 51.7%、女性佔 48.3%相類似。與黃泰盛（2014）調查暑期游泳班教學滿意度對學習成效之男性學員佔 52.0%、女性學員佔 48.0%相類似。從各研究結果可看出男性學員比例略高於女性學員比例，約多出 2%至 6%。顯示現今少子化並講求兩性平權的年代，兩性學童學習游泳的機會趨近相等。

經由表 1 發現淡水地區暑期游泳訓練班學員年齡層以 6 歲至 8 歲 (25.1%) 以及 9 歲至 11 歲 (36.1%) 居多。結果與黃泰盛（2014）（6 歲至 11 歲學員佔 53.7%）、葉景谷（2012）（11 歲至 12 歲學員佔 41.4%）、陳瑞辰等（2011）（12 歲以下學員佔 90%）、李蕙貞、陳美芳（2010）（8 歲至 10 歲學員佔 56.7%）、李蕙貞等（2009）（8 歲佔 15%、9 歲佔 16.7%、10 歲佔 25%）的研究結果相類似。本研究學員分布情形符合學者劉兆達、林德隆、陳和睦（2005）所指出未來推動游泳計畫時，應以國民小學三、四年級的學生為主要推廣對象。陳秀華（2004）亦指出國小五、六年級學生為最適合學習游泳的年齡，宜優先加強學習，對未來國、高中的游泳學習內容將有所助益。此外，學童進入 13 歲以上階段，將因課業壓力與時間的增加，而造成無法持續參與游泳訓練班的情形（張振國，2008）。再者，根據文獻資料及相關研究記載，由於胎兒在成長期間以具有良好親水能力，習泳年齡應越早越好，研究亦證實游泳啟蒙年齡越小，學習動機與興趣越強，因此，建議相關單位應將習泳年齡層向下延伸至國小三年級（賴月霞、黃恆祥，2015）。此外，Anderson and Rodriguez (2014) 探討學習準備期與學習敏感期等相關文獻，再透過研究模式結果的發現，最合適學習正式游泳課程的年齡層介於 5 歲至 7 歲，因為，經由研究過程中發現，年紀越小學習游泳課程，則越早達到各游泳等級能力分級。因此，經由相關文獻發現，淡水地區暑期游泳訓練班的學員年齡層分布情形，符合今日學者所提出的最合適學習游泳之年齡層階段，再者，游泳教學單位更需持續推廣最適游泳學習年齡，來幫助各學童的游泳學習能力。

淡水地區暑期游泳訓練班學員參與身分以一般民眾佔 (85.7%) 多數，教職員子女僅佔 12.8%。黃泰盛（2014）調查暑期游泳班學員參與身分，則發現社會人士佔 11.7%、學生身分佔 88.3%。此外，陳瑞辰等（2011）調查淡江大學暑期游泳訓練班，發現一般民眾佔 70%、教職員子女佔 30%。從調查數據發現擴大研究對象調查範圍時，一般民眾參與暑期游泳訓練班的比例將提高（從 70%提高至 85.7%），顯示一般民眾於暑期時間有學習游泳的需求。

淡水地區暑期游泳訓練班學員參與形式以個人獨自參與佔 (45%) 多數，其次為與朋友一同參與佔 34.8%，與兄弟姊妹一同參與僅佔 12%。調查結果與陳瑞辰等（2011）個人參與佔 53%、與朋友共同參與佔 30%相類似。

葉為谷、張崇人（2015）則發現前往游泳學習的同伴以「同學、朋友」居多。經由調查結果顯示少子化的社會，學員參與形式仍以個人獨自參與或與朋友一同參與居多，而與親人一同參與則佔少數，因此，未來簡章可增加二人同行的優惠促銷活動（陳瑞辰等，2011）；或可實施直系血親一同報名享有優惠的促銷策略（陳瑞辰，2018）；亦可搭配現有學員推薦親友報名參加，享有折扣費用活動。

淡水地區暑期游泳訓練班學員前往路途時間以 6-10 分鐘佔 (37.9%) 多數，其次為 11-15 分鐘 (18.9%) 與 5 分鐘以下 (16.6%)。結果與陳瑞辰等（2011）調查主要路途時間 10 分鐘 (78%)，並以 10 分鐘路程為主要行銷範圍相類似。許家榮（2002）則發現主要路途時間為 20 分鐘。林國瑞、江澤群、李一聖、楊靜芳（2000）指出教學場地之周邊居民是潛在學員主要來源。此外，學員選擇報名的考量因素，以離家近為第二優先考量的選項（黃泰盛，2014）。再者，若花費路途時間超過 30 分鐘，則多數學員不會至該教學中心消費（許家榮，2002）。因此，根據調查之結果未來目標學員群，應以路程時間 15 分鐘以內為主要行銷招生之區域範圍。

二、課程滿意度探討

淡水地區暑期游泳訓練班的學員對課程整體評價為滿意的水準，而「教學成效與溝通」構面因素的評價於各構面中呈現最高的評價水準 (4.41)。與賴姍姍、王克武（2004）、陳明坤（2006）、李蕙貞等（2009）、李蕙貞、陳美芳（2010）、楊孟華、侯堂盛（2013）教師教學構面評價最高的研究結果類似。暑期游泳訓練班的學員滿意度，對學習成效具有正向影響性（黃泰盛，2014）。而影響教學成敗與學習效果的核心人物為游泳教練，因此，成功游泳訓練班的經營單位，需要系統性（職前訓練、在職訓練、水中教學訓練、泳技訓練、認知訓練、態度訓練、每日教學會議）培育教學師資，並妥善規劃各層級教學課程內容、灌輸水上救生能力、研討創新教學內容、定期訓練與考核，藉此養成游泳教練專業知能與涵養，提高學員滿意度，並保持良好教學成效（李蕙貞等，2009；洪國朕等，2014；徐茂洲，2010；張振國，2008）。訪談結果亦發現教練具備專業知能時學員的反應為：「教練們都很親切、認真教學，謝謝教練耐心與細心的指導，特感謝教練用心的指導，孩子非常喜歡所有課程」（訪談）。

「教學成效與溝通」構面中，評價最高的題項為教學器材的運用情形 (4.49)。當教練瞭解器材的特性，並能夠系統性地運用教材，例如浮板與救生器材的數量、使用方式與使用便利性，將能提升游泳教學的效能（楊孟華、侯堂盛，2013）。Parker, Blanksby and Quek (1999) 透過每天 40 分鐘共計 10 天的捷泳教學實驗發現，捷泳教學透過踢水浮板的使用，效果大於使用多樣化助浮器的教學效果，其原因在於多樣化助浮器的教學失去實際獨立（無助浮器）游泳時的真實情境，因此阻礙了實際游泳的狀態。此外，Brock, Buchanan,

Hastie, Russell and Blount (2014) 透過每次 45 分鐘，每周三次，進行三周的 9 次夏季游泳教學課程發現，非裔美國學童（4-12 歲）怕水的原因在於教學區域的深度，當學童因深度過深而無法觸及池底時，他們會害怕溺水而降低游泳學習成效。當泳池增加游泳教學輔助臺，教練以降低水位方式，協助學員克服水深的恐懼，並讓學童在最佳的安全環境之中進行學習，則可以提高學童自我的游泳信心，亦可降低溺水意外的可能性（吳永祿，1996；洪國朕等，2014；Brock, Buchanan, Hastie, Russell, & Blount, 2014）。透過訪談亦發現：「游泳輔助教學器材對孩子有學習上的幫助，能夠讓孩子更容易掌握游泳的要領」（訪談）。因此，教學器材運用得當，對於學員的學習滿意度與學習成效具有正向影響性。

「教學成效與溝通」構面中，評價次高的題項為教練的教學態度 (4.46)，以及教學成效 (4.46)。游泳教練要有高度的耐心與愛心，時常保持微笑，善用正面讚賞的口吻指導學生，避免使用負面責備的口氣教導學生（洪國朕等，2014）。此外，為提高教學成效，教練應精進教學方法與內容，例如以仰泳優先教學，或捨棄原地式韻律呼吸，改以移動式韻律呼吸教學，更能提升學童的換氣次數與游泳距離，當其獲得學習成就感，則更喜歡游泳課程的活動內容安排（許富淑，2013；楊孟華、侯堂盛，2013；鄭麗美、陳念青、武為瓊，2005）。訪談亦發現：「游泳教練的態度很棒，尤其對程度落後的學生多採鼓勵的教學方式，學得滿意；經過十天課程，孩子的技能熟練度能夠明顯發現有進步，謝謝教練的指導」（訪談）。因此，教練良好的教學態度與教學成效對於學員滿意度具有正向影響性。

「教學成效與溝通」構面中，評價第四的題項為教學進度適用情形 (4.45)。有效的教學進度源自於教學系統初始分班的完整性，透過能力分班的方式，將不同能力的學員允以分班，以符合不同能力的需求，若未進行有效分班，將無法引起能力較高學員之學習動機，易使能力較低學員感受學習的無助感，而失去最佳學習安排的機會（林國瑞、江澤群、李一聖、楊靜芳，2000；洪國朕等，2014；陳明坤，2006）。此外，教學制度採以固定班級教練方式進行教學，更可系統性地執行教學進度與完整銜接課程，讓學員獲得更有意義的學習內容（黃泰盛，2014）。透過訪談亦發現：「希望讓應屆畢業教練可以再回來教學，讓學員的學習內容承接得更加完整」（訪談）。教練若於課程時間與教學內容編排不當，例如透過競爭方式，將班級內學員進行高低之分，則會降低學員的學習興趣，使學員產生高度的學習壓力與挫折感，進而影響學員的學習進度（楊孟華、侯堂盛，2013）。透過訪談亦發現：「部分學生花太多時間在等待，盼教練能妥善分配時間運用，將教學時間紮實規劃，教學進度明確進行，讓學生多點時間練習，尤其針對技能較優的學生，希望能夠安排適合他的進度」（訪談）。再者，Parvinpour and Balali (2016) 將 20 位 7-10 歲的學員分成二組，一組採合作學習進度（組內學員輪流當教練，並

給予組內學員學習上的回饋），另一組採傳統教學進度，結果發現合作學習小組的學習進度與成效優於傳統教學小組。此外，日本伊藤萬游泳學校之教學進度，設定學員三歲開始熟悉水性，經由學習簡單自救能力，透過水中開眼（不戴泳鏡）3-5 秒之教學方式，幫助學員降低水中恐懼並增加水中自我控制能力，再進入各種泳姿的教學（洪國朕等，2014）。徐承宗（2004）與葉景谷（2012）亦建議游泳教學進度除了游泳技能的學習，還需學習水域安全知能，瞭解水域活動的知識與危險，並學習水母漂、抽筋自解等水中自救方法。最後，教練更應針對學習進度落後的學員，於課後時間進行補強打水、划手或換氣等學習內容，以協助與鼓勵學員跟上班級的教學進度（蔡良有、林裕仁，2003）。透過訪談亦發現：「感謝老師課後的額外教學，讓孩子從畏懼水、懼高變成可以接受仰漂」（訪談）。因此，教學進度的有效進行、控制與補強，對於學習滿意度具有正向影響性。

「教學成效與溝通」構面中，評價第五的題項為教學時的學生安全情形 (4.43)。教學環境的安全性是創造良好教學環境與永續經營的重要因素（李蕙貞等，2009）。教練須於教學過程中，側身站立於高點並隨時轉動頭部環顧四周，將所有學員納入視線範圍內，以確保每一位學生的學習動態與安全（洪國朕等，2014）。此外，建立課堂規範與安全措施，並要求學員非課程時間不得獨自游泳、不做危險動作，例如跳水、追逐、深水區戲水等行為，亦是建立安全教學環境的要點（張育瑞、馬義傑，2009）。經由訪談亦發現：「教學遊戲時間請規範遊戲的安全行為，避免可能的意外發生。此外，男學員使用淋浴間時會大聲喧嘩，用力開關門，造成拉門壞掉，並發生多人爭搶淋浴間事件，請教練可以制定規範限制學員的危險行為，以避免環境破壞與危險情事的發生。再者，為顧及全部學員的安全，班級人數達 8 人以上，則建議增加教練或分班，謝謝」（訪談）。因此，教學時的安全環境以及學生的安全保障，是影響學員滿意度的重要因素。

「教學成效與溝通」構面中，評價第八的題項為樂趣化教學情形 (4.41)。葉景谷（2012）建議游泳教學可以排入趣味性游泳教學課程。因為，單純的游泳技能操練會讓學員感受到課程的無聊感，而各種樂趣化游泳遊戲教學課程能夠引起學員的學習動機、學習熱忱、潛能突破與拉近師生關係，例如 TGFU 課程可以透過比賽遊戲的方式，來提升學員的學習動機與游泳技巧（林保源，1997；洪國朕等，2014；楊孟華、侯堂盛，2013；Strean & Holt, 2000）。此外，競賽式教學法亦可強化學員於成就與獎賞層面的學習動機，但須避免學員間的惡性競爭（林瑞敏、曾聖文，2013；張琇雲、王秀芳，2003）。經由訪談亦發現：「小朋友希望遊戲可以多一點，暖身操音樂動感點或變化點，以吸引他們的學習動機與興趣」（訪談）。因此，樂趣化的游泳教學環境，對於學習的動機與滿意度具有影響性。

「教學成效與溝通」構面中，評價第十、十二的題項為教練與學生間的

溝通與互動 (4.39)、教練與家長間的溝通與互動 (4.21)。教練宜在實際教學場域中，透過師生之間良好的溝通與互動，鼓勵與讚美學員正確的動作與態度，以增加其學習信心、動機與成效（李蕙貞等，2009；徐承宗，2004；張振國，2008）。此外，與家長的溝通亦不容忽視，教練須於課前或課後向家長明確說明學員的學習心態、行為或瓶頸，並灌輸游泳運動對學員的重要性與益處，以滿足家長的疑問與學員的學習需求（侯堂盛、楊孟華，2014；楊孟華、侯堂盛，2013；賴姍姍、王克武，2004）。因此，經營業者與教練需同時針對學員與學員家長雙方面的感受進行三向溝通，重視學員學習的感受情形，亦重視家長的學習期待，使學員樂於學習，家長樂於支持學習（林保源，1997；黃泰盛，2014）。透過訪談亦發現：「謝謝教練能夠稱讚孩子的蝶泳泳姿與建立游泳運動價值觀，並在課後休息時間，撥空與家長討論孩子的學習狀態，讓我們了解孩子的學習情形」（訪談）。因此，教練、學員與學員家長三方溝通互動的通暢，將影響學習的滿意度情形。

評價次高的構面因素為「櫃台人員品質」 (4.39)。洪國朕等（2014）指出櫃台人員行政作業與危機處理得宜，將對教學績效產生正向影響。經由訪談亦發現：「櫃台服務態度佳，尤其是年長戴眼鏡的先生，處理事情非常好，非常滿意」（訪談）；評價第三的構面因素為「空氣水質與衛生」 (4.30)。高水準的教學品質與營運績效需具備完善的通風排氣系統、30 度水溫、冬天室溫 32-33 度、水質過濾系統、日本藥劑與顯著的逃生出入口標示，以提供良好空氣品質、泳池水質、室溫環境與緊急逃生指示系統（吳永祿，1996；洪國朕等，2014）。訪談中亦發現家長強調：「環境部分需要加強改善，水太冷，氯氣味、漂白水味很重，空氣流通差，請改善通風系統，建議改以臭氧 O3 殺菌，避免氯氣傷害，另外，家長休息區有點悶熱，可改善最好」（訪談）；評價第四的構面因素為「救生人員品質」 (4.28)。泳訓班需要針對教學安全與教學戒護部分，安排合格之救生人員、配置員額與救生器材數量（張育瑞、馬義傑，2009；陳瑞辰等，2011）。依據教育部體育署游泳池管理規範規定，泳池未達三百七十五平方公尺須配置一名救生員、三百七十五平方公尺以上而未達七百五十平方公尺須配置二名、七百五十平方公尺以上而未達一千二百五十平方公尺須配置三名、一千二百五十平方公尺以上須配置四名，此外，亦須備妥救生浮具、救生繩、救生竿、浮水擔架與人工呼吸器等有效救生器材（教育部體育署，2013）。訪談中家長亦反應：「今年暑假救生員十分專注在泳池，孩子游泳時看到你們會跟在旁保護，謝謝你們，你們的用心，我們都感受到了」（訪談）。因此，櫃台與救生人員品質，以及教學環境的空氣與水質品質，對於顧客滿意度具有影響性。

評價第五的構面因素為「課程制度與盥洗環境」 (4.18)。暑期泳訓班課程制度應於結訓日進行系統性測驗，給予每位學員教學回饋，並透過發放檢定游泳證書方式，肯定與鼓勵學員的學習過程（陳瑞辰等，2011；葉景谷，

2012）。此外，若能提供不同學員個人化的服務、滿足差異化的需求，增設多選項的開課時段、課程種類（家長班、親子班），將可提升學員的知覺服務水準（陳瑞辰等，2011）。訪談中家長亦表示「平日或六日可否開設泳訓班？可否接受中等程度以上學員參加單週課程？如果有一對一教學，我想成效會更優。可開設成人班嗎？媽媽想報名游泳，可以嗎？寒假可以開班嗎？」（訪談）。此外，盥洗環境若缺乏充足且乾淨的吹風機、更衣間、淋浴間與廁所間等，將導致滿意度下降情形（黃泰盛，2014；賴月霞、黃恆祥，2015）。訪談家長亦表示：「淋浴間太少，而且部分淋浴拉門、脫水機與女更衣室吹風機已損壞或不足，請修理或更新，淋浴間設備可以再改善」（訪談）。再者，泳訓班經營單位應遵守學員為七歲以下者，學員教練最低比例為五比一，學員為七歲至十歲者，學員教練最低比例為十比一，學員為十歲以上者，學員教練最低比例為十五比一等原則（教育部體育署，2013）。淡水地區暑期游泳訓練班，開班人數為每班 6-12 位（淡水運動中心）、每班 10 位上限（淡江大學），每堂課程皆為 80 分鐘，其中並未設定學員年齡人數與教練的比例原則。因此，於學員上課人數與教練的比例部分，應做適度的調整，以提升顧客的滿意度感情形（賴姍姍、王克武，2004）。訪談中家長亦表示：「希望上課人數不要太多，若班級人數較多，可否有二個教練，並建議請助教或救生人員協助管理秩序，以維護教學品質，感謝。另外，上課時間太短，課程時間可否改 2 小時，半小時做暖身運動，1.5 小時上游泳課內容」（訪談）。因此，經營單位的課程制度設定（師生比例、課堂時間、課程種類），以及更衣、盥洗、浴廁環境的品質優劣，將影響顧客的滿意度感受情形。

評價第六的構面因素為「請假補課與緊急鈴」 (4.16)。洪國朕等（2014）指出泳訓班於家長觀覽席配置緊急求救鈴，將可第一時間處理危險事件，並有助於教學滿意度的提升。於請假補課部分，淡江大學暑期游泳訓練班依據教育部「大學辦理推廣教育計畫審查要點」，學員於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，退還已繳費用之五成，開班上課時間已過全期 1/3 者，不予退費。淡水運動中心暑期游泳夏令營，則訂定課程期間請假之學員，均無延期課程、補課或補票券。而臺北市 105 年度暑期游泳訓練營，於開班上課前申請退費者全額退費，開課後未逾全期 2/5 退全額之五成，開課後第 3/5 日起不得退費（臺北市政府教育局，2016）。相較於臺北市暑期游泳營之退費規定，淡水地區暑期游泳營退費與補課之規定相對嚴苛。然而，經營單位應在請假退費與補課部分適時調整，以提高顧客的滿意度（賴姍姍、王克武，2004）。經由訪談亦得知：「可否有請假（生病、返校）補課機制，另外，颱風補課日設為假日，造成家長困擾，建議可退費，再者，於加課部分無法適用於優惠，這樣很不合情理，望能改善」（訪談）。因此，經營單位設置緊急求救鈴，將可提升學員的滿意度；但經營單位若未設有人性化的請假、補課與退費機制，將造成顧客

滿意度下降的情形。

評價第七的構面因素為「招生宣傳與報名」 (4.01)。游泳訓練班報名訊息主要來源為親戚朋友，其次為網路訊息、學校外圍廣告、自行電話詢問、宣傳單與報紙，因此，經營單位可透過行動策略方式，於開課前一個月委請各中、小學進行夾報，或於大門口父母親接送區發放宣傳單，此外，學校外圍廣告亦應於開課二個月前掛出，以利學員家長事先安排暑假行程（林國瑞、江澤群、李一聖、楊靜芳，2000；黃泰盛，2014）。訪談過程中家長亦提及：「建議可優化書面與網路宣傳，此外，網路招生訊息公布太晚，針對舊生部分可提早發送招生簡訊與 Email，整體而言宜提早宣傳並開放報名。現場報名請明確訂出單一家長可報名的學生人數，以確保現場排隊家長的公平性。報名方式更可以開放網路報名與匯款繳費方式，省去現場報名的費時與費力，以利家長為學員做妥善安排與報名，謝謝」（訪談）。因此，招生宣傳可透過網路、Email、簡訊、傳單與牆面廣告等方式行銷，招生部分亦可透過網路報名方式，以提供顧客報名手續的便利性，來提升滿意度感受情形；評價最低的構面因素為「費用交通與停車」 (3.99)。賴姍姍、王克武（2004）、賴姍姍、王克武（2010）指出泳訓班經營業者可透過報名費的調降、折扣優惠、請假退費補課、贈品或上課人數的修正，來提升學員的滿意度水準。訪談中家長亦提出：「建議舊生、一人報名多期、兄弟姊妹二人以上同時報名，可享有優惠的學費，此外，淡江大學校內請給予汽機車停車的空間」（訪談）。因此，策略性優惠活動，並提供學員家長足夠的停車空間，對於顧客滿意度有正向影響。

三、不同背景變項對課程滿意度差異分析探討

淡水地區暑期游泳訓練班的男性學員在滿意度變項七個因素購面（教學成效與溝通、招生宣傳與報名、救生人員品質、課程制度與盥洗環境、空氣水質與衛生、櫃台人員品質、費用交通與停車）之評價，顯著性高於女性學員。女性學員在滿意度「課程內容」、「教師教學」及「學習成果」等三構面之評價，顯著性低於男性學員（陳明坤，2006）。其原因在於男性學員容易於游泳課程中融入同儕間的互動，產生合作行為、欣賞同學泳技，並能與異性一同上課，而女性學員則可能因為生理期因素、性特徵轉變期間，而害羞於男性學員面前穿著泳裝，因而導致出席率降低，間接形成學習成效降低，以及教師教學與課程滿意度之評價的降低（黃泰盛，2014；劉兆達、林德隆、陳和睦，2005）。賴月霞、黃恆祥（2015）亦指出男性學員在滿意度「場地設備」構面之評價顯著性高於女性學員，導因於女性學員所需的盥洗時間較長、設備數量需求較多，產生需要排隊等候使用現象，例如女性所需使用吹風機的時間、更衣間所需的數量普遍高於男性學員，而形成女性學員之評價低於男性學員的結果。經由訪談亦發現家長反應：「女更衣室吹風機故障率高、數量少、洗澡間亦不足。此外，由於女性生理期影響的差異，導致某些課堂的

參與必須請假」(訪談)。因此，男性與女性學員由於生理發展以及盥洗更衣需求的差異，會導致滿意度評價差異的結果。

學員參與身分為教職員子女者，於滿意度「招生宣傳與報名」、「課程制度與盥洗環境」、「費用交通與停車」等三構面之評價顯著性高於一般民眾。顯示教職員子女對於淡江大學以及淡水運動中心所辦理的暑期游泳訓練班擁有較高的認同感，導因於淡江大學教職員對該校所辦理的活動具有情感連結，以及淡水地區教職員子女對滿意度要求較低。林國瑞、江澤群、李一聖、楊靜芳（2000）與黃泰盛（2014）亦發現學生身分的學員在游泳教學滿意度之評價顯著性高於社會人士的學員。顯示經營單位宜關注一般民眾或社會人士學員的滿意度感受情形，以提升整體的滿意度評價。

淡水地區學員獨自參與或與兄弟姊妹一同參與學習游泳滿意度變項「教學成效與溝通」、「救生人員品質」、「課程制度與盥洗環境」、「空氣水質與衛生」、「費用交通與停車」等五個因素構面之評價，顯著性高於與朋友一同參與或由安親班報名參與的學員。楊孟華、侯堂盛（2013）指出游泳課程中的同儕互動最能感受游泳的樂趣。因為游泳的課程情境能夠提供學員間更多的同儕互動機會，以及人際關係發展機會，而同儕關係對於個體的自我價值、道德認知、情緒控制與後續學習動機具有重要性影響 (Smith, 2003)。訪談中家長亦表示：「游泳課中的同學互動，讓女兒對游泳更有自信了，覺得滿意，此外，兄弟在同一班一起學游泳，會更有學習動機，於更衣盥洗時也更有樂趣」(訪談)。因此，教學場域教練更要營造良好的同儕互動情境，來提升學員的滿意度感受情形。

四、課程滿意度對再購意願之預測分析探討

學員產生再購意願的根本條件為高評價的顧客滿意度水準（陳瑞辰等，2011)。暑期泳訓班經營單位長期擁有高水準的滿意度評價，將能建立良好教學口碑(徐茂洲，2010)。並能透過舊有顧客的口碑推薦與再購行為提高經營單位的整體利益(李城忠、陳益壯，2005)。此外，經營單位亦須同時考量學員與學員家長雙方面的感受情形，宜針對家長進行宣傳與課程說明，以瞭解其需求(陳瑞辰等，2011；賴姍姍、王克武，2010)。而家長選擇游泳訓練班考量因素包括泳池水質、課程費用、服務人員態度、教學環境安全、教材內容與教學方法(鄭順璁，2001)。陳明坤（2005）更指出影響學員家長後續再購意願之因素為「社會需求」，其中包括提升泳技避免小孩溺斃、提升小孩健康、通過學校測驗與符應媒體宣傳。因此，本研究針對學員與學員家長進行調查，發現淡水地區暑期游泳訓練班學員再購意願影響的構面因素包括「課程制度與盥洗環境」、「請假補課與緊急鈴」、「教學成效與溝通」以及「費用交通與停車」，其中以「費用交通與停車」構面因素影響最為顯著(解釋變異量 16%)，其次為「教學成效與溝通」構面因素(解釋變異量 4%)。

「教學成效與溝通」對再購意願具有 4%的解釋變異量。賴姍姍、王克

武（2004）、李蕙貞、陳美芳（2010）與黃泰盛（2014）均指出「師資教學優良」因素是招生、續學、重回率與永續經營的關鍵因素，並建議游泳訓練班經營管理單位，應進行計畫性與系統性的培訓師資與規劃課程，以提升游泳教練的個人形象、人格素質與教學素養，灌輸關心、耐心與愛心情操，強化動作示範能力，帶入生動活潑教學，提高教學熱忱，瞭解學生需求與反應，進而提升教學品質、成效與滿意度。此外，為強化教學品質，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（陳瑞辰，2018）。再者，林保源（1997）亦指出為達成游泳訓練班的永續經營，經營業者要充分滿足顧客的需求，並在教學內容面向精益求精，其中可透過辦理游泳比賽、海中游泳，以及浮潛與潛水體驗等活動方式，來提高學員的課程滿意度，進而提升其再購意願。另外，為增進教練、學生、家長三方的密切溝通，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（陳瑞辰，2018）。再者，研究顯示游泳學習時間較長的學員，在游泳技能的掌握度以及健康體適能程度較高，亦較能獲得游泳的樂趣、信心與成就，因此，教練應透過與家長的溝通與資訊傳遞，鼓勵家長續報與增加學童的學習時間，來提升學童的健康體適能、游泳能力與學習的樂趣（葉景谷，2012）。經由訪談亦發現家長反應：「學會游泳多樣技能後，在學校成就感多了，也增加暑期持續學習的動機」（訪談）。最後，教學成效的良窳將影響學員的再購意願，因此，教學成效的提升，可透過每日課後的教學檢討會、教學期刊閱讀、專家現場指導、教學進度統一、教學流程統一與提供家長教學進度資訊等方式，來改進每日教學缺失、吸收新穎教學方法、諮詢專家教學瓶頸、建立系統教學流程，以及促進師生家長等三面向的溝通，以此增加教學效能，提升學員滿意度與再購的意願（陳瑞辰等，2011）。透過訪談家長亦指出：「泳訓班提供進階性的課程，讓孩子每個暑假都有延續性的進步，是我再次報名的動機」（訪談）。

李蕙貞等（2009）曾指出收費價格未證實為顧客評斷產品價值和滿意度的標準。而本研究則發現「費用交通與停車」對再購意願具有 16%的解釋變異量。2016 年臺灣景氣低迷，3 月第 1 季經濟成長率為-0.29%，此外，受雇就業者經過十年的薪資變化，僅由 2005 年的 34,212 元調升至 36,500 元，薪資漲幅跟不上物價與房價的飆漲，民眾面對經濟環境的不確定性與工作的擔憂，已嚴重地影響其消費能力與意願，更有近七成民眾表示會改變其消費方式來節省家庭開支（行政院主計處，2017；尼爾森，2016a；尼爾森，2016b；

經濟部研究發展委員會，2016；楊美玲，2016）。因此，游泳訓練班經營業者在經濟環境不穩定的情況下，若渴望與學員形成長期的消費關係，所需關注的第一步即為定價與顧客是否實際消費該產品 (Gourville & Soman, 2002)。林國瑞、江澤群、李一聖、楊靜芳（2000）與黃泰盛（2014）指出費用昂貴為學員不考量參與游泳訓練班的首要因素。鄭順璁（2001）亦指出家長將課程費用列為是否選擇游泳訓練班的第二因素。定價很難直接契合消費者的消費能力，但業者若能依循八步驟（1.評估消費者對產品或服務的價值；2.了解消費者對產品價格的區間認知；3.評估消費者的價格敏感性；4.確定最佳定價結構；5.考慮競爭對手的訂價變化；6.監控實際的平均交易價格；7.評估客戶的情緒反應；8.分析價格收入與產品支出的利潤）訂出正確的價格，將可以產生巨大的效益 (Dolan, 1995)。因此，業者必須實際了解各單位游泳訓練班的收費情形，將訂價標準、授課品質、優惠活動、續報回饋、贈品支出與其他服務等因素，綜合納入定價的考量，並評估經營單位是否能夠達成營收原則，以及符合顧客消費能力與再購意願，讓企業的營運狀況能夠永續經營（賴姍姍、王克武，2004；李蕙貞等，2009）。訪談中家長亦指出：「學費降低續報意願會提高，家長立場當然希望學費越便宜越好，但還是要考量經營單位收入、支出與提高教學品質所需的費用」（訪談）。

游泳訓練班的經營與管理可以帶入全面品質管理的方法，首先認清消費者的需求，管理單位並於每一階段進行檢核，包括師資培訓、簡章擬定、行銷與宣傳、招生與報名、教師與教學、人員與硬體，以及學員再購意願的檢核等步驟，藉此提升教學成效與整體滿意度，進而建立良好口碑與高評價的再購意願（張振國，2008；陳瑞辰等，2011）。

五、結論與建議

淡水地區暑期游泳訓練班在社會兩性平權的觀念之下，男性與女性學習游泳的比例接近相等，然而不同性別間由於生理發展與盥洗更衣需求的差異，會導致男性學員滿意度普遍高於女性學員；年齡層的主要部分情形，符合多位學者所提出的最適學習游泳年齡階段；行銷招生之區域範圍，應鎖定交通路程 15 分鐘以內為主要行銷宣傳的範圍；參與身分經由擴大調查對象範圍，發現一般民眾於暑假期間具有廣大的游泳學習需求，然而一般民眾或社會人士的滿意度卻普遍低於教職員子女或學生族群，因此，經營單位尤須瞭解該族群的學習需求；參與形式與今日少子化的社會型態相呼應，因此，業者可透過二人同行或現有學員推薦享有費用優惠的方式，提高總報名人數，此外，課程中宜提高同儕間互動參與的機會與頻率，以提高學員的正向滿意度。

課程滿意度的提升，有助於顧客再購意願的提升。而影響課程滿意度的因素包括教學成效、教練知能、教學態度、器材運用、進度掌控、安全環境、樂趣教學、互動支持、多方溝通、軟體人員、硬體環境、課程制度與行政服

務等。師資與教學因素是過去主要影響再購意願的因素，然而今日游泳訓練班業者在房價物價飆漲而民眾薪資水平微漲的經濟條件之下，尤須研擬定價的策略，因為民眾考量報名費用是影響其再購意願的主要因素，教學成效因素則為次要影響因素。因此，於實務上建議如下三項：(一）透過理論與實務狀況建立嚴謹的定價策略與策略性的優惠活動折扣，例如：二人同行、學員推薦、舊生折扣等優惠策略；(二）系統性優化師資與教學內容，提供多樣化水域教學活動體驗，並增加家長溝通資訊傳遞時間；(三）運用全面品質管理的理念與方法，提升經營與管理的各階段品質，例如：軟體人員（教練、救生員、櫃台人員)、硬體設施（教具、水質、空氣、更衣盥洗設備)、行銷策略(專屬 APP、Facebook)、課程制度(教學方法、教學進度、教學技巧）等。

後續研究建議則有三項：(一）由於本研究採隨機抽樣法進行研究對象的選取，因此，所選取的對象可能包含第一次或非第一次報名游泳訓練班的學員，但為求更具體地得知顧客再次消費所重視的關鍵因素，是故，建議未來研究可以合目標抽樣（judgemental sampling）的方式，從母群體中抽取具有代表性的樣本（王文科、王智弘，2014)，亦即調查已具有實際再購行為之顧客所重視的服務項目或滿意因素，以利持續強化該品質或因素，來穩固或提升游泳訓練班的經營績效；(二）由於本研究輔以焦點團體訪談進行質化資料的蒐集，雖然可以透過團體訪談產生聯合(synergism)、滾雪球(snowballing）與刺激（stimulation）等作用（王文科、王智弘，1999)，但受訪者間亦可能因為他人的回應，而限制自我的表達，因此，未來研究可採深度訪談(in-depth interview）與開放式反應問題（open-response questions）的方式來做深入的訪談，獲取顧客對於游泳訓練班的參與意義(participant meanings)(王文科、王智弘，2014)；(三）本研究以滿意度來預測再購意願，但仍有其他影響再購意願的因素，因此，未來研究可透過文獻的探討，加入影響游泳訓練班再購意願的變項，並結合使用結構方程模式(structural equation modeling, SEM）來進行變項間因果模型辨識、估計與驗證，以建構游泳訓練班的顧客參與模式；(四）為提升研究的外在效度（external validity)，因此，未來研究對象可加入大台北地區知名的暑期游泳教學機構，讓研究結果的類推性更有效度。以利經營單位更深度地了解顧客參與的內在判斷與考量因素。

參考文獻

內政部戶政司全球資訊網（2016年7月31日）。**鄉鎮戶數及人口數**。取自 http://www.ris.gov.tw/346

王文科、王智弘（譯）（1999）。**焦點團體訪談：教育與心理學適用**（原作者：Vaughn, S., Schumm, J. S., & Sinagub, J.）。臺北市：五南。(原

著出版年：1996）。

王文科、王智弘（2014）。**教育研究法**。臺北市：五南。

尼爾森（2016年11月9日b）。台灣消費者信心指數第三季增加2點至75點。**尼爾森新聞中心**。取自 http://www.nielsen.com/tw/zh/press-room/2015/taiwan-consumer-confidence-score-increased-2-points-to-75.html

尼爾森（2016年8月9日a）。尼爾森：第二季全球消費者信心持平 台灣下滑 3 點至 73。**尼爾森新聞中心**。取自 http://www.nielsen.com/tw/zh/press-room/2015/news_taiwan_2016_q2_cci.html

朱嘉華（2008）。游泳運動對血壓之影響。**大專體育，98**，175-180。 doi: 10.6162/SRR.2008.98.27

行政院主計處（2017年3月4日）。**歷年受僱就業者每月主要工作之收入**。取自 https://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=40577&ctNode=4987&mp=1

吳永祿（1996）。**臺北市國民小學游泳規劃設計之調查研究**（未出版之碩士論文）。國立體育大學，桃園市。

李城忠、陳益壯（2005）。運動服務業關係品質對顧客忠誠度影響之探討－台中YMCA游泳俱樂部之實證研究。**人文暨社會科學期刊，1**（1），91-108。 doi: 10.7118/JHSS.200506.0091

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

李蕙貞、陳美芳、陳仁精（2009）。暑期游泳訓練班學員家長期望與滿意度之研究。**雲科大體育，11**，61-71。 doi: 10.6619/YKDTY.2009.11.3

林保源（1997）。全面品質管理在營利性游泳訓練班的應用。**中華體育季刊，11**（1），80-87。 doi: 10.6223/qcpe.1101.199706.1610

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

侯堂盛、楊孟華（2014）。嘉義縣國小學童參與游泳課的動機與社會支持之研究。**輔仁大學體育學刊，13**，20-33。

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。 doi: 10.6782/BCJ.201406_(18).0007

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

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。**屏師體育，7**，151-167。

教育部（2009年7月31日）。**學生游泳能力121計畫。教育部體育與健康教育資訊網站**。取自http://www.sports.url.tw/index.aspx

教育部體育署（2013年3月11日）。**游泳池管理規範。植根法律網**。取自http://www.rootlaw.com.tw/LawArticle.aspx?LawID=A040360001002500-1020311

許家榮（2002）。**消費者選擇游泳池之考量因素與泳池價格彈性之研究**（未出版之碩士論文）。國立臺灣體育學院，臺中市。

許富淑（2013）。游泳初學者教學技巧之探討。**學校體育，138**，74-83。

陳秀華（2004）。**台北市國小學生游泳能力之調查研究**（未出版之碩士論文）。臺北市立大學，臺北市。

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。

陳明坤（2006）。國立中興大學游泳教學滿意度之研究。**中華民國大專院校95年度體育學術研討會專刊**，76-81。 doi: 10.6695/AUES.200604_95.0014

陳瑞辰（2018）。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。**運動休閒管理學報，15**（2），23-48。 doi: 10.6214/JSRM.201806_15(2).0002

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。

陳瑞辰、陳逸政、李俞麟（2014）。淡江大學重量訓練室服務品質與再使用意願之研究。**真理大學運動知識學報，11**，69-87。 doi: 10.6976/TJP.201111.0038

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: 10.6169/NCYUJPEHR.13.1.07

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。

楊美玲（2016年10月28日）。景氣差今年周年慶「很淡定」。**聯合新聞網**。取自http://udn.com/news/story/7241/2053300

經濟部研究發展委員會（2016年10月31日）。**國內外經濟情勢分析**。取自 http://www.moea.gov.tw/Mns/populace/introduction/EconomicIndicator.aspx?menu_id=150

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。

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: 10.6222/pej.0036.200403.2014

臺北市政府教育局（2016年7月4日）。**臺北市105年度暑期游泳訓練營實施計畫**。取自 http://www.mqjh.tw/mediafile/1901/news/19/2016-6/12016-6-2-9-5-38-nf1.pdf

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。 doi: 10.5297/ser.200512_7(4).0007

蔡良有、林裕仁（2003）。游泳教學時間與距離的最佳化控制。**文化體育學刊，1**，53-64。 doi: 10.6634/JPSS-CCU.200301.01.06

鄭順璁（2001）。臺北市YMCA游泳訓練班消費者行為之研究。**國立體育學院論叢，12**（1），175-187。

鄭麗美、陳念青、武為瓊（2005）。不同游泳教學法對國小學童初學者游泳能力影響之研究。**運動生理暨體能學報，3**，97-107。 doi:

10.6127/JEPF.2005.03.10

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。

賴姍姍、王克武（2010）。游泳訓練班經營策略之探討。**嶺東體育暨休閒學刊，8**，131-139。 doi: 10.29849/JPELLTU.201006.0011

Anderson, D. I., & Rodriguez, A. (2014). Is there an optimal age for learning to swim? *Journal of Motor Learning and Development, 2*(4), 80-89. doi: 10.1123/jmld.2014-0049

Brock, S. J., Buchanan, A., Hastie, P., Russell, J. A., & Blount, A. (2014). Impact of a swim program on African American children's fear of water. *Research Quarterly for Exercise and Sport, 85*(S1), A-54, 55.

Dolan, R. J. (1995). How do you know when the price is right? *Harvard Business Review, 7*3(5), 174-181.

Gerson, R. F. (1999). *Members for life: Proven service and retention strategies for health-fitness and sports clubs*. Champaign, IL: Human Kinetics.

Gourville, J., & Soman, D. (2002). Pricing and the psychology of consumption. *Harvard Business Review, 80*(9), 90-96.

Kim, K. T., Bae, J., Kim, J. C., & Lee, S. (2016). The servicescape in the fitness center: Measuring fitness center's services. *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism, 21*, 1-20. doi: 10.5199/ijsmart-1791-874X-21a

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Harlow, England: Pearson Education.

Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2006). *Introduction to linear regression analysis* (4th ed.). Hoboken, NJ: Wiley.

Muller, W. (1991). Gaining competitive advantage through customer satisfaction. *European Management Journal, 9*(2), 201-211. doi: 10.1016/0263-2373(91)90085-5

Parker, H. E., Blanksby, B. A., & Quek, K. L. (1999). Learning to Swim Using Buoyancy Aides. *Pediatric Exercise Science, 11*(4), 377-392. doi:

10.1123/pes.11.4.377

Parvinpour, S. H., & Balali, M. (2016). Effects of dyad training on children's learning of front-crawl swimming. *Research Quarterly for Exercise and Sport, 87*(S1), S114.

Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero defections: Quality comes to services. *Harvard Business Review, 68*(5), 105-111.

Reichheld, F. F., & Teal, T. (2001). *The loyalty effect: The hidden force behind growth, profits and lasting value.* Cambridge, MA: Harvard Business School Press.

Smith, A. L. (2003). Peer relationships in physical activity contexts: A road less traveled in youth sport and exercise psychology research. *Psychology of Sport and Exercise, 4*(1), 25-39. doi: 10.1016/S1469-0292(02)00015-8

Strean, W. B., & Holt, N. L. (2000). Coaches', athletes', and parents' perceptions of fun in youth sports: Assumptions about learning and implications for practice. *Avante, 6*(3), 83-98.

Tanaka, H., Bassett, D. R. Jr., Howley, E. T., Thompson, D. L., Ashraf, M., & Rawson, F. L. (1997). Swimming training lowers the resting blood pressure in individuals with hypertension. *Journal of Hypertension, 15*(6), 651-657. doi: 10.1097/00004872-199715060-00012

Wallace, J. (2006). Principles of cardiorespiratory endurance programming. In L. A. Kaminsky (Ed.), *ACSM's resource manual for guidelines for exercise testing and prescription* (pp. 336-349). Baltimore, MD: Lippincott Williams and Wilkins.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the Academy of Marketing Science, 21*(1), 1-12. doi: 10.1177/0092070393211001