

# 社區游泳課程品質與滿意度之研究

許成源<sup>1</sup>、黃恆祥<sup>2</sup>  
崇右技術學院<sup>1</sup>、經國管理暨健康學院<sup>2</sup>

## 摘要

為瞭解 2005 年社區民眾對當地游泳池所提供課程之品質與滿意度情況，針對 800 位參與社區游泳課程之消費者進行抽樣，研究結果指出：便利抽樣中顯示性別以女性、20 歲（含）以下、教育程度以國中至大學佔多數，其中職業以學生佔最多，個人月收入也以 20,000 元（含）以下佔最多，北、中、南、東部居住地區均相差不多。課程品質因素分別為：「禮貌友善」、「知識技能」、「服務人員」與「以客為尊」。滿意度因素分別為：「學習互動」、「健康環境」與「興趣喜好」。社區游泳課程品質與滿意度之因素呈現顯著正相關，「禮貌友善」與「以客為尊」，「學習互動」與「禮貌友善」以及「健康環境」相關程度最高。性別在課程品質變數獨立樣本 t 檢定達顯著水準，女性比男性對於「服務人員」認同程度較高。教育程度與居住地區在課程品質與滿意度構面因素之多變量分析均達顯著水準（ $\Lambda$  值為.91）。根據研究結果建議社區游泳課程教學與服務相關人員對於前來游泳或參加課程之消費者提供親切的指引與互動式教學，以提升課程之品質，增進學員對課程之滿意度。

**關鍵詞：**社區游泳課程、課程品質、滿意度

# A Study of Quality and Satisfaction of Swimming curriculum in Community

## Abstract

In order to understand residents' perceptions toward the quality and satisfaction of swimming curriculum providing by local swimming pools in 2005, 800 people who had been enrolled for swimming lessons were selected for this study's samples. The personal data of the respondents were mainly female at the age of 20 (or below), students from junior schools to colleges, monthly income no less than NT\$20,000. The dimensions of factors of quality were "friendliness and courtesy", "knowledge and skill", "service people" and "respectful treatment". The dimension of factors of satisfaction were "study and interaction", "environment and health", and "interest and achievement". The factors of quality and about community swimming curriculum were apparently positive related. Among these factors, "friendliness and courtesy" and "respectful treatment" had the highest relevance; "study and interaction", "friendliness and courtesy" as well as "environment and health" had the highest relevance. The t-test showed that gender had significant differences in quality. Female workers were more accepted than male in "service people". In the results of MANOVA analysis, education background and residence had significant interactions in the factors of quality and satisfaction ( $\Lambda = .91$ ). It is recommended that swimming curriculum instructors and service people of the swimming pools should offer kind guidance and interactive teaching for customers coming for swimming or participating classes. By doing this way, the quality of swimming curriculum will be improved and satisfaction of customers will also be increased.

**Key words: community swimming curriculum, quality, satisfaction**

## 壹、緒論

### 一、研究動機

「品質」指的是產品能滿足消費者需求且達無瑕疵，且具備特色、持久、服務、美觀、能力、瞭解及信用，影響服務品質因素包括態度、整體、易得與時效性(Fry, Stoner, & Hattwick, 2001; Juran, 1986; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985; Sasser, Olsen, & Wyckoff, 1978)。滿意度是使用產品前後差異比較，包括重新購買、防止舊客戶流失與賺取利潤等(Fornell, 1992; Jones, George, & Hill, 2000)，也是消費者對服務的期待與預期，以及服務後對實際感受間主觀評價的相互關係(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985)，滿意度通常界定為期待與實際情況之差距，滿足期待時，則有滿意的感覺(Fornell, 1992)。

許多社區或非營利組織因應實際需要而開設運動課程，例如行政院體育委員會、各單項運動協會、基金會、大學院校等單位均開設休閒運動相關課程、育樂營、相關證照或教練講習等。教育課程常指學校、營利或非營利組織等機構提供知識與技能等事物之傳授(Eisner, 1994)，游泳課程是運動休閒相關領域課程，本研究以「社區游泳課程」代表課程名稱。陳信亨(2004)探討國中體育教師籃球與游泳課程之實務知識，以一位年資十年的國中女性體育教師質性取向個案研究，在教學方面主要包括課程安排、認知引導、技能學習、情意養成與評量等方面。原則之特色包括注重參與、實作學習、同儕學習與轉化教材。體育教師實務知識的來源與影響因素包括當前的教學情境(學校活動的參與、實習生的刺激、同事相處、行政資源、教學環境影響、學生的改變)與個人因素(生活經驗與個人特質、師資培育訓練、教學反省、參與進修)共兩大來源。

黃曉晴(2004)探討台南市國民小學學生游泳課學習滿意度及學習成效之現況與差異情形，主要結果顯示台南市國民小學游泳課程學習滿意的程度大致良好、台南市國民小學游泳課程學習成效的表現良好，以情意的學習成效最佳；其次依序為認知與技能、學習滿意度與學習成效達顯著正相關。

張泰榮(2006)探討雲林縣國民小學游泳課程學習滿意度與學習成效之現況與差異情形，研究發現學習滿意度依序為教師教學、班級氣氛、學校行政、場地器材與安全衛生，學習成效依序為情意、認知、技能。國民小學學生之年級、學校規模等兩個背景變項，在學習滿意度量表上有顯著差異，國民小學學生性別、年級、學校規模等背景變項，在學習成效量表上均達顯著差異，國民小學學生學習滿意度與學習成效具有顯著正相關。

本研究之動機在瞭解社區民眾參與當地游泳課程，對課程品質與滿意度之情況，是否達到自我期望與需求，以提供運動休閒機構、政府運動行政部門、學校運動管理等單位，規劃執行游泳相關課程之參考。

### 二、研究目的

探討 2005 年參與社區游泳課程之民眾，在性別、婚姻狀況、年齡與不同地區，對於游泳課程品質與滿意度之交互作用與差異。

### 三、研究範圍

本研究範圍為 2005 年台灣地區社區民眾，運用研究者設計之問卷，採用便利抽樣方法進行抽樣，以探討民眾參與當地社區游泳池之游泳課程，對課程品質與滿意度之感受。

## 貳、研究方法

### 一、研究對象

研究對象為 2005 年台灣地區參與社區游泳課程之民眾，抽樣方法選定 2005 年現有開設游泳課程之社區游泳池，樣本數包括北中南東 4 個地區各 200 份，每個地區選 4 個游泳池，每個游泳池抽樣 50 人，問卷發放量總計為 800 份，分別為：

- (一) 北部的國立台灣師範大學游泳館、台北市中華基督教青年會永吉會所游泳池、中壢市東興溫水游泳池與新竹市台灣基督長老教會聖經學院附設室內溫水游泳。
- (二) 中部的台中豐原帝亞室內溫水游泳池、台中市門諾體育中心、台中市池冠室內溫水游泳學校與台中市泛洋溫水游泳池。
- (三) 南部的台南市長榮女中室內溫水游泳池、台南縣永康市永康活力水療館、台南縣歸仁鄉嘉年華室內溫水游泳池與高雄市名門 SPA 健康世界。
- (四) 東部的宜蘭縣羅東鎮夏威夷活水 SPA、宜蘭市水築館 WATER WORLD 室內溫水游泳池、花蓮縣國立東華大學與花蓮縣溫水復建游泳池。

### 二、研究工具

依研究目的設計「社區游泳課程品質與滿意度問卷」，採結構封閉式答案勾選題及李克特尺度(Likert Scale)之 5 分量表，數字「5」表示「非常滿意」、數字「4」表示「滿意」、數字「3」表示「普通」、數字「2」表示「不滿意」、數字「1」表示「非常不滿意」。社區游泳課程品質與滿意度問卷共計 44 題，內容共分 3 部份：

- (一) 課程品質共 22 題，內容包括交通、報名、資訊說明、服務、專業知識、信賴、信心、原則、過程、安全、設備、器材、建議及品質等。
- (二) 滿意度共 16 題，內容包括學習、自信、互動、友善、成就、放鬆、規畫、健康、喜好、挑戰、趣味性、適應能力、環境以及舒解壓力等。
- (三) 基本資料共 6 題，包括性別、年齡、教育、職業、收入及居住地區。

### 三、效度與信度分析

社區游泳課程品質與滿意度問卷參考游宗仁(2002)、Fry, Stoner, and Hattwick(2001)、Jones, George, and Hill(2000)、Juran(1974)、Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1985)、Ragheb & Beard(1982)等文獻，並針對研究目的加以修正語法與構面，使問卷內容能切合研究主題與目的，合乎內容效度。

Fowler(1993)指出預試之數目一般為 20-50 人，問卷預試採便利抽樣方式，於 2005 年 7 月 10 日至 7 月 15 日至 2005 年 7 月 15 日止在基隆地區社區游泳池抽取

50 位參與社區游泳課程之民眾進行問卷預試，回收之有效問卷共計 46 份。社區游泳課程品質與滿意度問卷之信度分析 Cronbach's  $\alpha$  值為 .97，達高信度 (Gay, 1996, Cronbach's  $\alpha$  值高於 .90 為高信度，.70 為可接受)，其中課程品質萃取出 4 個因素，滿意度部分萃取出 3 個因素，特徵值皆大於 1。

#### 四、資料收集

總共 800 份問卷於 2005 年 8 月 10 日至 2005 年 8 月 31 日在上述社區游泳池進行問卷發放與回收，共收到 753 份問卷，61 份沒有填寫完整而作廢，共 692 份有效問卷，回收率是 94.1%。有效問卷編碼並用統計軟體 Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 中文視窗版 10.0 建檔。

#### 五、資料分析

以次數、百分比表達結果，因素分析抽取以主成分分析法，應用直接斜交轉軸法，達到資料構面縮減的目的。相關分析檢定課程品質與滿意度是否具顯著相關，t 檢定分析性別及婚姻狀況在課程品質與滿意度是否具顯著差異，執行一因子多變量 (MANOVA) 分析各因子在課程品質與滿意度之因素是否具顯著交互作用，事後比較採雪費法， $\alpha$  檢定數值為 .05。

### 參、研究結果

#### 一、基本資料

從有效問卷 692 份中指出：

- (一) 性別：男性佔 199 位 (28.8%)；女性佔 493 位 (71.2%)。
- (二) 年齡：20 歲 (含) 以下佔 355 位 (51.3%)，21~30 歲佔 110 位 (15.9%)，31~40 歲佔 151 位 (21.8%)，41~50 歲佔 70 位 (10.1%)，51 歲 (含) 以上佔 6 位 (.9%)。
- (三) 教育程度：國小 (含) 以下佔 48 位 (6.9%)，國中佔 204 位 (29.5%)，高中職佔 140 位 (20.2%)，專科佔 168 位 (24.3%)，大學佔 118 位 (17.1%)，研究所 (含) 以上佔 14 位 (2%)。
- (四) 職業：軍公教佔 22 位 (3.2%)，自由業佔 31 位 (4.5%)，工佔 7 位 (1.0%)，商佔 60 位 (8.7%)，學生佔 495 位 (71.5%)，服務業佔 33 位 (4.8%)，家庭主婦佔 44 位 (6.4%)。
- (五) 個人月收入：20,000 元 (含) 以下佔 499 位 (72.1%)，20,001 元~30,000 元佔 57 位 (8.2%)，30,001 元~40,000 元佔 55 位 (7.9%)，40,001 元~50,000 元佔 46 位 (6.6%)，50,001 元~60,000 元佔 18 位 (2.6%)，60,001 元以上佔 17 位 (2.5%)。
- (六) 居住地區：北部佔 192 位 (27.7%)，中部佔 183 位 (26.4%)，南部佔 176 位 (25.4%)，東部佔 141 位 (20.4%)。

## 二、因素分析

因素分析抽取以主成分分析法，應用直接斜交轉軸法，達到資料構面縮減的目的，因素分別命名如下：

(一) 課程品質因素分別命名為：

1. 「禮貌友善」：特徵值為 9.55，可解釋 43.41%的變異量，內部一致性係數為.90，請參閱表 1。
2. 「知識技能」：特徵值為 1.88，可解釋 8.54%的變異量，內部一致性係數為.75。
3. 「服務人員」：特徵值為 1.26，可解釋 5.74%的變異量，內部一致性係數為.83。
4. 「以客為尊」：特徵值為 1.01，可解釋 4.61%的變異量，內部一致性係數為.87，四個因素累積變異量為 62.30%。

表 1 課程品質因素分析摘要表

項目	禮貌友善	知識技能	服務人員	以客為尊
社區游泳池運動休閒課程的器材保養良好	.83			
社區游泳池運動休閒課程的設備具現代化	.75			
在社區游泳池參加活動，我沒有隱私安全的顧忌	.75			
社區游泳池重視我所提的建議	.70			
社區游泳池的員工，禮儀很周到	.67			
社區游泳池員工能快速處理我的抱怨	.57			
社區游泳池滿足我個別提出的需求	.50			
我對社區游泳池整體的服務品質感到滿意	.49			
社區游泳課程的設施，安全性高	.41			
社區游泳課程的指導員，具有專業的技能		.84		
社區游泳課程的指導員，具備該項的專業知識		.79		
社區游泳課程的指導員，能滿足我專業知識的需求		.73		
櫃檯人員能提供詳細資訊的說明			.81	
櫃檯人員的說明簡單易懂			.80	
櫃檯人員很有耐心地聆聽我的問題，並且回答我			.74	
社區游泳池之服務，讓我有親切的感覺			.70	
社區游泳池秉持誠信原則站在我的立場著想				-.83
社區游泳池能滿足我在游泳課程需要的用品				-.80
社區游泳課程的服務過程，富有彈性				-.72
社區游泳課程的指導內容，具有一致性				-.69
社區游泳池員工能快速回應我的問題				-.67
我對社區游泳池提供的服務有信心				-.60
特徵值	9.55	1.88	1.26	1.01
變異量	43.41	8.54	5.74	4.61

項目	禮貌友善	知識技能	服務人員	以客為尊
累積變異量	43.41	51.95	57.70	62.30
內部一致性係數	.90	.75	.83	.87

## (二) 滿意度

1. 「學習互動」：特徵值為 6.65，可解釋 41.56%的變異量，內部一致性係數為.87，請參閱表 2。
2. 「健康環境」：特徵值為 1.35，可解釋 8.45%的變異量，內部一致性係數為.78。
3. 「興趣喜好」：特徵值為 1.09，可解釋 6.83%的變異量，內部一致性係數為.75，三個因素累積變異量為 56.84%。

表 2 滿意度因素分析摘要表

項目	學習互動	健康環境	興趣喜好
參加社區游泳課程，使我對週遭事物更加認識	.80		
參加社區游泳課程，幫助我了解自己	.79		
參加社區游泳課程，幫助我了解別人	.78		
我覺得參加社區游泳課程很有趣	.72		
參加社區游泳課程，讓我學習更多各種不同的技術	.70		
參加社區游泳課程，提供我嘗試新事物的機會	.67		
我覺得參加社區游泳課程，帶給我自信心	.66		
參加社區游泳課程能幫助維持健康		.91	
參加社區游泳課程能恢復工作的疲勞		.67	
社區游泳課程場地乾淨清爽		.59	
我在參加社區游泳課程時，所遇到的人都友善		.58	
我喜歡與參加社區游泳課程的人交往		.54	
社區游泳課程，具有趣味性			.81
參加社區游泳課程，純粹是個人的喜好			.80
參加社區游泳課程，對我的體能很有挑戰性			.66
參加社區游泳課程，能促進身體的適應能力			.51
特徵值	6.65	1.35	1.09
變異量	41.56	8.45	6.83
累積變異量	41.56	50.01	56.84
內部一致性係數	.87	.78	.75

## 三、相關分析

相關分析檢定課程品質與滿意度是否具顯著相關，社區游泳課程「服務品質」與「滿意度」變數間以皮爾森相關係數（Pearson Correlation Coefficients）表示之間的相關程度，「服務品質」與「滿意度」之因素呈現顯著正相關，「禮貌友善」與「以客為尊」，「學習互動」與「禮貌友善」以及「健康環境」相關程度最高，

請參閱表 3。由相關分析中顯示，課程品質當中的因素除了互為影響關係之外，更與滿意度呈現互相呼應之趨勢，當社區游泳課程之櫃檯人員亦或教練指導人員，在表達友善微笑親切的問候，社區民眾就會感受到被尊重的服務（方信淵，1998；江盈如，1999），此二項因素在現實生活當中常常是相輔相成，也在研究結果當中顯示出來，表示支持研究之有效度。從研究結果當中也發現民眾參與社區游泳課程所抱持之態度，消費者因應游泳運動本身對身體機能的效應，同時所帶來的附加價值相當高，這也是消費者除了需要被尊重的環境，而且也希望與服務人員以及指導教練有所互動，這樣所創造出來的學習環境是最被消費者所能接受的，也因為如此之健康與互動環境之下，學習之效果更強。由因素分析當中顯示「以客為尊」產生負值，表示在整體大環境皆未能使消費者強烈感受到此種服務，這是值得各設區游泳課程開設時要加強的。

表 3 各變數間的相關係數矩陣

項目	變數	禮貌友善	知識技能	服務人員	以客為尊	學習互動	健康環境	興趣喜好
課程品質	禮貌友善	1.00						
	知識技能	.46*	1.00					
	服務人員	.54*	.52*	1.00				
	以客為尊	.75*	.53*	.57*	1.00			
滿意度	學習互動	.59*	.49*	.46*	.58*	1.00		
	健康環境	.54*	.42*	.45*	.57*	.61*	1.00	
	興趣喜好	.44*	.39*	.33*	.42*	.58*	.59*	1.00

註：\* $p < .5$ 。資料來源：本研究整理。

#### 四、獨立樣本 t 檢定

獨立樣本 t 檢定分析性別及婚姻狀況在課程品質與滿意度是否具顯著差異，分述如下：

- (一) 社區游泳課程「服務品質」之「服務人員」t 值為 2.01，達顯著水準，女性比男性更為滿意社區游泳課程中包括指導員等服務人員所提供之服務，請參閱表 4。研究結果顯示女性對服務人員的感受較為強烈，這些櫃檯工作人員與指導教練提供親切的服務與教學，也讓女性消費者覺得服務人員認真執行其工作，但是對男性消費者則不然。由於問卷未能顯示在服務人員人數方面或是消費者本身之認知方面，僅能推論也有可能是男性消費者詢問時之態度，學習方面不認真或是服務人員人數過少，使男性消費者對此服務不滿意。值得未來後續研究再增加相關方面之設計。
- (二) 性別與各變數在「滿意度」構面因素 t 值均未達顯著水準，此項結果並不令人驚訝，因為此種社區所開設的游泳課程是相當受歡迎的，消費者主動前往報名、繳費與學習，是自動自發的行為，研究結果也顯示在性別方面也無顯著差異之產生，表示男性與女性皆對自身參加的課程同樣滿意。



表 4 性別與各變數間的獨立樣本 t 檢定摘要表

項目	變數	t 值	顯著性	平均數	標準差	比較
課程品質	禮貌友善	1.20	.23	34.00	6.23	女性 > 男性
				33.39	5.94	
	知識技能	-.81	.42	11.88	2.20	
				12.03	2.19	
	服務人員	2.01	.04*	15.70	2.65	
				15.22	2.94	
以客為尊	.18	.86	22.91	4.13		
			22.85	4.10		
滿意度	學習互動	-.11	.91	27.17	4.30	
				27.21	4.19	
	健康環境	-.56	.57	19.53	2.97	
				19.68	3.03	
	興趣喜好	-.26	.80	16.08	2.28	
				16.13	2.44	

註：\* $p < .5$ 。資料來源：本研究整理。

## 五、一因子多變量分析

一因子多變量 (MANOVA) 分析各因子在課程品質與滿意度之因素是否具顯著交互作用，分述如下：

- (一) 年齡在課程品質與滿意度構面因素多變量分析未達顯著水準 (Wilks'  $\Lambda$  值為.97)，表示社區游泳課程之課程品質與滿意度對各年齡層均沒有顯著的交互作用產生，請參閱表 5 多變量顯著性考驗摘要表。
- (二) 教育程度在課程品質與滿意度構面因素之多變量分析達顯著水準 (Wilks'  $\Lambda$  值為.91)，高中職比國小 (含) 以下在「知識技能」的認同程度較高；專科比研究所 (含) 以上在「學習互動」的認同程度較高；國小 (含) 以下與專科比大學以及研究所 (含) 以上在「健康環境」的認同程度較高。高中職在體型與心智行為方面日趨成熟，在游泳教練的指示之下比國小以下的小朋友更能執行在教練傳授的游泳知識，以及在技術方面的學習。專科教育程度則是在了解自己與別人、嘗試新事物的機會、學習更多各種不同的技術、自信心以及認識週遭事物等方面均學到相關的知識與方法，最大的不同，可以了解這些消費者比研究所的消費者的年紀還輕，對許許多多的事務都還是一之半解，這些社區游泳課程也帶給消費者成長的空間 (林美玲, 2000; 高俊雄, 2002)，但是對研究所以上學歷的消費者則不是如此認知，或許所抱持的觀念不同，或是年齡比服務人員與教練都更成熟，在互動與學習方面也就不如較年輕而且能獨立思考的專科消費者。就讀國小的小朋友與專科的消費者到社區游泳池學習這些課程，認為除了能夠維持健

康的習慣之外，場地乾淨清爽，參與的人都很友善，而且也喜歡與參加社區游泳課程的人交往，這些正是社區中各項休閒運動與交誼社團汲汲努力達成的目標（陳正宏，2002），研究結果也發現社區游泳池所開設的課程，促成人與人之間的互動，尤其對小朋友與 20 歲以下之在學學生所產生的效果最大，但是學歷較高例如研究所的消費者則不然。

- (三) 職業在課程品質與滿意度構面因素之多變量分析未達顯著水準 (Wilks'  $\Lambda$  值為.93)，表示社區游泳課程之品質與滿意度對各職業層面均沒有顯著的交互作用產生。
- (四) 個人月收入在課程品質與滿意度構面因素之多變量分析未達顯著水準 (Wilks'  $\Lambda$  值為.94)，表示社區游泳課程之品質與滿意度對個人月收入方面均沒有顯著的交互作用產生。
- (五) 居住地區：在課程品質與滿意度構面因素之多變量分析達顯著水準 (Wilks'  $\Lambda$  值為.93)，南部與東部比北部在「禮貌友善」的認同程度較高；東部與中部比北部在「知識技能」的認同程度較高；東部比北部在「服務人員」與「以客為尊」的認同程度較高；中部與東部比北部在「學習互動」的認同程度較高，而東部又比中部在「學習互動」的認同程度較高；東部比在南部「興趣喜好」的認同程度較高。由研究結果中發現，東部與南部的消費者較深刻感受社區游泳池服務人員親切的問候與寒暄，一方面與人情味較濃厚有關，而另一方面則是北部都會區，人來人往匆匆促促，見面點頭微笑都是一種奢侈，在友善與禮貌表達無法與東部與南部社區游泳池相比（陳景森，1996；游宗仁，2002）。而東部與中部又比北部在「知識技能」的認同程度較高，顯示東部與中部地區之社區游泳課程在傳授技術與技能較為用心，對應上述禮貌友善與人情味，可以了解這些地區的消費者在學習意願較高。再從「服務人員」與「以客為尊」的認同程度比較發現，東部比北部較高，也顯示 2005 年暑假期間，東部地區的社區游泳課程在服務人員提供的服務，以及對待消費者的態度上，讓這些參與課程之學員感受相當深刻（戴旭志，2001），但是以北部而言也不排除每個開班授課之消費者相當多，教練無法顧及太多消費者之學習需求，導致課程品質降低（羅明葵，2001）。在「學習互動」的認同程度而言，中部與東部比北部較高，而東部又比中部更高，由上述論點也因一系列的研究結果指出研究之效度，而且也發現東部地區社區游泳課程在暑假期間與消費者的互動，但是因為沒有進行每班授課人數的調查與整個暑假期間社區游泳池營運收入之情況，無法了解每天密集開班之下，服務人員是否足夠，長時間服務產生疲憊之情況，以及人數眾多而衍生出來的問題，都是未來後續研究很好的主題。

表 5 多變量顯著性考驗摘要表

項目	因素名稱	Λ 值	F 值	事後比較	
<b>(一) 年齡：</b>					
20 歲 (含) 以下	禮貌友善	.97			
21~30 歲	知識技能				
31~40 歲	服務人員				
41~50 歲	以客為尊				
51 歲 (含) 以上	學習互動				
	健康環境				
	興趣喜好				
<b>(二) 教育程度：</b>					
國小 (含) 以下	禮貌友善	.91*	1.71	高中職 > 國小 (含) 以下	
國中	知識技能				4.26*
高中職	服務人員	.91*	1.71	專科 > 研究所 (含) 以上	
專科	服務人員				1.34
大學	以客為尊				3.41*
研究所 (含) 以上	學習互動				2.92*
	健康環境	1.98		國小 (含) 以下、專科 > 大學、研究所 (含) 以上	
	興趣喜好				
<b>(三) 職業：</b>					
軍公教	禮貌友善	.93			
自由業	知識技能				
工	服務人員				
商	以客為尊				
學生	學習互動				
服務業	健康環境				
	興趣喜好				
<b>(四) 個人月收入：</b>					
20,000 元 (含) 以下	禮貌友善	.94			
20,001 元~30,000 元	知識技能				
30,001 元~40,000 元	服務人員				
40,001 元~50,000 元	以客為尊				
50,001 元~60,000 元	學習互動				
60,001 元以上	健康環境				
	興趣喜好				
<b>(五) 居住地區：</b>					
北部 (台北、桃、竹、苗)	禮貌友善	.93*	6.28*	南部、東部 > 北部	
中部 (中、彰、雲、嘉)	知識技能			7.84*	東部、中部 > 北部
南部 (台南、高、屏)	服務人員	.93*	6.28*	東部 > 北部	
東部 (宜蘭、花、東)	以客為尊			4.25*	東部 > 北部
	學習互動			8.08*	中部、東部 > 北部；東部 > 中部
	健康環境	1.75		東部 > 南部	
	興趣喜好				3.09*

註：\*p < .05；資料來源：本研究整理。

## 肆、結論與建議

### 一、結論

- (一) 研究結果顯示人口統計變項中以 20 歲（含）以下的女性學生佔最多數，有可能是抽樣的時間與對象方面而呈現此結果，但是不容忽視的是這個學生區隔的市場，可以好好的開發。
- (二) 本研究再次證明課程品質與滿意度之間密切之關係，對於消費者和顏悅色，親切問候，會讓消費者感受到被尊重的感覺。另一方面，社區游泳課程服務的品質愈高，則產生的滿意度也愈高，這是無庸置疑的結果。
- (三) 性別的不同對於服務人員的服務態度與言語行為的感受也不同，也有可能是因為對待服務人員的態度也不同，因此服務人員的回應也不會一樣，研究顯示女性對於社區游泳課程服務相關人員服務態度等方面較為認同。
- (四) 教育程度的不同也會對於社區游泳課程品質與滿意度產生不同的看法，例如高中職比國中小的年齡稍長，對於提供的游泳技能與知識也愈能體會。而教育程度在大學與研究所以上的學員，在課程學習以及與教練和服務人員之間的互動則沒有專科教育程度的學員來的積極，也有可能是因為教育程度太高所造成的疏離感。
- (五) 居住地區不同對於課程品質與滿意度的要求也不同，各地區皆比北部地區更同意在社區游泳課程品質的要求，也有可能是北部地區游泳課程較為普遍，在此方面之要求也較高，因而有此結果之產生。而社區游泳課程滿意度則是東部地區比其他地區更為滿意，有可能因為互動、服務人員與教練親切等因素造成的結果。從上述研究結果可以了解即使只是地區不一樣，對於社區游泳課程品質與滿意度也不一樣。

### 二、建議

- (一) 社區游泳課程品質方面：社區游泳課程服務的人員包括櫃檯服務人員與教練等，要維持良好的課程品質，必須從各方面著手。具體建議是從參與社區游泳課程最先會接觸到的櫃檯服務人員做起，服務人員必須要不斷的訓練強化，以提供最親切的服務。教練在指導社區游泳課程時，也要調整自身的教學態度，不要因為教學疲憊而忽視用心學習學員的需要，如此互動的教學，會提升教學的課程品質。另一點是「以客為尊」顯示因素負荷量為負值，也可以了解社區游泳課程在對待客戶與學員，並沒有能夠讓這些消費者產生足夠的安全感，在課程指導一致性等方面均需要重新設計，加以改進，對待來學習游泳的消費者和藹的態度，提供適時適當的服務，以增進課程品質。
- (二) 社區游泳課程滿意度方面：不同地區的社區游泳池有不同的經營型態，研究結果也顯示出不同地區方面對於滿意度的交互作用。本研究未進行每週學員人數、開班人數、開班次數、學習時段之調查，但是從網路數據顯示北部與中部地區均有許多游泳池，最有可能因為環境與服務內容而影響課程品質。對於本研究具體之建議是請業者或管理者在游泳池營運與課程提供方面，多與客戶進行溝通，或用海報張貼方式，提醒一些該注意的事項，也同時能夠讓教練知道指導游泳課程必須多付出耐心，在水中吵雜聲音的干擾，會影響學員專注力與聽力，加上手勢與動作之教學，可以拉近彼此的距離，更能提升游泳課程之滿意度。
- (三) 未來後續研究方面：許多研究針對課程、場地、教學之課程品質與滿意度進行調查，但是後續研究對於消費者或顧客是否再度光顧之情況則較少見，建議除了研究課程品質與滿意度之外，再進一步探討再度消費之研究。

## 參考文獻

- 方信淵 (1998)：公立大學游泳池對外開放顧客滿意度之比較研究：以台灣師大、清華大學為例。國立台灣師範大學體育研究所碩士論文。
- 江盈如 (1999)：大台北地區健康俱樂部顧客滿意度、忠誠度以及滿意構面重視度之研究。國立交通大學經營管理研究所碩士論文。
- 林美玲 (2000)：有氧舞蹈運動參與行為之研究－休閒滿意模式之驗證與應用。國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 高俊雄 (2002)：運動休閒事業管理。臺北：志軒。
- 陳正宏 (2002)：非營利組織績效評估指標之研究－以台灣 300 家主要基金會為例。國防管理學院資源管理研究所碩士論文。
- 陳信亨 (2004)：國中體育教師實務知識之個案研究－以國三籃球及游泳課程為例。國立臺灣師範大學體育學系碩士論文。
- 陳景森 (1996)：運動健身俱樂部服務品質之實證研究：以中興健身俱樂部為例。國立台灣師範大學體育研究所碩士論文。
- 黃曉晴 (2004)：台南市國民小學游泳課程學習滿意度。台北市立體育學院運動科學研究所碩士論文。
- 游宗仁 (2002)：全國 YMCA 運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 張泰榮 (2006)：雲林縣國民小學學生游泳課程學習滿意度與學習成效之研究。台北市立體育學院運動科學研究所碩士論文。
- 戴旭志 (2001)：台北市太極拳休閒運動參與者參與動機與行為之研究。中國文化大學運動教練研究所碩士論文。
- 羅明葵 (2001)：持續參與社區舞蹈班婦女在休閒滿意、自覺運動利益與社區意識之研究。國立體育學院體育研究所碩士論文。
- Eisner, E. W. (1994). *The educational imagination: On the design and evaluation of school programs*. New York: Macmillan.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
- Fowler, F. J. (1993). *Survey research methods* (2<sup>nd</sup> ed.). Newbury Park, London: International Educational and Professional Publisher.
- Fry, F. L., Stoner, C. R., & Hattwick, R. E. (2001). *Business: An integrative approach* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
- Gay, L. R. (1996). *Educational research: Competencies for analysis and application*. Englewood Cliffs, NJ: Merrill, Prentice Hall.
- Jones, G. R., George, J. M., & Hill, C. W. L. (2000). *Contemporary management* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
- Juran, J. M. (1974). *Quality control handbook*. New York: McGraw-Hill.
- Juran, J. M. (1986, Aug). The quality trilogy, *Quality Progress*, 19-24.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985, Fall). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, 41-50.
- Ragheb, M. G., & Breard, J. G. (1982). Measuring leisure attitude. *Journal of Leisure Research*, 14(2), 128-140.
- Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of service operations: Text and cases*. Boston: Allyn and Bacon.