

國立臺灣體育大學(臺中)運動管理學系碩士班
碩士學位論文

學習環境知覺滿意度、家長社經地位及知覺風險對
學童後續參與游泳營意願影響之研究

**A Study on Perceived Learning Environment
Satisfaction, Parent Socioeconomic Status, and
Perceived Risk to Continuous Participation in
Swimming Camp**



研究生： 陳甲霖 撰

指導教授：黃彥翔 博士

中 華 民 國 九 十 八 年 六 月
臺中市

謝誌

兩年的時間說長不長，說短不短，一眨眼就結束了。感謝所有在課堂上、課餘後不吝教導的教授們。尤其是指導教授黃彥翔博士，謝謝您願意指導我這位不怎麼用功的學生，由於您的指導，我才能夠順利的畢業。

再則我要感謝我的父母的不厭其煩的時時提醒著我：你問卷發完沒？你論文寫好沒？你要畢業了沒？雖然那使我感到非常的煩燥不安，但也是促使我時時不忘論文的原因。也謝謝我的兩位姊姊，是你們一路支持著我，給我繼續往前走的動力，也希望你們都可以順利完成你們的學業。

碩班的同學 RJ、RGB、士軒、中村、阿 K、小黑、FISH、綠寶、蓓蓓、屁屁、怡婷，碩班的時光因為有你們相伴，才不致於自己在鄉下孤獨終老，希望你們畢業都能找到適合的工作，適合的另一半。

最後，謹以此論文獻給所有我認識的人，因為有你，才有現在的我。

甲霖 謹謝

2009 年 7 月

論文名稱：學習環境知覺滿意度、家長社經地位及知覺風險
對學童後續參與游泳營意願影響之研究

院校所組別：國立臺灣體育大學(臺中) 運動管理系碩士班

研究生：陳甲霖

指導教授：黃彥翔 博士

摘要

本研究旨在探討台中地區池冠游泳池暑期教學營的學童家長社經地位、學習環境知覺滿意度、知覺風險及後續參與意願影響之研究。研究工具以「家長社經地位」、「學習環境知覺滿意度」、「知覺風險」、「後續參與」量表進行資料蒐集，回收有效問卷共 199 份。經統計分析後發現：家長社經地位方面，僅年齡與學習環境知覺滿意度有顯著差異，年紀大於 46 歲的家長對於學習環境知覺的滿意程度顯著的高於小於 35 歲的家長。此外，本研究以學習環境知覺滿意度、知覺風險、後續參與意願進行 SEM 模型驗證，採用 AMOS 7.0 統計軟體進行結構方程模式分析，結果發現，學習環境知覺滿意度對知覺風險有負向顯著影響，知覺風險對於後續參與意願不會直接影響後續參與意願。而學習環境知覺滿意度對於後續參與意願則有顯著的正向影響。

關鍵字：滿意度、知覺風險、後續參與意願、池冠

Title of Thesis: A Study on Perceived Learning Environment Satisfaction, Parent Socioeconomic Status, and Perceived Risk to Continuous Participation in Swimming Camp.

Name of Institute: Graduate Institute of Sport Management

Name of Student: Chia-Lin Chen **Adviser:** Yen-Hsiang Huang

Abstact

The purpose of this study is to discover the perceived learning environment satisfaction, parent socioeconomic status, and perceived risk to continuous participation in swimming camp. The research tool is questionnaire that consisted of 4 parts, which are parents' socioeconomic status, perceived learning environment satisfaction, perceived risk and continuous participation. 235 questionnaires were distributed and 210 returned, valid questionnaires were 199 (85%). After data analysis, there were significant differences between age and learning environment on parents socioeconomic, indicating that the age older than 46 parents are more easier to perceive the environment satisfaction than age younger than 35 parents. The study used SEM-AMOS 7.0 to testify the perceived learning environment, perceived risk and continuous participation. The result indicated that learning environment satisfaction positively impacted perceived risk and continuous participation, while perceived risk did not negatively impact continuous participation.

Key words: swimming camp, satisfaction, perceived risk, continuous participation.

目 錄

謝 誌	I
中文摘要	II
英文摘要	III
表 目 錄	VI
圖 目 錄	VII
第 壹 章	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	4
第三節 研究問題	5
第四節 研究範圍	5
第五節 研究限制	6
第六節 操作性定義	7
第七節 研究貢獻	8
第 貳 章	9
第一節 運動育樂營相關研究	9
第二節 消費者滿意度相關文獻	11
第三節 知覺風險相關文獻	22
第四節 各構面之間相關文獻	28
第五節 本章總結	30
第 參 章	31
第一節 研究流程	31
第二節 研究架構	32
第三節 研究假設	32
第四節 研究工具	33
第五節 量表的編制與施測方法	43

第六節 資料處理與分析.....	45
第七節 正式問卷信效度分析.....	46
第四章	55
第一節 游泳營學童家長社經地位特徵分析.....	55
第二節 各變項之描述性統計分析.....	60
第三節 學童家長社經背景在各構面之差異性檢定 ...	61
第四節 研究假設模式檢定.....	67
第五節 討論.....	75
第五章	78
第一節 結論.....	78
第二節 建議.....	79
參考文獻.....	82
附件一 預試問卷.....	93
附件二 正式問卷.....	98

表目錄

表 2-2-1 滿意度定義表.....	12
表 2-2-2 國內休閒運動消費者滿意度研究衡量構面.....	18
表 2-2-3 游泳池相關滿意度研究結果.....	20
表 2-3-1 消費者滿意度衡量構面.....	25
表 3-4-1 學習環境知覺滿意度之項目分析摘要表.....	34
表 3-4-2 環境知覺量表因素分析摘要表.....	37
表 3-4-3 學習環境知覺滿意度之信度分析摘要表.....	38
表 3-4-4 知覺風險量表之項目分析摘要表.....	39
表 3-4-5 知覺風險量表之因素負荷量摘要表.....	40
表 3-4-6 知覺風險量表之信度分析摘要表.....	41
表 3-4-7 後續參與意願量表之項目分析摘要表.....	41
表 3-4-8 後續參與意願量表之因素分析摘要表.....	42
表 3-4-9 後續參與意願量表之信度分析摘要表.....	43
表 3-5-1 Cronbach' s α 係數之決策標準.....	45
表 4-1-1 學習環境知覺滿意度量表之因素分析摘要表....	47
表 4-1-2 知覺風險量表之因素分析摘要表.....	48
表 4-1-3 後續參與意願量表之因素分析摘要表.....	49
表 4-1-4 信度分析摘要表.....	50
表 4-1-5 學習環境知覺滿意度量表之驗證性因素摘要表..	51
表 4-1-6 知覺風險量表之驗證性因素摘要表.....	53
表 4-1-7 後續參與意願量表之驗證性因素分析摘要表....	54
表 4-2-1 性別次數分配摘要表.....	56
表 4-2-2 年齡次數分配摘要表.....	56
表 4-2-3 教育程度資數分配摘要表.....	57

表 4-2-4 職業次數分配摘要表	58
表 4-2-5 家庭收入次數分配摘要表	58
表 4-2-6 家庭型態次數分配表	59
表 4-3-1 學童家長在各構面之描述性統計分析	60
表 4-4-1 不同性別 T 檢定考驗摘要表	61
表 4-4-2 不同年齡單因子變異數分析摘要表	62
表 4-4-3 不同教育程度單因子變異數分析摘要表	63
表 4-4-4 不同職業單因子變異數分析摘要表	63
表 4-4-5 不同家庭月收入單因子變異數分析摘要表	65
表 4-4-6 不同家庭型態單因子變異數分析摘要表	66
表 4-5-1 基本配適標準評鑑表	68
表 4-5-2 整體模式之適配度評鑑結果摘要表	71
表 4-5-3 研究假設檢定結果	73

圖目錄

圖 3-1-1 研究流程圖	31
圖 3-1-2 研究架構圖	32
圖 4-5-1 模型徑路係數	72

第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

近年來，台灣在經濟、政治、教育方面已有長足之進步，在急速成長之下，社會急遽變遷，競爭也愈來愈激烈，在日新月異的科技影響下，家長們為了要提升子女未來的競爭力，普遍重視智育開發及升學，「萬般皆下品，唯有讀書高」的傳統觀念仍深植人心。學生每日除上課之餘，還必須參加各式各樣不同的才藝班，抑或是課後輔導、開發潛能等課程。一般家長缺乏正確的休閒意識，甚至認為子女參與育樂營等活動對於學業沒有幫助，而覺得在就學期間不需要從事體育休閒活動。課業沉重的壓力嚴重影響學童參與休閒體育活動的觀念及意願。許義雄（1993）提到，由於富裕的物質條件及生活形態的，對青少年的體能及健康亦造成極大的負面影響，如近視、肥胖等。對於日後衍生的健康影響，像是高血壓、精神障礙更是不可而喻。

根據教育部公布的 94 學年度中心學體適能評估的結果，台灣於亞洲其他鄰近先進國家相比，無論在身體質量指數（BMI 值）、心肺耐力檢測或是其他體適能項目的表現均落後大陸、日本及韓國學生。因此，教育學童，甚至是教育家長，以提高對於運動休閒活動的重視。提供學童一個參與體育休閒活動的機會，培養對運動的興趣，進而養成正確而且規律運動的習慣，是一個十分重要的課題。不僅可以促進身心健康、舒解壓力，更可以增加讀書效率，提昇生活品質。

因此，最近幾年來，我國政府全力的提倡全民運動，培養發展優秀運動人才，排除各種困難，以提昇運動水準。台

灣本身是個島嶼國家，地處亞熱帶，夏季炎熱，游泳已成為夏季的主要活動。因此游泳更被列為重點發展項目之一。有鑑於此，教育部於民國 89 年研議，提出「提昇學生游泳能力中程計畫」，希望藉此提昇學生游泳能力、養成學生親水能力、游泳運動習慣、豐富休閒運動內涵為目標，將游泳學習的階段從國小開始紮根，要求每位國小學童畢業時能換氣游完 15 公尺、國中生畢業時具備 25 公尺的游泳能力（教育部體育司，2001）。並於 94 年延續此計畫，進而推行「推動學生游泳能力方案」。

不過，在教育部的游泳能力相關成效統計裡提到，全國具備泳池的學校數量明顯不足，有些甚至還是非標準池。而各縣市學校游泳池數量，更可以發現游泳池數量城鄉差距不均，除了台北市資源較充足，有 114 座泳池，其他縣市的泳池數量落後台北市太多，有 10 個縣市數量不超過 10 座，馬祖甚至沒有游泳池可供學生學習使用。

除此之外，即使在游泳池數量較多的城市，學習的環境是否達到家長心中的標準，在設備、教學、服務各方面是否都具有良好的規劃，更影響了學童在游泳營學習的成效。謝效昭（1986）發現父母在為其子女選擇才藝班時，主要會考慮的因素是教學內容、師資、學習地點、環境、開辦機構之信譽和專家名師的指導。因此，本研究針對學習地點之設施資源、服務品質、教學品質等設計問卷量表，調查家長對游泳營的學習環境知覺滿意程度。

金車教育基金會執行長孫慶國表示都會區父母社經地位高，選擇性多，只要父母多關心，較容易安排孩子的放假生活（聯合報，2006）。因此，家長社經地位也可能影響是否選擇

游泳營做為子女參與的育樂營。陳雅玟(2002)研究發現家長職業、教育程度、家庭收入等，是影響家長選擇才藝班時做決策的重要因素。因此，家長對兒童參與活動的決定影響力更是不容忽視，家長的社經背景不同，會影響其做決策時的不同。本研究在家長社經背景部份，將從家長教育程度、家庭月所得、家長行業、家庭屬性探討在各構面間是否有顯著差異。

最後，參與任何活動均有風險，水域運動便是其中一種(李明儒，2003；徐欽祥、王翔姿，2005)，程度不一之知覺風險，可能影響家長對於學童水域運動參與及安全造成影響。換言之，個人對情境之不確定與不可控制程度，或者無法預期之結果，即存有知覺風險，將會影響消費者行為(Baird & Thomas, 1985；Murray & Schlacter, 1990；Stone & Gronhaug, 1993；Mitchell, 1993；Dowling & Stalin, 1994；葉日武譯，2004)。因此，本研究將探討家長是否會因學童參與游泳營的活動不放心，使其知覺風險提高，是否進一步影響其參與意願。

綜合以上所述，本研究欲探討不同家長社經地位之學習環境滿意度、知覺風險對學童參與游泳營意願的影響。可以提供一般企業經營游泳育樂營作為參考。

第二節 研究目的

本研究之主要目的在於了解參與游泳營的學童家長是否會因為社經地位不同、學習環境滿意度、知覺風險程度的高低影響，而選擇其他學習環境較完善，或是知覺風險較低的游泳育樂營。本研究也會進一步探討這兩者對於家長影響的重要程度關係。研究目的的分述如下：

- 一、了解家長對於學習環境的滿意程度是否會因社經地位的不同而有差異。
- 二、了解不同社經背景家長對於知覺風險程度是否有所不同。
- 三、了解家長是否會因社經地位的不同在後續參與意願上有顯著差異。
- 四、了解對學習環境滿意程度不同的家在知覺風險的程度是否有顯著不同。
- 五、了解家長知覺風險的高低是否會影響其帶領子女參與游泳營的意願。
- 六、了解家長對學習環境的滿意度對於後續參與游泳營意願的影響。

第三節 研究問題

根據上述之研究目的，本研究所要探討的主要問題如下：

- 一、不同社經背景家長對於學童參與游泳營的學習環境知覺滿意程度為何？
- 二、不同社經背景家長對於學童參與游泳營的知覺風險程度為何？
- 三、不同社經背景家長對於學童後續參與游泳營意願的程度為何？
- 四、家長游泳營學習環境滿意度、知覺風險及學童後續參與游泳營三者之間的關係為何？

第四節 研究範圍

本研究以台中市地區池冠游泳學校在暑期間舉辦游泳營參與學童之家長為研究對象。問卷發放採便利抽樣，針對家長社經地位、學習環境滿意度、知覺風險及後續參與意願四個構面進行問卷調查。

第五節 研究限制

- 一、本研究工具採問卷調查法，因為調查問卷為自陳量表，研究者無法完全控制受試者填答問卷的真實程度，故只能假設所有受試者在回答問卷題項時皆據實回答。
- 二、因研究者經濟能力及時間有限，無法調查大範圍的游泳育樂營家長帶領女子參與之意願。本研究之範圍僅限於台中池冠游泳教學系統，至於其他縣市的影響程度，本研究結果只能提供參考。
- 三、目前國內體育育樂營種類眾多，無法一一調查。本研究以游泳育樂營作為此次研究對象，無法套用到其他不同類型的育樂營。因此對於不同類型的育樂營，此研究結果僅供參考。

第六節名詞操作性定義

為了方便閱讀者了解本研究主題與陳述說明，配合研究需要，此研究探討有關的名詞，依其涵意及操作性定義分別定義如下：

一、游泳育樂營

指結合娛樂活動和學習游泳能力、技巧，經政府立案成立之游泳池開設之育樂營，亦或是在政府、學校單位在假期中對外招收學生開設的游泳育樂營。

二、游泳育樂營學童

意指參與游泳育樂營之消費者。本研究的學童定義為暑期參與上述之游泳育樂營之學童。

三、游泳育樂營家長

凡帶領學童參與游泳營且具有經濟獨立的家長、監護人、親友，為本次研究問卷調查對象。

四、家長社經地位

本研究所指家長社經背景包含家長性別、家長年齡、家長教育程度、家庭月所得、家長行業及家庭屬性。

五、學習環境

包括了環境設施、教學品質、服務品質等與學習環境知覺滿意度相關之因素。

六、知覺風險

本研究將知覺風險定義為「家長對於子女參與游泳育樂營學習游泳技巧、或從事水上遊憩等各種育樂營設計之活動，其可能知覺到的不確定狀態風險」。

第七節 研究貢獻

本研究貢獻敘述如下：

- 一、了解目前台中池冠游泳營學童家長對於學習環境知覺滿意程度，以及知覺風險對於後續參與的影響，可以提供主辦單位參考並改進整體規劃以提高消費者滿意度。並針對消費者知覺風險較高的部份擬定改進方案。
- 二、家長社經地位於各構面間的關係程度，可供企業或主辦單位於行銷宣傳時可以了解社經背景變項於各構面間所重視的因素為何。
- 三、研究結果可供往後游泳育樂營及相關研究者參考。

第貳章 文獻探討

本章的重點在了解學習環境滿意度、知覺風險、後續參與意願的相關文獻。並根據文獻建立起第參章研究架構。以下將以體育育樂營、消費者滿意度、知覺危險來探討。

第一節 運動育樂營相關研究

一、何謂運動育樂營

江良規（1968）曾指出，「體育是有意設施的學校教育的一部份，使學校課程和生活 在德、體、智、群四方面趨於平衡，使受教育的學生獲得完整的生長發展。」翁志成（1999）將本國的體育內容分為體育課、校內活動及比賽和校外比賽三部分。由此可見，體育育樂營活動乃因應時代潮流與社會需求而生。教育部所頒訂之「學校體育實施辦法」及「中小學生體育育樂營實施要點」（教育部體育司，1999）中以「體育育樂營」稱之，晚近研究或稱之「休閒運動育樂營」，本研究以暑期所舉辦的游泳育樂營作為研究對象，其游泳營活動宗旨及內涵乃以運動技能學習和遊戲為主體。因此，從活動內容及目的而論，以「運動育樂營」一詞來表述本研究學童利用假期參與之游泳育樂營應更為恰當。

二、運動育樂營的價值

教育部所制訂的「推展學校體育中程計畫」中，特別強調體育活動辦理的優先與重要性（洪嘉文，2001）。因社會型態與風氣丕變，我國中小學生普遍缺乏正當身體活動和娛樂的機會，加以不良傳播資訊影響，少年犯罪及偏差行為逐年加劇，

令人憂心（陳俐蓉、古博文，2001）。為導正此現象，宜鼓勵其參與休閒運動，體委會所頒訂的跨世紀體育發展指標中，以提高青少年休閒運動參與以降低偏差行為發生列為重大策略（行政院體育委員會，1999）。

根據教育部（1999）說明育樂營目的為：（一）倡導正常、健康性的休閒育樂活動，培養正確休閒知識，達成鍛鍊學生體能，調劑其身心健康，並為全民運動紮根；（二）兼顧知性、感性，融合大自然之休閒運動，寓教於樂，培養青少年樂觀、積極進取之情操，以減少青少年社會問題之發生。

另就休閒運動從事的形態而言，以多人共同參與的運動項目或活動方式較為特殊（趙鈇，1990）。團隊式體育活動不僅可鍛鍊學生體魄，建立健康體態和生活觀念，更可培養學生守法重紀、自治尚武的運動精神。學生在活動進行當中，適應既競爭且合作的團隊生存模式，達到相互支援、互利共榮的活動目的，正是現代民主社會所強調的公民特質，也是教育當局特別重視體育育樂營推展的動機所在（周文祥、李蕙貞，2000）。

三、兒童暑期育樂營的概況

有關夏令營活動，根據陳盛雄（2004）所歸納之現代台灣營隊文化的變遷相關因素可知，兒童夏令營於1980年代為成長期。兒童夏令營雖然行之多年，由於其舉辦門檻障礙較低，將來會有更多的夏令營出現，但是，具有口碑的夏令營，國內仍不多（盧焰章，2002）。兒童是國家未來的主人翁，而真正有關適合兒童的夏令營的相關研究卻很少。目前國內各級學校升學，雖已採取多元入學方案，但大多數學生下課後與假日仍參加課業補習與才藝學習，休閒運動時間相對的減少（教育部，

2004)。因此，「各級學校體育實施辦法」第十四條規定各校體育主管單位與相關單位應運用課程時間或假期定期籌劃舉辦體育育樂營，充分提供學生參與休閒運動之機會。而兒童及少年福利法第19條也規定直轄市、縣（市）政府，應鼓勵、輔導、委託民間或自行辦理兒童及少年適當之休閒、娛樂及文化活動。

第二節 消費者滿意度相關文獻

一、消費者滿意度定義

自從Cardozo (1965) 將「消費者滿意度」的概念導入行銷學的領域之後，陸續有許多的學者投入此領域的研究，然而學者對於「消費者滿意度」的定義仍有不同的看法。Howard 與 Sheth (1969) 認為滿意度是購買者對於犧牲其他選擇所獲得的適當或不適當報酬之認知狀態。Hunt (1977) 指出消費者滿意度即是在特定環境下，對於使用產品所獲得的價值程度，所產生出一種立即性的情緒反應。從行銷管理的觀點，使顧客滿意不但可以不斷的與舊有的顧客維持關係，並可提升舊顧客使用的意願，並經由舊顧客的正向口碑來獲得新顧客。許多學者相繼提出對顧客滿意度的不同觀點，綜合來說就是消費者在消費前後所知覺到不同的訊息，與其期望是否有落差，在消費以後予以整體性的評估。綜合各學者之滿意度定義，本研究將滿意度定義為「消費者在對其所知覺到的服務，包括產品、服務、品質、價格及時程等在內的綜合特性時，所反應出的滿意與不滿意程度差異。」本研究將其彙整如表2-2-1。

表 2-2-1 滿意度定義表

學者	年代	定義
Westbrook	1980	顧客滿意程度是消費者將實際從產品中所獲得的與先前對產品表現的期望作一比較的認知過程評價。
Oliver	1981	滿意是消費者對事務的一種暫時性、情緒性反應。
Churchill & Surprenant	1982	顧客滿意度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和投入成本所產生的。
Woodruff, Cadotte & Jenkins	1983	顧客滿意程度是從消費者經驗裡所產生的情緒反應。
Tes & Wilton	1988	顧客滿意程度可以視為一種顧客對於事前預期與認知績效間知覺差距的評估反應。
Oliver	1988	顧客滿意是一種結合認知與情感的綜合評量。
Engel et al.	1993	顧客在使用產品之後，會對產品績效與購買前信念二者之間的一致性加以評估。
劉天祥	1994	「顧客滿意度的指標」評價的構成要素有二，其一為有形、無形（服務）的「商品力」，其二為商品以何種方式傳送給顧客。也就是整體系統的「銷售力」。

(續下頁)

表 2-2-1 (續) 滿意度定義表

學者	年代	定義
Anderson et al.	1994	顧客滿意度區分兩個觀點，特定交易觀點指顧客滿意度是顧客對某一特定購買場合或購買時點的購後評估，可提供對特定商品或服務之績效診斷資訊；而累積交易觀點則指出顧客滿意度是顧客對商品或服務之所有購買經驗的整體性評估，可提供企業過去目前與未來經營績效之重要指標。
Ostrom & Iacobucci	1995	「滿意/不滿意」是一項相對的判斷，它同時考慮一位顧客經由購買所獲得的品質和利益，以及為達成此次購買所負擔的成本和努力。
Hernon et al.	1999	顧客滿意度應包含兩部分： (1)對直接接觸之人員的滿意度。 (2)整體服務滿意度。
Kotler	1999	顧客滿意度是一個人所感覺的愉悅程度高低，係源自其對產品知覺績效和個人對產品的期望，兩相比較後所形
陳沅易	1999	顧客的滿意度會受到產品績效與原先期望的影響，並且由兩者的相互作用所共同決定，而消費者的主觀情感有時也會影響顧客滿意度的形成。
Zeithaml & Bitner	2000	顧客滿意會受到特定產品或服務的特性、顧客情感、服務成功或失敗的歸因、以及他們對於公平的認知所影響。

表 2-2-1(續) 滿意度定義表

學者	年代	定義
林公孚	2001	顧客滿意度是顧客經歷許多正面或負面因素經驗的結果，出現較多的滿意因素時，顧客滿意度較高，反之則低。
ISO9000 品質管理系 統	2001	顧客滿意度係指「顧客對其所接受服務，包括產品、服務、品質、價格及時程等在內的綜合特性之反應，有不滿意的、滿意的或欣悅的區別，在程度上亦有所不同，故用顧客滿意度予以區分」。
衛南陽	2001	(1) 簡單的定義：找出顧客的需要，然後滿足他。 (2) 複雜的定義：以最快、最直接、最符合顧客意願的作法，比競爭者更早去預先滿足顧客的需要。獲得顧客的信任，使他們成為終生顧客，進而達成共存共榮的目標。 (3) 精華的定義：即是客觀、理性、認真、實行。
鄭順聰	2001	消費滿意是顧客對於產品或服務在使用或感受後經過評價與比較，由心理直接反映出來的喜歡或不喜歡、滿意或不滿意的一種態度。
Kotler	2003	滿意是顧客對於產品或服務是否能滿足其所需要與期望的評價。

(資料來源：本研究整理)

二、消費者滿意度理論

從文獻中探究消費者滿意度的相關文獻發現，由於各學者的研究重心與主題不同，所以至今未有一致共識。Oliver 與 Desarbo (1988) 將消費者滿意度研究的主要分為三大類。這三大致分別為：

(一) 期望 - 失驗模式 (Disconfirmation of expectations model)

期望 - 失驗模式主要包含「期望」的形成，以及期望經由與績效的比較所形成的「失驗」所組成。所謂的失驗是指消費者消費前對產品或服務的期望與消費後的實際認知兩者間的差距，而衡量的方式。

Swan 與 Trawick (1981) 提出「推論失驗」(Inferential disconfirmation) 以全面性的去測量「期望 - 失驗模式」，而 Oliver (1981) 以提出將消費者在接受服務前與服務後的評估加以分開計算，即及可得到消費者對服務的預期與認知服務績效間的差異程度，是一種差距得分的概念(李孟陵，2002)。

(二) 利益觀點模式 (Perspective of interest model)

1. 公平理論 (Equity theory)

公平理論由 Huppertz, Arenson 與 Evans (1978) 首先提出運用到行銷領域，認為消費者在消費過程中獲得產品價值或服務品質與投入的價格即 output 與 input，與交易中的其他夥伴做比較，以得出滿意程度的判斷，當消費者覺得自身的獲得與投入比交易中夥伴相等時才會感到公平，此時消費者滿意產生；當消費者覺得自身的獲得比其他夥伴高時，消費者滿意提升；當消費者覺得自身的獲得比其他夥伴低時，消費者產生不

滿意。Oliver 與 Desarbo (1988) 也指出當消費者感到公平即結果與投入比例為公平時，會感到滿意。

2 . 歸因理論 (Attribution theory)

歸因理論由Weinerl 與 Lerman (1985) 將此理論引進消費者滿意的架構中，認為「滿意」是某種歸因的函數，若將行為歸因於外在環境時，稱為外在歸因或情境歸因；歸因於行為者本身時，稱為內在歸因或個人歸因。Binter (1990) 認為歸因是人們對自己行為、他人行為或觀察事件之原因的認知。

Folkes (1984) 的研究指出，內部因素對滿意度的影響要比外部因素影響大，而消費者會將消費結果分成「成功」或「失敗」，並依據產生原因的場所、造成消費結果的原因是否穩定與發生的原因是否在控制之下，來推論發生不同消費結果的原因。

(三) 補償過程理論 (Redress theory)

一般的消費理論是以影響滿意度的因素為研究的重點，但是最近重視所謂的「售後服務」，因此，研究的方向有朝「購後行為」發展的趨勢，企圖從不滿意的情況下來探討消費行為，也就是當消費者不滿意時，是否會採取行動或採取何種行動來獲得補償的過程，也間接探討了消費者滿意對購後行為的影響。

三、消費者滿意度衡量構面

國內眾多學者研究消費者滿意度，而因研究對象不同，使用不同構面量表來衡量研究對象之滿意度。大致上可分為企業形象、服務、產品、設施、環境、價格等。以下將分為幾個較常用的衡量構面探討：

(一) 企業形象

企業形象代表企業品質、文化。一個擁有良好企業形象的公司，消費者消費時會根據心中企業的形象去選擇自己所需要的產品。

(二) 產品與服務

產品又可分為有形產品與無形產品，消費者在消費時不僅僅要求有形產品的品質、實用性等，售前與售後的服務也是考量的因素。故有形產品必須要有無形產品的輔助才能達到高銷售額的目標，也就是服務。因此在消費者滿意度的衡量構面中，服務佔很重要的一部份。

(三) 設施與環境

俱樂部、游泳池等俱樂部，因為沒有實質的產品，因此在設施與環境上則顯得格外重要，美化過的環境、新穎的設備能夠吸引消費者進門消費。不僅如此，還得具備安全、清潔等其他條件。

(四) 價格

價格一向是消費者最重視的一環，定價的策略決定消費族群。若定價決策不正確則無法使目標消費者進門消費。

國內休閒運動消費者滿意度研究衡量構面請見表2-2-2。

表 2-2-2 國內休閒運動消費者滿意度研究衡量構面

學者	年代	研究對象	衡量構面
沈淑貞	1998	運動健身俱樂部會員	1. 企業形象 2. 地點及促銷 3. 產品滿意度
江盈如	1999	健身俱樂部會員	1. 服務人員 2. 便利性 3. 企業形象 4. 售後服務 5. 制度 6. 實體設施和氣氛
范智明	1999	健身俱樂部會員	1. 資訊及商品 2. 人員及聲譽 3. 整體形象 4. 硬體設施 5. 附屬條件
戴宜臻	2002	健康休閒俱樂部會員	1. 身心需求 2. 運動設備 3. 健康食品 4. 餐飲 5. 相關零售品
黃鴻斌	2003	健康體適能 俱樂部會員	1. 服務態度 2. 設備與課程 3. 便利性 4. 價格與促銷 5. 形象與氣氛

(續下頁)

表 2-2-2 (續) 國內休閒運動消費者滿意度研究衡量構面表

學者	年代	研究對象	衡量構面
鍾秋美	2003	游泳會員及 一般消費者	1. 多元設施 2. 服務項目 3. 專業服務 4. 優惠價格 5. 便利通路
李俞麟	2004	游泳俱樂部會員	1. 人員服務與態度 2. 場地設施服務 3. 環境安全與衛生 4. 水質管理及設施維護 5. 企業形象及運動風氣 6. 訂價及促銷活動
吳政謀	2005	運動健身 俱樂部會員	1. 企業形象 2. 服務人員 3. 便利性 4. 促銷 5. 實體設備

資料來源：本研究整理

四、游泳池及游泳育樂營消費滿意度相關文獻

本研究以游泳育樂營為研究對象，而國內有關游泳池消費動機、行為及滿意度的調查研究相當多，有關滿意度方面經整理歸納如表 2-2-3：

表 2-2-3 游泳池相關滿意度研究結果

學者	年代	內容
巫昌陽	1992	對臺北市YMCA游泳教室成人消費行為研究中發現，消費者對於「人員」方面滿意度較高。
黃金柱 等人	1993	針對台北市四季潛水游泳會會員進行研究，結果發現會員最滿意台北市東門游泳池之項目為「交通方便」，對販賣部之滿意度為最低。
陳明坤	1995	研究指出參與者整體選擇態度上對游泳池的水質清潔及游泳場所的安全設施最重要，其次在場所的通風設備，燈光明亮度、淋浴設備的衛生及數量是相當重要的考慮因素。
郭進財	1996	游泳池消費者滿意度之探討-以國立中正大學游泳池為例，研究發現游泳池的經營與規劃與消費者之滿意度有顯著差異。

(續下頁)

表 2-2-3 (續) 游泳池相關滿意度研究結果

學者	年代	內容
戴遐齡	1996	探討暑期游泳訓練班消費者參與滿意度，研究結果發現參與者受教練教學方式、教練教學態度與救生員服務態度影響，而參與者受不同人口變項所影響。
方信淵	1998	研究指出顧客滿意度的比較結果發現雖然在服務品質的場地設施因素與抱怨處理中，師大分部游泳池雖然都排名最後，但是顧客滿意度卻是優於師大本部與清華大學游泳池。
蔡建裕 林志鴻	2000	比較建能及寶清兩家游泳池的門票受費、櫃檯人員、服務態度、就聲援服務態度、停車空間、整體規劃、水池深度、置物滿意度均達顯著差異。
鄭順聰	2001	消費者評估游泳訓練班的準則為水質的好壞、暑期游泳訓練班人員服務態度、游泳池設備、收費價格、暑期游泳訓練班據點環境，在不同婚姻狀況、年齡與顧客滿意度的分析上發現櫃檯服務人員態度在差異考驗達顯著水準。
詹正豐 高三福	2004	以服務品質的向度，建構暑期游泳訓練班之消費者滿意度構面，結果獲得五個穩定的因素，分別命名為「教練教學」、「家長休息區」、「再購意願」、「衛生條件」與「報名服務」。這五個構面亦是消費者所重視的服務項目，可做為衡鑑消費者滿意度指標的參考價值。

資料來源：本研究整理

由上述文獻可知，滿意度衡量構面大致可分為「服務人員態度」、「環境設施」、「專業程度」以及「便利性」。本研究將之修改為較符合本研究目的之學習環境知覺滿意度構面，分別為「設施資源」、「服務品質」、「教學品質」。

第三節 知覺風險相關文獻

一、知覺風險

知覺風險具有高度獨特性與時間動態性，亦即某人知覺為高風險之情境，對其他人可能不然，且不同個體在不同時間之知覺風險程度亦有差異，即當個體在某一時間點知覺為高風險者，在未來某一時間點可能並不知覺為高風險，反之亦然，因此，本研究將從消費者行為衍伸，主要是消費行為為一種從事風險的行為，其面對的不確定性、非預期結果，將影響消費結果，且個體面對不同情境、產品，即存在不同程度之知覺風險，並將知覺風險的概念引用至游泳育樂營參與行為上，茲就知覺風險之相關文獻進行探討。

知覺風險存在於消費者主觀認知，由於無法確定何種消費能符合個體可接受之目標，其存在的不確定因素，讓消費者成為風險的承擔者，即產生知覺風險，且當知覺風險提高時，將直接阻礙消費者對產品的消費意願（Baird & Thomas, 1985；Dowling & Stalin, 1994；Stone & Gronhaug, 1993；李定家，2000；林如瑩，2000；林忠勳，2004；崔雯，2002；郭富馨，2003；陳銘祥，2002；陳廣山，1999；黃富松，2001；黃賢章，2004）。

二、知覺風險之意涵

消費者之任何行為，都可能產生不確定的預期結果，因此，知覺風險普遍存在於消費者行為中（劉根維，2003）。Cox（1967）認為消費者從事每一項消費皆有一組消費目標，當消費者主觀認知無法確定何種購買最能符合可接受的購買目標，或者在購買後不能達到預期目標，其產生的不良後果，皆稱之為知覺風險。

Cunningham（1967）認為知覺風險包括：（一）不確定性因素：即消費者在事前所承受的風險程度，其主觀上認定的可能性。（二）後果因素：風險發生時，每個人對損失的感受不同，導致的結果也會有差異，因此當消費者本身不確定性和損失結果較高時，則消費者知覺風險也會提高。

Baird 與 Thomas（1985）認為知覺風險是指個人對情境風險的評價，亦即個人對情境不確定性可估計的機率和可控制的程度。

Dowling 與 Stalin（1994）認為知覺風險是消費者在進行消費行為時，知覺到不確定性或不利且有害的結果。由於消費者對購買結果無法預知而產生不確定時，知覺風險便會存在於消費者的決策過程中，因為產品資訊的不足或缺乏對產品的知識，消費者所知覺的風險便會提高，且當知覺風險提高時，將會阻礙消費者對產品的購買意願。

葉日武譯（2004）認為知覺風險是指購買產品時必定要面對實際使用狀況與可能預期不符的風險，且由於消費者對於這些風險的知覺各不相同，部分差異來自於每個人過去的經驗與生活型態，因此，知覺風險不但與產品特徵有關，也會受到消費者特徵所影響。

綜上所述，均以探討消費者消費時所產生之知覺風險為主，亦即包括消費前之不確定性風險或是消費後所產生之嚴重性風險為主，兩者差異在於事前不確定性是與產品本身所提供的訊息有關，較傾向個人主觀知覺層面，而購錯的嚴重性是指消費者在選購錯誤之後的損失，是事後性的概念。本研究將知覺風險定義為「家長對於學童參與游泳育樂營從事徒手或各種器具操作之運動或遊憩活動，其可能知覺到的不確定狀態風險」。

三、知覺風險之衡量

知覺風險是一個多構面的概念 (Bettman, 1979 ; Cunningham, 1967; Jacoby & Kaplan, 1972; Kaplan, Syzbillo, & Jacoby, 1974)。個體會因產品 (product)、情境 (situation) 之不同，而產生程度不一的知覺風險，因此，最原始之衡量方法是以此兩個主題作為測試，其衡量方法為：(一) 直接詢問消費者對於產品、品牌、情境的風險。(二) 不直接詢問消費者對於風險的認定，而是利用知覺風險的組成構面 (如財務、功用的不確定性與後果)，將消費者各項目之得分合併計算後，代表消費者之知覺風險 (Bettman, 1979 ; Cunningham, 1967 ; Stone & Gronhaug, 1993)。知覺風險構面經本研究整理如表 2-3-1。

表 2-3-1 消費者滿意度衡量構面

學者	年代	衡量構面
Roselius	1971	提出消費者進行消費行為時可能遭受時間損失、自我損失、金錢損失與危險損失等。
Jocoby & Kaplan	1972	則指出知覺風險包含五種型態的風險： <ol style="list-style-type: none"> 1. 財務風險 (Financial Risk) 2. 績效風險 (Performance Risk) 3. 生理風險 (Physical Risk) 4. 心理風險 (Psychological Risk) 5. 社會風險 (social Risk)
Mitchell	1993	指出消費者知覺風險可歸類為六大構面，分別為： <p>(一)財務風險 (financial risk)：購買產品或消費結果產生的金錢或其他資源的損失。</p> <p>(二)效能風險 (performance risk)：產品購買後無法使用或功能不符合預期。</p> <p>(三)社會風險 (social risk)：產品購買後引起家人或親友的反感。</p> <p>(四)心理風險 (psychological risk)：購買產品或消費結果與個人形象不符造成的心理傷害。</p> <p>(五)身體風險 (physical risk)：消費過程中產生的身體不適或產品設計不良造成的身體傷害。</p> <p>(六)時間風險 (time risk)：消費過程的時間耗費或是產品退回的時間損失。</p>

表 2-3-1 (續) 消費者滿意度衡量構面

學者	年代	衡量構面
Tan	1999	則是利用財務風險、身體風險、時間風險及心理風險等構面，衡量消費者對不同產品所產生的知覺風險。
Bansal & Voyer	2000	利用財務風險、效能風險、身體風險、心理風險、便利風險及社會風險等構面，衡量消費者在進行服務性消費所產生的知覺風險。
賴品戎	2004	<p>將知覺風險區分為五個構面：</p> <p>(一)財務風險 (financial risk)：當消費者認為不值得花那麼多金錢購買此產品時，消費者即會感到此風險。</p> <p>(二)功能風險 (performance risk)：消費者認為該項產品沒有達到預期的利益或目的，產品沒有原想像那麼優良。</p> <p>(三)社會風險 (social risk)：消費者之社會關係人會因為消費者購買此產品而對他產生負面之印象。</p> <p>(四)心理風險 (psychological risk)：關於購買或使用某一項產品導致自我觀念損失而產生心理負擔之風險。</p> <p>(五)時間風險 (time risk)：從事購買的過程中，可能發生時間與努力之損失。</p>

表 2-3-1 (續) 消費者滿意度衡量構面

學者	年代	衡量構面
Murray 與 Schlater	1990	指出知覺風險包含六個構面： (一) 功能風險 (functional or performance risk)：當一品牌或產品的功能不如所預期的那麼好時所造成的損失。
Stone 與 Gronhaug	1993	(二) 財務風險 (financial risk)：消費者的財務淨損失，包括產品可能發生的維修和取代的可能性，或是購買之產品價值低於所支付金額的可能性。
黃智強	1999	
柯維琳	2004	(三) 身體風險 (physical risk)：消費者在使用產品時可能造成的身體傷害。 (四) 心理風險 (psychological risk)：消費者因購買之產品未能達到預期水準，而對自尊或自我知覺產生傷害。 (五) 社會風險 (social risk)：當消費者所選擇的產品不被認同時導致困窘或拒絕。 (六) 時間風險 (time risk)：當所購買的產品無法如預期的發揮功效，則消費者將會浪費很多的時間在產品搜索上。

資料來源：本研究整理

前述，各種產品在每一構面的風險均有高有低，有些產品在所有構面上可能都會有高的風險；有些產品的風險可能集中在某幾項構面，而有些產品可能在所有的構面上知覺風險都很低。亦即個人決策過程均含不同程度之風險，且各學者在研究風險時所提出的風險衡量類型，會因研究主題及對象不同而有所差異，但內容大致包括財務風險（financial risk）、身體風險（Physical risk）、社會風險（social risk）、心理風險（psychological risk）與時間風險（time risk）與功能風險（functional risk）等。故本研究認為家長知覺學童參與游泳育樂營可能衍生的風險為：

（一）「心理風險」：係指家長知覺到學童參與游泳育樂營活動之不可預期或危險性可能對其心理存在負擔之風險。

（二）「財務風險」：係指家長知覺到學童從事游泳育樂營可能金錢會有損失之風險。

（三）「時間風險」：係指家長知覺到學童從事游泳育樂營可能會有時間損失之風險。

（四）「績效風險」：係指家長知覺到學童從事游泳育樂營可能會有無法達到預期結果之風險等四個構面探討之。

第四節 各構面之間相關文獻

一、顧客滿意度與知覺風險的關係

Capon 與 Burke (1980) 提出消費者在涉入高風險的情況將會依賴有用的訊息以降低其所知覺的風險。換句話說，消費者可能會根據過去的經驗以進行購買的決策 (Dowling, 1986)，除了實體的證據之外消費者的滿意度之高低是相當重要的購買經驗。

Pires, Stanton 與 Eckford (2004) 在其研究中發現前次購買經驗若是感到滿意，則消費者之後再次購買所知覺到的風險將會降低。因此，消費者的滿意度之水準將會影響消費者對該產品或服務的知覺風險。

二、滿意度和再購（參與）意願之關係

Anderson 與 Sullivan (1993) 針對顧客滿意度的前因和後果變項做研究，其結果指出顧客滿意度會正向地影響顧客再購買行為，而顧客的再購買行為是顧客忠誠的一種表現行為，所以推論顧客滿意度與顧客再購買行為兩者之間為正相關。

Oliver 與 MacMillan (1992) 指出顧客滿意度與顧客忠誠度間的關係是一種非線性的相關，當顧客滿意度高於滿意水準的臨界點時，滿意度的增加會使顧客再購買的意願快速的增加；反之，顧客滿意度低於滿意水準的臨界點時，滿意度的降低會使顧客再購買的意願快速的減少。

Reichheld 與 Sasser (1990) 認為顧客滿意度會使顧客忠誠度上升，意味著顧客再惠顧意願提高，滿意的顧客將會增加其購買次數及購買量。

Mittal 與 Kamakura (2001) 探討不同顧客特質的情況下，顧客滿意度和再購意願之間的關係，研究結果顯示顧客滿意度和再購意願間的關係是一種非線性的相關。

國內學者華英傑(1996)、賴其勛(1997)、及鄭紹成(1997, 1999)的研究顯示顧客滿意度確實會對購買意願有影響，當顧客滿意度越高，其再次購買可能性就會越高，鄭紹成(1997, 1999)的研究中且顯示，不同的服務補救滿意程度會有不同程

度的購買意願，滿意度愈高，購買意圖愈趨正面。

三、知覺風險與再購（參與）意願的關係

消費者在購買前後的過程中會知覺到風險，並且知覺風險將會對購買的行為與意願產生影響（Hoover, Green 與 Saegert, 1978）。因此，消費者會尋求不同的方式以減少風險的產生，當知覺風險降低時，消費者對該產品或服務的購買意願將會提昇（Murray 與 Schlacter, 1990）。

Garretson 與 Clow（1999）亦發現消費者在購買前後會知覺到不同的風險，當知覺風險過高時，將會降低消費者對該產品或服務的購買意願，如此一來，知覺風險的高低會直接影響消費者的後續參與意願。

第五節 本章總結

總結上述各專家文獻探討，消費者的滿意程度係經過消費行為之後所產生，而不同的消費滿意度將負向影響知覺風險以及正向的影響後續參與意願的程度。

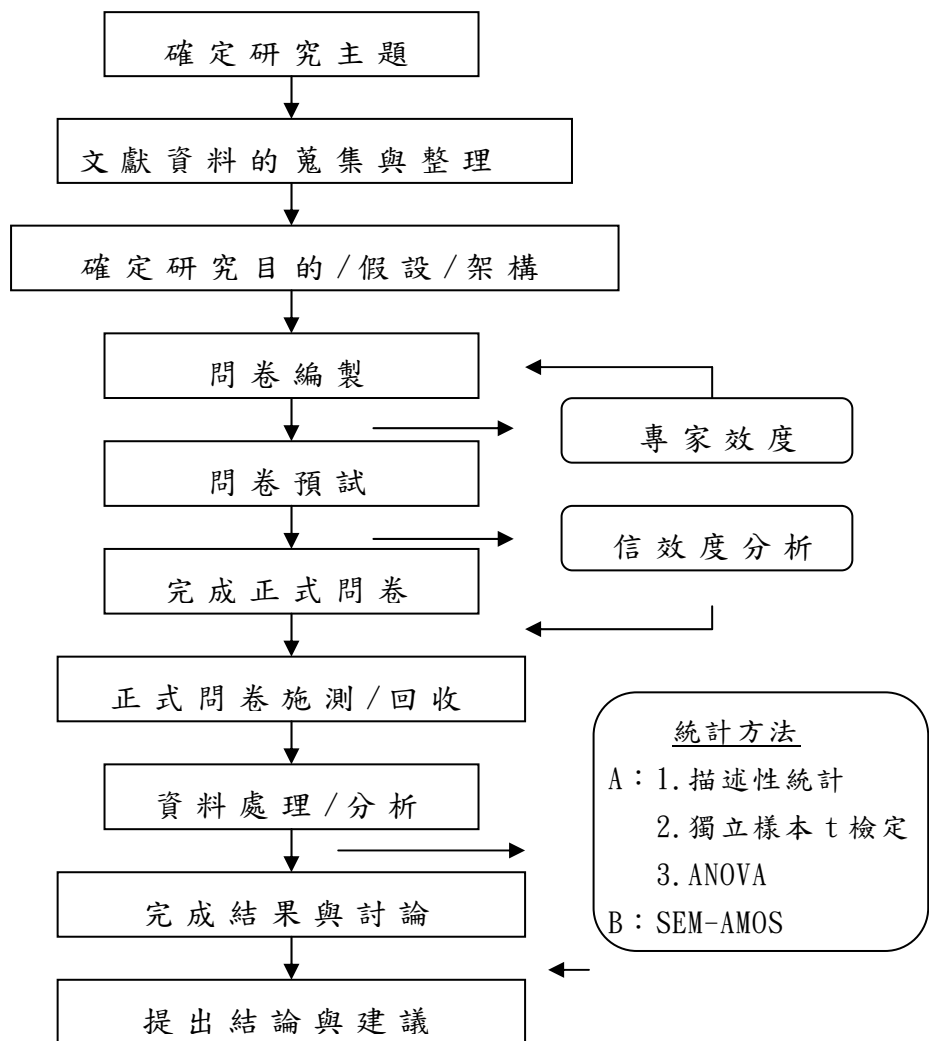
而參與任何活動都有其不同構面及不同程度的知覺風險存在。文獻指出，消費者在購買前後會知覺到不同的風險，當知覺風險過高時，將會降低消費者對該產品或服務的購買意願。

本研究將就學習環境滿意度以及知覺風險兩構面，以及家長對於學童後續參與游泳營意願建構出本研究架構圖，提出研究假設，探討各構面間之影響。

第參章 研究方法

第一節 研究流程

本研究確定題目後，即開始著手蒐集相關資料，將文獻彙整，再進行問卷編制、預試、信效度分析與修與後完成正式問卷，再將其建檔，並用量化統計方式獲取研究結果，最後即根據研究結果提出結論與建議。



第二節 研究架構

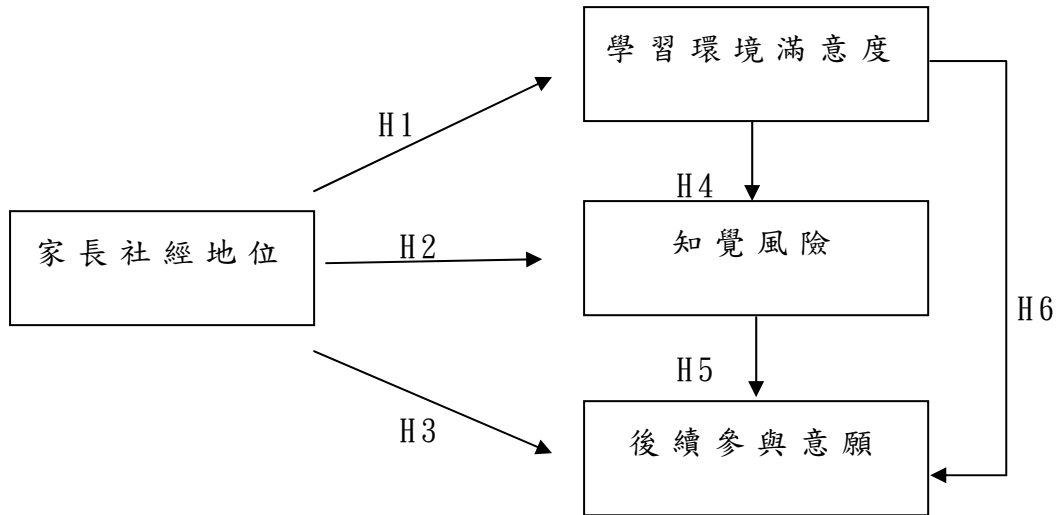


圖 3-1-2 研究架構圖

第三節 研究假設

H1：不同社經地位的家長對學習環境的滿意度會有顯著的差異。

H2：不同社經地位的家長對知覺風險的程度有顯著的差異。

H3：不同社經地位的家長在後續參與意願中有顯著的差異。

H4：學習環境的滿意度會顯著的負向影響知覺風險程度。

H5：知覺風險程度會顯著的負向影響學童後續參與游泳營意願。

H6：學習環境的滿意度會顯著的正向影響學童後續參與游泳營的意願。

第四節 研究工具

本研究以問卷調查作為研究量化之工具，針對嘉義縣朴子地區舉辦97年有舉辦暑期游泳營的游泳池為發放地區進行預試。發放的游泳池數量共有三間，分別為朴子縣立游泳池、焚化爐附設游泳池、朴子私立活水養生館。問卷總共發放72份，回收70份，剔除無效問卷後，有效問卷為66份，回收率92%。問卷發放時間為民國97年7月1日至7月10日。問卷內容共分為四個量表，分別為「家長社經地位量表」、「學習環境知覺滿意度量表」、「知覺風險量表」以及「後續參與意願量表」。

第一部份家長社經地位量表為參考曾雅秀（2006）及許雅婷（2007）年家長社經背景問卷量表編制。量表內容分為六個題項：家長年紀、家長性別、家庭經濟狀況、家長教育程度、家庭型態、家長職業類別。第二部份學習環境滿意度量表參考許雅婷（2007）量表修改，內容大致分為下列三個分量表：設施資源、服務品質、教學品質。第三部份知覺風險量表參考曾雅秀（2006）量表修改，內容包含四個分量表：心理風險、財務風險、時間風險、績效風險。第四部份後續參與意願量表參考陳明坤（2005）量表修改，內含五個題項，初步問卷內容詳見附件一。

本研究問卷編制過程以蒐集、彙整先前研究並選擇與本研究較為相關之問卷作為參考，挑選其中題目並將題項上之語意加以修飾，以期待受測者能清楚明白題目之內涵，進而確實回答再施行預試。預試問卷回收後，以SPSS 12 統計套裝軟體進行資料連檔與統計分析，以編製完成正式問卷，並確定採用之資料分析方法。以下將詳述預試與各分量表的編製過程，最後則為預試研究的結果以做為正式研究的參考。

一、預試施測結果

將問卷編碼輸入後，依據(1)項目分析：以獨立樣本 t 檢定逐題進行高低分組(30%)之總分差異比較，刪除差異值未達 0.05 顯著水準之題項；(2)因素分析：以主成份分析法並配合最大變異法，抽取特徵值大於 1 的因素且剔除轉軸後因素負荷量低於 0.5 者，若有共構的情況發生，則剔除因素負荷量相差小於 0.2 者，做為選題的標準。

(一) 學習環境知覺滿意度量表

1. 項目分析

以 t 檢定進行高低分組(30%)，再以題項總分與高低分組進行獨立樣本 t 檢定，進行項目分析，選取顯著性未達 0.05 之題項。經項目分析後決定保留此量表所有題項，詳細結果請見表 3-4-1

表 3-4-1 學習環境知覺滿意度之項目分析摘要表

題項內容	t 值	p 值
a1 抵達游泳池的交通便利	6.556	.000
a2 游泳教學池的設施規劃良好	6.724	.000
a3 活動遊憩區的設施規劃良好	4.583	.000
a4 游泳池週邊的環境衛生良好	7.962	.000
a5 游泳池的水質乾淨清澈	6.318	.000
a6 游泳池的廁所環境衛生良好	5.588	.000
a7 游泳池的更衣室環境衛生良好	5.695	.000

(續下頁)

表 3-4-1(續) 學習環境知覺滿意度之項目分析摘要表

題項內容	t 值	p 值
a8 游泳池的周遭環境安全性良好	8.175	.000
a9 附屬設施(如停車場、休息區等)的公 設規劃良好	5.744	.000
a10 場地的動線規劃良好	7.138	.000
a11 服務人員的服務態度熱情友善	8.160	.000
a12 服務人員能及時提供服務	7.901	.000
a13 服務人員解說清楚明瞭	10.250	.000
a14 服務人員解說很有耐心	10.250	.000
a15 報名作業程序明確快速	13.223	.000
a16 服務人員對消費者申訴的處理與態度 良好	9.686	.000
a17 服務人員能處理我的個別需求	10.250	.000
a18 服務人員的專業素質高	10.322	.000
a19 每班上課人數適宜	8.869	.000
a20 每班上課學習空間配置得宜	10.295	.000
a21 上課時間的長短恰到好處	9.150	.000
a22 教練上課輔助教材運用靈活	10.388	.000
a23 教練上課教法新穎活潑	10.967	.000
a24 課程編排合宜教材統一	10.295	.000
a25 教練上課示範、講解清楚易懂	8.216	.000
a26 教練上課態度認真	8.911	.000
a27 教練與家長的互動良好	9.225	.000

(續下頁)

表 3-4-1(續) 學習環境知覺滿意度之項目分析摘要表

題項內容	t 值	p 值
a28 教練與學童的互動良好	10.267	.000
a29 教學的成效顯著	8.454	.000
a30 教練具備教學專業素質	10.250	.000

2. 因素分析

因素分析結果得知 KMO 值為 .889，大於 .5，且 Bartlett 球形檢定的卡方值為 2575.001， $P < .001$ 達顯著水準，表示此量表適合做因素分析，且總解釋變異量達 76.29%。

經過因素分析檢定學習環境知覺滿意度量表後，由結果得知題項「附屬設施(如停車場、休息區等)的公設規劃良好」、「抵達游泳池的交通便利」因素負荷量小於 0.5 將之刪除。而「服務人員的專業素質高」、「服務人員對消費者申訴的處理與態度良好」、「教練具備教學專業素質」、「教練上課示範、講解清楚易懂」、「教學的成效顯著」有共構的情況發生，故也將之在正式問卷中剔除。

題項「教練與學童的互動良好」、「教練上課態度認真」、「教練與家長的互動良好」從原來問卷設計時的教學品質子構面移動到服務品質構面。保留之題項請見表 3-4-2。

表 3-4-2 環境知覺量表因素分析摘要表

因素名	題項內容	成份		
		1	2	3
服務 品質	a11服務人員的服務態度熱情友	.867		
	a12服務人員能及時提供服務	.828		
	a14服務人員解說很有耐心	.816		
	a28教練與學童的互動良好	.763		
	a13服務人員解說清楚明瞭	.751		
	a26教練上課態度認真	.732		
	a27教練與家長的互動良好	.722		
	a15報名作業程序明確快速	.713		
	a17服務人員能處理我的個別需	.688		
設施 品質	a4游泳池週邊的環境衛生良好		.830	
	a6游泳池的廁所環境衛生良好		.830	
	a8游泳池的週遭環境安全性良好		.807	
	a7游泳池的更衣室環境衛生良好		.795	
	a5游泳池的水質乾淨清澈		.751	
	a2游泳教學池的施規劃良好		.744	
	a3活動遊憩區的設施規劃良好		.698	
	a10場地的動線規劃良好		.664	
教學 品質	a21上課時間的長短恰到好處			.841
	a20每班上課學習空間配置得宜			.793
	a23教練上課教法新穎活潑			.740
	a22教練上課輔助教材運動靈活			.719
	a24課程安排合宜教材統一			.699
	a19每班上課人數適宜			.672
解釋變異量(%)		29.33 ; 23.93 ; 23.03		
累積解釋變異量(%)		29.33 ; 53.25 ; 76.29		

3. 信度分析

由信度摘要表可發現三構面的 Cronbach' s α 係數分別為 .968、.940、.964，而總分量表的 α 係數為 .973，表示此量表信度非常好，如表 3-4-3 所示。

表 3-4-3 學習環境知覺滿意度之信度分析摘要表

量表名稱	Cronbach' s α 係數
服務品質	.968
設施品質	.940
教學品質	.964
總量表	.973

(二) 知覺風險量表

1. 項目分析

本表經預試後，以 t 檢定逐題進行高低分組 (30%)，選取顯著準未達 0.05 之題項。b1、b2、b3 分別為知覺風險量表之心理風險的「學童在參與活動或教學時，我會擔心他嗆鼻、吃水或溺水」、「我擔心學童在參與活動或教學時受傷」、「我擔心學童參與游泳營後產生身體上的病痛。(皮膚過癢、感冒、中耳炎等)」。

經過項目分析的檢定之後，由於未達顯著水準，將之剔除。詳細結果請見表 3-4-4

表 3-4-4 知覺風險量表之項目分析摘要表

題項內容	t 值	p 值
b1 學童在參與活動或教學時，我會他擔心嗆鼻、吃水或溺水	1.207	.235
b2 我擔心學童在參與活動或教學時受傷	.803	.427
b3 我擔心學童參與游泳營後產生身體上的不適。(皮膚過敏、感冒、中耳炎等)	1.856	.071
b4 我認為讓學童參與游泳營是很花時間的	4.670	.000
b5 我認為帶學童參與游泳營會影響我的工作	4.919	.000
b6 我認為往返游泳池花費我很多時間	4.893	.000
b7 我認為讓學童參與游泳營很花金錢	4.159	.000
b8 我認為讓學童參與游泳營會造成家庭財務上的負擔	3.930	.000
b9 我認為購買學童游泳設備是昂貴的	3.764	.001
b10 我認為游泳營的教學並不如廣告或文宣的那麼好。	7.225	.000
b11 我認為游泳營的教學並沒有我預期的那麼好。	7.135	.000

2. 因素分析

因素分析結果得知知覺風險量表 KMO 值為 .791 > 0.5, Bartlett 球形檢定卡方值為 452.942 ($p < 0.001$) 達到顯著水準，表示此量表適合使用因素分析，其總解釋變異量為 87.71%。本量表因素分析後發現沒有共構以及題項因素負荷量小於 0.5 的情況出現，故保留所有題項。詳細結果請見表 3-4-5。

表 3-4-5 知覺風險量表之因素負荷量摘要表

因素名	題項	成份		
		1	2	3
財務 風險	b8我認為讓學童參與游泳營會 造成家庭財務上的負擔	.905		
	b9我認為購買學童游泳設備是 昂貴的	.867		
	b7我認為讓學童參與游泳營很 花金錢	.852		
時間 風險	b6我認為往返游泳池花費我很 多時間		.889	
	b5我認為帶學童參與游泳營會 影響我的工作		.866	
	b4我認為讓學童參與游泳營是 很花時間的		.626	
績效 風險	b11我認為游泳營的教學並沒 有我預期的那麼好			.940
	b10我認為游泳營的教學並不 如廣告或文宣的那麼好			.912
解釋變異量(%)		34.99 ; 28.54 ; 24.17		
累積解釋變異量(%)		34.99 ; 63.54 ; 87.70		

3. 信度分析

由信度考驗報表可發現三構面的 Cronbach' s α 係數分為別 .946、.877、.912，而總分量表的 α 係數為 .908，代表此量表的信度非常好，請見表 3-4-6。

表 3-4-6 知覺風險量表之信度分析摘要表

量表名稱	Cronbach' s α 係數
財務風險	.946
時間風險	.877
積效風險	.912
總量表	.908

(三) 後續參與意願量表

1. 項目分析

本表經預試後，以 t 檢定進行高低分組(30%)，選取顯著水準達 0.05 之題項予以保留。結果顯示所有題項皆達顯著水準，故全部保留。詳細請見表 3-4-7

表 3-4-7 後續參與意願量表之項目分析摘要表

題項內容	T值	P值
c1 我願意推薦親朋好友或其他人帶其子女參加游泳營	7.808	.000
c2 我願意再次帶子女參與游泳營	8.246	.000
c3 我願意將子女學參與游泳營的學習經驗向親朋好友或其他人敘述	8.335	.000
c4 我願意購買游泳池販賣相關之週邊商品，如泳鏡、泳帽等 (若有的話)	4.684	.000
c5 若參與游泳營學習費用進行調漲我仍願意讓子女參加	4.752	.000

2. 因素分析

因素分析結果得知知覺風險量表 KMO 值為 .802 >0.5，Bartlett 球形檢定卡方值為 248.260 ($p < 0.001$) 達到顯著水準，表示此量表適合使用因素分析，其總解釋變異量為 67.96%。本量表因素分析後發現沒有共構以及題項因素負荷量小於 0.05 的情況出現，故保留所有題項。詳細結果請見表 3-4-8

表 3-4-8 後續參與意願量表之因素分析摘要表

因素名	題項	成份 1
後續參與意願	c2我願意再次帶子女參與游泳營	.951
	c3我願意將子女參與游泳營的學習經驗向親朋好友或其他人敘述	.934
	c1我願意推薦親朋好友或其他人帶其子女參加游泳營	.901
	c5若參與游泳營學習費用進行調漲我仍願意讓子女參加	.711
	c4我願意購買游泳池販賣相關之週邊商品，如泳鏡、泳帽等(若有的話)	.553
解釋變異量		67.69%

3. 信度分析

由信度考驗報表可此構面的Cronbach's α 係數別.857，代表此量表的信度非常好，請見表3-4-9。

表 3-4-9 後續參與意願量表之信度分析摘要表

量表名稱	Cronbach's α 係數
後續參與意願	.857

預試問卷經由以上所述之項目分析、因素分析以及因素分析刪除不符合選題標準的題項，制成本研究之正式問卷量表。正式問卷請見附見二。

第五節量表的編制與施測方法

本研究問卷採李克特式(Likert-Type Scale)之五點量表，分別為「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」等五個類別，並依序分別給予5、4、3、2、1分。根據Berdie指出，五點量表正好可以表示溫和意見與強烈意見間的區別，若選項超過五點，一般人難有足夠的辨別力，因此，大多數的情況下五點量表是最為可靠的(彭仁信，1994)。同時，彭仁信的研究結果也指出，五點量表的態度反應是明確的，因此本研究除了「家長社經地位量表」以外，均使用五點量表予以評分。

預試問卷資料分析處理：

二、效度考驗：

預試問卷之效度採內容效度(Content validity)處理。初步專家效度問卷題編製完成後，鑑請學者專家對問卷

之整體架構與設計、計分與填答方式、題目涵蓋面與比例、用字遣詞等進行修改並提供建議，最後經整理修改成所需之問卷。

三、項目分析：

即在求出每一個題項的決斷值（簡稱CR值），將所有受試者在預試量表的得分總合依高低排列，得分總合前30%為高分組，後30%為低分組，進行項目分析。求出高低兩組受試者在每題的得分平均數差異的顯著性考驗，如果題項的決斷值（CR值）達顯著水準者（ $p < .05$ ），即表示該題項能鑑別不同受試者的反應程度，可為選題依據。未達顯著水準者，刪除題項。

四、因素分析及命名：

因素分析主要目的是在找出潛在的結構，減少提數的項目，使成為一組較少而彼此相關較大的構面。依據 Kaiser (1974) 指出 KMO 值小於 0.5 時叫不宜進行因素分析，而在各因素方面，本研究採最大負荷量高於 0.5 為標準，未達者將以刪除。本研究將以上述兩方法來進行第一部分學習環境知覺滿意度量表、第二部分知覺風險量及第三部份後續參與意願量表的因素分析及命名。

五、信度分析

問卷之內部一致性以 Cronbach' s α 係數處理，Cronbach' s α 係數之決策標準如表 3-5-1 所示。一般而言，係數大於 .7 即具有可靠性，並為可接受的水準；若低於 .35 則予以拒絕（黃俊英、林震岩，1994）。本研究將信度

標準訂於.7。

表 3-5-1Cronbach' s α 係數之決策標準

信度統計量值	決策標準
小於 0.30	不可信。
0.30 - 0.40	初步的研究，勉強可信
0.40 - 0.50	稍微可信。
0.50 - 0.70	可信（最常見的信度範圍）。
0.70 - 0.90	很可信（次常見的信度範圍）
大於0.90	十分可信

資料來源：李復惠（1997）

第六節 資料處理與分析

一、描述性統計：

（一）次數分配與百分比：用於描述樣本的特性。

（二）平均數與標準差：

以平均數、標準差等描述性統計方法，描述樣本特性及樣本在社經地位、學習環境滿意度、知覺危險的樣本分配情形。

二、推論統計

（一）獨立樣本 t 考驗（t-test）：

用於檢驗不同性別的家長在於學習環境滿意度、知覺危險及後續參與意願上之各構面是否有顯著差共存在。

（二）單因子變異數分析（one-way ANOVA）：

用於檢驗家長不同年紀、職業、教育程度、月收入及家庭型態在學習環境滿意度、知覺危險及後續參與意願各構面上是否有顯著差異存在。若存在顯著差異，則使用雪費法(Scheffe)進行事後比較。

(三) AMOS-SEM線性結構方程式：

應用AMOS對家長對學習環境滿意度、知覺風險、及後續參與意願上三變項來進行結構方程模式分析，以瞭解學童家長於學習環境知覺滿意度、知覺風險、後續參與意願三者間是否有顯著相關性存在。

(四) 本研究之顯著水準定為 $\alpha \leq .05$ 。

第七節 正式問卷信效度分析

為求問卷題項的因素負荷量在 0.5 以上，或各構面間的題項是否有共構問題發生，故在正式問卷回收之後再做一次因素分析及信度分析，結果如下。

一、因素分析

1. 學習環境知覺滿意度量表

刪除「每班上課學習空間配置得宜」、「上課時間的長短恰到好處」、「每班上課人數適宜」三題項，且「教練上課態度認真」、「教練與家長的互動良好」、「教練與學童的互動良好」三題項也回到本研究最初問卷設計的「教學品質」構念中。保留題項如表 4-1-1 所示：

表 4-1-1 學習環境知覺滿意度量表之因素分析摘要表

因素名稱	題項內容	成份		
		1	2	3
設施	游泳池的廁所環境衛生良好	.786		
資源	游泳池的更衣室環境衛生良好	.742		
	游泳池的水質乾淨清澈	.742		
	游泳池週邊的環境衛生良好	.731		
	游泳池的周遭環境安全性良好	.723		
	場地的動線規劃良好	.705		
	游泳教學池的設施規劃良好	.703		
	活動遊憩區的設施規劃良好	.630		
服務品質	服務人員解說很有耐心		.883	
	服務人員能及時提供服務		.862	
	服務人員解說清楚明瞭		.851	
	服務人員的服務態度熱情友善		.848	
	服務人員能處理我的個別需求		.772	
	報名作業程度明確快速		.698	
教學品質	教練與學童的互動良好			.815
	教練上課教法新穎活潑			.798
	教練與家長的互動良好			.793
	教練上課態度認真			.787
	教練上課輔助教材運動靈活			.712
	課程編排合宜教材統一			.687
解釋變異量(%)		25.04 ; 23.63 ; 20.66		
累積解釋變異量(%)		25.04 ; 48.67 ; 69.33		

2. 知覺風險量表

此量表經因素分析後並沒有刪除任何題項，保留題項結果如表 4-1-2 所示：

表 4-1-2 知覺風險量表之因素分析摘要表

構面 名稱	題項內容	成份		
		1	2	3
財務 風險	我認為讓學童參與游泳營會造成家庭財務上的負擔	.878		
	我認為購買學童游泳設備是昂貴的	.816		
	我認為讓學童參與游泳營很花金錢	.792		
時間 風險	我認為讓學童參與游泳營是很花時間的		.843	
	我認為帶學童參與游泳營會影響我的工作		.811	
	我認為往返游泳池花費我很多時間		.789	
績效 風險	我認為游泳營的教學並沒有我預期的那麼好			.947
	我認為游泳營的教學並不如廣告或文宣的那麼好			.934
解釋變異量 (%)		28.70 ; 28.12 ; 23.64		
累積解釋變異量 (%)		28.70 ; 56.82 ; 80.45		

3. 後續參與意願量表

此量表經因素分析後並沒有刪除任何題項，保留題項結果如表 4-1-3 所示：

表 4-1-3 後續參與意願量表之因素分析摘要表

構面 名稱	題項內容	成份 1
後續 參與 意願	我願意將子女參與游泳營的學習經驗向親朋 好友或其他人敘述	.883
	我願意推薦親朋好友或其他人帶其子女參加 游泳營	.882
	我願意再次帶子女參與游泳營	.874
	我願意購買游泳池販賣相關之週邊商品，如泳 鏡、泳帽等	.629
	若參與游泳營學習費用進行調漲我仍願意讓 子女參加	.578
	解釋變異量(%)	60.99

二、信度與效度檢定

信度指根據測驗工具所得到的結果之一致性或穩定性。一個測驗須具有信度，研究者才能確定樣本的行為表現是否一致，否則測驗結果只能說明樣本在「某一個特定時間」或「某一個特定行為樣本」之表現（王保進，1999）。

（一）信度檢定

本研究之信度考驗採用內部一致性係數（Cronbach's α ），正式問卷經由信度分析後，顯示都具有良好的信度，表示本研究的問卷信度是可靠的。結果如表4-1-4所示：

表 4-1-4 信度分析摘要表

量表名稱	分構面	Cronbach's α 係數
學習環境知覺 滿意度	服務品質	.916
	設施品質	.941
	教學品質	.900
	總量表	.940
知覺風險	財務風險	.863
	時間風險	.808
	績效風險	.920
	總量表	.846
後續參與意願	後續參與意願	.800

(二) 效度檢定-驗證性因素分析

驗證性因素分析 (Confirmatory Factor Analysis, CFA) 檢定量表的建構效度。驗證性因素分析主要在驗證研究人員已有的理論架構以及考驗先前提出的因素結構之適切性 (邱皓政, 2000)。本研究在探索性因素分析之後, 為了使各構面的題項有更高的標準, 故使用驗證性因素分析剔除未達標準的題項。

1. 學習環境知覺滿意度量表

本量表經驗證性因素分析後, 並未發現任何題項因素負荷量小於 0.5, 故保留所有題項, 如表 4-1-5 所示:

表 4-1-5 學習環境知覺滿意度量表之驗證性因素摘要表

構面	題目內容	因素負荷量	R ²	t 值
設施	游泳教學池的設施規劃良好	.739	.547	8.966***
資源	活動遊憩區的設施規劃良好	.713	.508	9.107***
	游泳池週邊的環境衛生良好	.794	.631	8.551***
	游泳池的水質乾淨清澈	.728	.530	9.030***
	游泳池的廁所環境衛生良好	.788	.621	8.611***
	游泳池的更衣室環境衛生良好	.757	.573	8.853***
	游泳池的周遭環境安全性良好	.811	.659	8.372***
	場地的動線規劃良好	.766	.587	8.791***

(續)表 4-1-5 學習環境知覺滿意度量表之驗證性因素摘要表

構面	題目內容	因素負荷量	R ²	t 值
服務品質	服務人員能處理我的個別需求	.787	.620	9.183***
	報名作業程度明確快速	.709	.502	9.478***
	服務人員解說很有耐心	.902	.813	7.867***
	服務人員解說清楚明瞭	.924	.854	7.139***
	服務人員能及時提供服務	.906	.821	7.757***
	服務人員的服務態度熱情友善	.877	.770	8.360***
教學品質	教練上課教法新穎活潑	.778	.605	8.442***
	教練上課輔助教材運動靈活	.686	.470	9.083***
	教練與學童的互動良好	.844	.713	7.491***
	教練與家長的互動良好	.795	.633	8.251***
	教練上課態度認真	.830	.688	7.766***
	課程編排合宜教材統一	.712	.507	8.942***

2. 知覺風險量表

此量表由於題項「我認為游泳營的教學並不如廣告或文宣的那麼好」顯著性為 0.699，並沒有達到顯著水準，因此刪除。其他保留題項如表 4-1-6 所示：

表 4-1-6 知覺風險量表之驗證性因素摘要表

構面	題目內容	因素負荷量	R ²	t 值
績效 風險	我認為游泳營的教學並不如廣告或文宣的那麼好	.981	.963	.387
	我認為游泳營的教學並沒有我預期的那麼好	.876	.767	2.903**
金錢 風險	我認為讓學童參與游泳營很花金錢	.870	.758	5.890***
	我認為讓學童參與游泳營會造成家庭財務上的負擔	.904	.817	4.596***
	我認為購買學童游泳設備是昂貴的	.713	.508	8.795***
時間 風險	我認為讓學童參與游泳營是很花時間的	.756	.571	7.120***
	我認為帶學童參與游泳營會影響我的工作	.830	.689	5.377***
	我認為往返游泳池花費我很多時間	.707	.500	7.885***

3. 後續參與意願量表

此構面兩題項「我願意購買游泳池販賣相關之週邊商品，如泳鏡、泳帽等」及「若參與游泳營學習費用進行調漲我仍願意讓子女參加」兩題項因素負荷量小於 0.5，故刪除兩題項。如表 4-1-7 所示：

表 4-1-7 後續參與意願量表之驗證性因素分析摘要表

構面	題目內容	因素負荷量	R ²	t 值
後續參與意願	我願意將子女參與游泳營的學習經驗向親朋好友或其他人敘述	.858	.737	7.070***
	我願意再次帶子女參與游泳營	.897	.804	5.721***
	我願意推薦親朋好友或其他人帶其子女參加游泳營	.871	.759	6.675***
	我願意購買游泳池販賣相關之週邊商品，如泳鏡、泳帽等	.460	.211	9.695***
	若參與游泳營學習費用進行調漲我仍願意讓子女參加	.411	.169	9.757***

第肆章 研究結果與分析

本研究以台中地區池冠游泳教學系統暑期游泳營學童家長為研究對象，使用現場施測的方式，對其進行調查並現場回收問卷；問卷施測時間為 2008 年 7 月 15 日至 8 月 31 日。在池冠系統之三間游泳學校：美誼、河北、威尼斯發放問卷，共發出 235 份，回收 210 份，扣除無效問卷為 199 份，有效回收率為 85%。

本章主旨在針對游泳營學童家長問卷調查之各項資料，進行統計分析結果之呈述，其共分為五節，分別為游泳營學童家長社經地位特徵分析、各變項之描述性統計分析、游泳營學童家長社經背景在各構面之差異性檢定、研究假設模式檢定、討論。

第一節 游泳營學童家長社經地位特徵分析

本節之內容將對回收之 199 份有效問卷，分析受試者人口統計變項結果，依序內容為：一、性別；二、年齡；三、教育程度；四、職業；五、家庭月收入；六、家庭形態。

一、性別

由表 4-1 可知，本研究中男女家長的分佈情形為：男性的受試者共 40 位（20.1%），女性受試者共 159 位（79.9%）。詳細結果請見表 4-2-1。

表 4-2-1 性別次數分配摘要表

性別	次數	有效百分比	累積百分比
男	40	20.1	20.1
女	159	79.9	100.0
總和	199	100.0	

二、年齡

本研究年齡分佈為 36-40 歲為最多，佔 60 人（30.2%）；其次為 41-45 歲，佔 55（27.6%）人；第三為 31-35 歲，佔 44 人（22.1%）；可見年齡分佈多集中在 30-45 的中間區塊（79.9%）。

由於 26-30 歲的受試者只有 8 人（4%），小於 25 歲的受試者 14 人（7%），故將兩組合併為「小於 30 歲」的群組。大於 51 歲的受試者只佔 8 人（4%），46-50 歲佔 10 人（5%），故將兩組合併為「大於 46 歲」，合併後分佈請見表 4-2-2。

表 4-2-2 年齡次數分配摘要表

年齡	次數	有效百分比	累積百分比
<30 歲	22	11.1	11.1
31-35 歲	44	22.1	33.2
36-40 歲	60	30.2	63.3
41-45 歲	55	27.6	91.0
>46 歲	18	9.0	100.0
總和	199	100.0	

三、教育程度

受試者最多分佈群組為「專科及大學」，共 139 位 (69.8%)。其次為「高中職」，共 44 位 (22.1%)。但因「國中以下」受試者只為 4 人，故將之合併到高中職之群組，合併後高中職群組為 48 人。合併後結果請見表 4-2-3

表 4-2-3 教育程度資數分配摘要表

教育程度	次數	有效百分比	累積百分比
高中職以下	48	24.1	24.1
專科及大學	139	69.8	94.0
研究所以下	12	6.0	100.0
總和	199	100.0	

四、職業

本研究中受試者分佈最多的職業為「家管」，共 72 人 (36.2%)；其餘如「軍公教」31 人 (15.6%)、「服務業」27 人 (13.6%)、「商」26 人 (13.1%)；分佈最少為「工」3 人 (1.5%)、「資訊科技」4 人 (2%)，故將之合併至「其他」群組。詳細結果請見表 4-2-4

表 4-2-4 職業次數分配摘要表

職業	次數	有效百分比	累積百分比
商	26	13.1	13.1
軍公教	31	15.6	28.6
服務業	27	13.6	42.2
自由業	13	6.5	48.7
家管	72	36.2	84.9
其他	30	15.1	100.0
總和	199	100.0	

五、家庭月收入

本研究中家庭每月收入的分佈情況，以每月收入 100,001 以上的為最多，佔 42 人 (21.1%)；其次是每月收入小於 40,000，佔 30 人 (15.1%)，如表 4-2-5 所示。

表 4-2-5 家庭收入次數分配摘要表

家庭月收入	次數	有效百分比	累積百分比
<40000	30	15.1	15.1
40001-50000	26	13.1	28.1
50001-60000	25	12.6	40.7
60001-70000	24	12.1	52.8
70001-80000	25	12.6	65.3
80001-90000	15	7.5	72.9
90001-100000	12	6.0	78.9
>100001	42	21.1	100.0
總和	199	100.0	

六、家庭型態

本研究中受試者家庭型態分佈最多為「核心家庭」，佔144人(72.4%)，其次為「折衷家庭」30人(15.1%)，「單親家庭」為最少，故將之合併到「其他」。合併細果請見表4-2-6。

表 4-2-6 家庭型態次數分配表

家庭型態	次數	有效百分比	累積百分比
核心	144	72.4	72.4
折衷	30	15.1	87.4
大家庭	20	10.1	97.5
其他	5	2.5	100.0
總和	199	100.0	

第二節 各變項之描述性統計分析

本節探討學童家長在各構面之描述性統計分析，茲將結果以表格呈現如下：

表 4-3-1 學童家長在各構面之描述性統計分析

構面名稱	分構面	平均數	標準差
學習環境知覺	設施品質	3.69	.583
滿意度	服務品質	3.83	.676
	教學品質	4.05	.548
知覺風險	時間風險	3.54	.790
	財務風險	3.62	.723
	績效風險	3.61	.731
後續參與意願	我願意推薦親朋好友或 其他人帶其子女參加游 泳營	3.94	.625
	我願意再次帶子女參與 游泳營	4.03	.626
	我願意將子女參與游泳 營的學習經驗向親朋好 友或其他人敘述	4.02	.611
	我願意購買游泳池販賣 相關之週邊商品，如泳 鏡、泳帽等	3.48	.828
	若參與游泳營學習費用 進行調漲我仍願意讓子 女參加	3.09	.958

由表 4-3-1 得知：

1. 學習環境知覺滿意度構面以「教學品質」為主 ($M=3.69$ ， $SD=.583$)，顯示家長對於學習環境知覺滿意度是以教學品質為最滿意之變項。
2. 知覺風險構面以「財務風險」為主 (3.62 ， $SD=.723$)，顯示家長對於知覺風險以財務風險為主。
3. 後續參與的題項中，以「我願意再次帶子女參加游泳營」為主，顯示家長對於後續參與的意願以再次參加為主。

第三節 學童家長社經背景在各構面之差異性檢定

表 4-4-1 所示，不同性別的家長對於學習環境知覺滿意度、知覺風險、後續參與意願並沒有差異，平均分數約 3.5，p 值也都未達顯水準。

表 4-4-1 不同性別 t 檢定考驗摘要表

構面	性別	個數	平均數	標準差	t 值	p 值
A 學習環境知覺滿意度	男	40	3.83	.46	-.216	.829
	女	159	3.84	.51		
B 知覺風險	男	40	3.68	.56	1.169	.244
	女	159	3.56	.59		
C 後續參與意願	男	40	3.70	.56	-.211	.833
	女	159	3.72	.55		

表 4-4-2 所示，在不同的年齡分組，只有學習環境知覺滿意度與知覺風險有達顯著水準，經雪費法進行事後比較發現大於 46 歲的學員家長，在學習環境知覺因素滿意度顯著的高於年

齡小於30歲的學童家長及31-35歲的家長。

表 4-4-2 不同年齡單因子變異數分析摘要表

構面	年齡	個數	平均數	標準差	F 檢定	p值
學習	<30	22	3.68	.74	3.467	.009
環境	31-35	44	3.72	.36		
知覺	36-40	60	3.81	.43	3.364	.011
	41-45	55	3.92	.45		
	>46	18	4.15	.62		
知覺	<30	22	3.77	.45		
風險	31-35	44	3.39	.62		
後 續 參與	36-40	60	3.50	.55	1.293	.274
	41-45	55	3.73	.54		
	>46	18	3.72	.74		
	<30	22	3.67	.72		
	31-35	44	3.67	.52		
	36-40	60	3.62	.46		
	41-45	55	3.81	.56		
	>46	18	3.86	.64		

註：<30=A，31-35=B，36-40=C，41-45=D，>46=E

由表 4-4-3 所示，不同教育程度的學童家長對於本研究中的三個變項並沒有達到顯著水準。

表 4-4-3 不同教育程度單因子變異數分析摘要表

構面	教育程度	個數	平均數	標準差	F 值	p 值
學習環境知覺	高中職以下	48	3.93	.43	1.118	.329
	專科及大學	139	3.82	.52		
知覺風險	研究所以上	12	3.73	.37	.064	.938
	高中職以下	48	3.57	.65		
	專科及大學	139	3.60	.57		
後續參與	研究所以上	12	3.56	.57	.186	.830
	高中職以下	48	3.72	.52		
	專科及大學	139	3.72	.58		
	研究所以上	12	3.62	.40		

由表 4-4-4 可知，各不同職業的學童家長對於本研究中的三個構面都沒有達顯著水準，表示不同的職業對於其構面並沒有顯著差異。

表 4-4-4 不同職業單因子變異數分析摘要表

構面	職業	個數	平均數	標準差	F 值	p 值
學習環境	商	26	4.03	.43	1.039	.396
知覺	軍公教	31	3.76	.50		
滿意度	服務業	27	3.81	.50		
	自由業	13	3.77	.46		
	家管	72	3.82	.39		
	其他	30	3.86	.72		

表 4-4-4(續) 不同職業單因子變異數分析摘要表

構面	職業	個數	平均數	標準差	F 值	p 值
知覺 危險	商	26	3.56	.46	.988	.426
	軍公教	31	3.63	.64		
	服務業	27	3.60	.56		
	自由業	13	3.25	.50		
	家管	72	3.64	.66		
	其他	30	3.59	.50		
後續參 與意願	商	26	3.90	.55	.804	.548
	軍公教	31	3.66	.58		
	服務業	27	3.68	.48		
	自由業	13	3.68	.62		
	家管	72	3.72	.52		
	其他	30	3.63	.66		

如表 4-4-5 所示，不同家庭月收入在本研究的三個構面 ANOVA 檢定並沒有達到顯著水準，表示其不同家庭月收入對於學習環境知覺、知覺風險、後續參與意願並沒有差異。

表 4-4-5 不同家庭月收入單因子變異數分析摘要表

構面	家庭月收入	個數	平均數	標準差	F值	p值
學習 環境 知覺 滿意 度	<40000	30	3.71	.61	1.204	.303
	40001-50000	26	3.94	.45		
	50001-60000	25	3.71	.63		
	60001-70000	24	3.89	.39		
	70001-80000	25	3.95	.40		
	80001-90000	15	3.79	.34		
	90001-100000	12	4.05	.52		
>100001	42	3.82	.48			
知覺 風險	<40000	30	3.56	.61	1.476	.178
	40001-50000	26	3.48	.46		
	50001-60000	25	3.40	.57		
	60001-70000	24	3.58	.51		
	70001-80000	25	3.77	.67		
	80001-90000	15	3.80	.64		
	90001-100000	12	3.39	.49		
>100001	42	3.67	.62			
後續 參與 意願	<40000	30	3.55	.69	1.399	.208
	40001-50000	26	3.79	.49		
	50001-60000	25	3.67	.63		
	60001-70000	24	3.63	.34		
	70001-80000	25	3.94	.55		
	80001-90000	15	3.85	.56		
	90001-100000	12	3.78	.38		
>100001	42	3.64	.56			

如表 4-4-6 所示，不同家庭型態對於本研究三構面的 ANOVA 檢定並沒有達顯著水準，表示不同的家庭型態在學習環境知覺、知覺危險、後續參與意願中並不會有差異。

表 4-4-6 不同家庭型態單因子變異數分析摘要表

構面	家庭型態	個數	平均數	標準差	F值	p值
學習環境 知覺 滿意度	核心	144	3.83	.52	.460	.711
	折衷	30	3.81	.50		
知覺 風險	大家庭	20	3.88	.38	.173	.915
	其他	5	4.10	.29		
	核心	144	3.59	.58		
	折衷	30	3.56	.67		
後續參 與意願	大家庭	20	3.55	.48	.350	.789
	其他	5	3.75	.79		
	核心	144	3.70	.55		
	折衷	30	3.71	.55		
	大家庭	20	3.72	.63		
	其他	5	3.96	.30		

第四節 研究假設模式檢定

經本研究以最大概似法算出各個構面之間的參數，進而了解其之間的關係，是否支持本研究之假設。由整體的配適度可看出這整個模式的接受度是否良好。

一、模型檢驗

模式適合度的評鑑，根據Bagozzi 與 Yi (1988) 的研究認為必須從基本適配標準 (Preliminary Fit Criteria)、整體模式配適度 (Overall Model Fit) 來加以評量。

(一) 基本配適標準

此標準為用來檢定模式之細列誤差、辨認問題或輸入有誤等，重要之模式基本適配標準為下列五項：

1. 不能有負的誤差變異。
2. 誤差變異必需達到顯著水準。
3. 估計參數之間的相關絕對值不能太接近1。
4. 因素負荷量不能小於.4 或大於.95。
5. 不能有很大的標準誤。

分析結果請見表 4-5-1。

表 4-5-1 基本配適標準評鑑表

潛在變項	觀察變項	誤差變異	標準誤	t 值	因素負荷量
設施資源	A1	.164	.018	8.966***	.739
	A2	.241	.026	9.107***	.713
	A3	.205	.024	8.551***	.794
	A4	.300	.033	9.030***	.728
	A5	.235	.027	8.611***	.788
	A6	.269	.030	8.853***	.757
	A7	.165	.020	8.372***	.811
	A8	.220	.025	8.791***	.766
服務品質	A9	.241	.026	9.183***	.787
	A10	.239	.025	9.478***	.709
	A11	.126	.016	7.867***	.902
	A12	.081	.011	7.139***	.924
	A13	.100	.013	7.757***	.906
	A14	.151	.018	8.360***	.877
教學品質	A15	.170	.020	8.442***	.778
	A16	.205	.023	9.083***	.686
	A17	.119	.016	7.491***	.844
	A18	.193	.023	8.251***	.795
	A19	.122	.016	7.766***	.830
	A20	.220	.025	8.942***	.712

註：**=<0.05；***=<0.001

(續下頁)

表 4-5-1(續) 基本配適標準評鑑表

潛在變項	觀察變項	誤差變異	標準誤	t 值	因素負荷量
績效風險	B1	.152	.052	2.903**	.876
金錢風險	B2	.182	.031	5.890***	.870
	B3	.115	.025	4.596***	.904
	B4	.297	.034	8.795***	.713
時間風險	B5	.394	.055	7.120***	.756
	B6	.268	.050	5.377***	.830
	B7	.400	.051	7.885***	.707
後續參與意願	C1	.098	.014	7.070***	.858
	C2	.077	.013	5.721***	.897
	C3	.094	.014	6.675***	.871

註：**= <0.05 ；***= <0.001

從表 4-5-1 可發現模式參數中，未有負的誤差變異，所有誤差變異均達到顯著水準，因素負荷量大都介於 0.5 — 0.95 之間，且沒有很大的標準誤產生，皆符合基本適配的標準，因此本研究建構模式所得之參數估計值是可接受的，符合基本模式適合度的評鑑標準。

(二) 整體模式適配度

Hair, Anderson, Tatham 與 Black (1998) 將評量整個模式配適程度之指標分為下列三種：

1. 絕對適合度衡量

可以用來確定整體模式可以預測共變數或相關矩陣的程度，衡量指標如卡方統計值： $\chi^2/DF = 2.171$ ； $p=0.001$ ；適合度指標 (GFI) = 0.941；簡要適合度衡量 (RMSEA) = 0.077。

2. 增量適合度衡量

用來比較所發展的理論模式與虛無模式，衡量指標如調整適合度指標 (AGFI) = 0.889；基準的配合指標 (NFI) = 0.937；比較配合指標 (CFI) = 0.964。

3. 簡要適合度衡量

用來調整適合度衡量，能比較含有不同估計係數目的模式，以決定每一估計係數所能獲致的適合程度，衡量指標如簡要的基準配合指標 (PNFI) = 0.624 與簡要適合度指標 (PGFI) = 0.502。

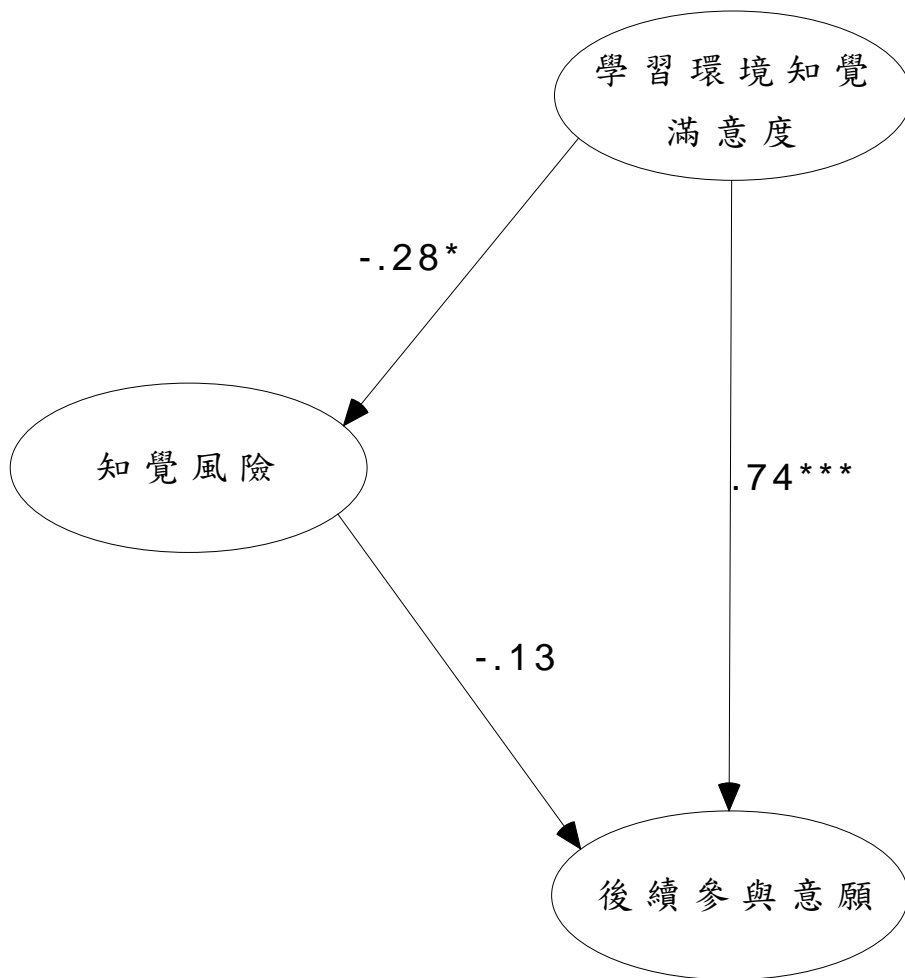
以上各個評鑑指標皆達到最佳適配標準，除了 AGFI 數值為 0.889 以外，但是此數值與最佳標準值只相差 0.01，仍然在接受範圍內。表示此模式配適度良好。茲將整體模式之適配度評鑑結果彙總於表 4-5-2。

表 4-5-2 整體模式之適配度評鑑結果摘要表

評鑑項目	評鑑結果
1. 卡方檢定 (Chi - Square test) : p-value 是否大於 0.05 的顯著水準?	否, 0.001
2. 卡方值與其自由度比值是否小於 3? ($\chi^2/df < 3$) ?	是, 2.171
3. 平均近似值誤差平方根 (Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA) 是否小於 0.08?	是, 0.077
4. 配適度指標 (Goodness of Fit Indices 配度 GFI) 是否大於 0.9?	是, 0.941
5. 調整後配適度指標 (Adjusted Goodness of Fit Index, AGFI) 是否大於 0.9?	否, 0.889
6. 比較配適度指標 (Comparative Fit Index, CFI) 是否大於 0.9?	是, 0.964
7. 標準配適度指標 (Normal Fit Index, NFI) 是否大於 0.9?	是, 0.937
8. 簡效規範適配指標 (PNFI) 是否大於 0.5?	是, 0.624
9. 簡效良性適配指非 (PGFI) 是否大於 0.5?	是, 0.502

二、徑路分析

本研究根據研究假設構面模式進行AMOS分析，並建立徑路分析圖，所建構的模型如圖4-5-1所示：



註： $*$ = $P < 0.05$, $***$ = $P < 0.001$

圖 4-5-1 模型徑路係數

三、假設檢定

研究結果顯示，學習環境知覺滿意度對知覺風險的路徑係數為-0.28有負向關係，且顯著性為0.006已達顯著水準。表示家長對於學習環境知覺的滿意度愈高，感受到知覺風險的程度就愈低，因此拒絕H4的虛無假設，接受其對立假設。

研究結果顯示，知覺風險對後續參與意願的路徑係數為-0.13有負向關係，顯著性為0.055，並未達到顯著水準。表示知覺風險並未顯著負向影響後續參與意願。故接受H5虛無假設，拒絕其對立假設。

研究結果顯示，學習環境知覺的滿意度與後續參與的路徑係數為0.74正向關係，顯著性為 $P < 0.001$ ，已達顯著水準。表示學童家長對於學習環境知覺的滿意度愈高，後續參與的意願也愈高。故拒絕H6之虛無假設，接受對立假設。

研究假設檢定結果將整理於表4-5-3。

表 4-5-3 研究假設檢定結果

研究假設	結果
H1：不同社經地位的家長對學習環境的滿意度會有顯著的不同。	
H1-1：家長性別與學習環境知覺滿意度有顯著差異	拒絕
H1-2：家長年齡與學習環境知覺滿意度有顯著差異	接受
H1-3：家長教育程度與學習環境知覺滿意度有顯著差異	拒絕
H1-4：家長職業與學習環境知覺滿意度有顯著差異	拒絕

(續下頁)

表 4-5-3(續) 研究假設檢定結果

研究假設	結果
H1-5：家庭月收入與學習環境知覺滿意度有顯著差異	拒絕
H1-6：家庭型態與學習環境知覺滿意度有顯著差異	拒絕
H2：不同社經地位的家長對知覺風險的程度會有顯著的不同	
H2-1：家長性別與知覺風險程度有顯著差異	拒絕
H2-2：家長年齡與知覺風險程度有顯著差異	拒絕
H2-3：家長教育程度與知覺風險程度有顯著差異	拒絕
H2-4：家長職業與知覺風險程度有顯著差異	拒絕
H2-5：家庭月收入與知覺風險程度有顯著差異	拒絕
H2-6：家庭型態與知覺風險有顯著差異	拒絕
H3：不同社經地位的家長在後續參與意願中有顯著的不同	
H3-1：家長性別與後續參與意願有顯著差異	拒絕
H3-2：家長年齡與後續參與意願有顯著差異	拒絕
H3-3：家長教育程度與後續參與意願有顯著差異	拒絕
H3-4：家長職業與後續參與意願有顯著差異	拒絕
H3-5：家庭月收入與後續參與意願有顯著差異	拒絕
H3-6：家庭型態與後續參與意願有顯著差異	拒絕
H4：學習環境的滿意度會顯著的反向影響知覺風險程度。	接受
H5：知覺風險程度會顯著的反向影響學童後續參與游泳營意願。	拒絕
H6：學習環境的滿意度會顯著的正向影響學童後續參與游泳營的意願。	接受

第五節 討論

一、樣本結構分析

就家長性別部份而言，女性人數(80%)相對於男性人數(20%)是非常高的。表示性別的不同，在帶領子女參加游泳營學習才藝部份，女性是較男性來得重視。此研究與江民瑜，黃蕙君，林俊瑩(2005)研究結果相似，該研究指出在「教學活動的參與」層面，女性家長較男性家長極積。

在家長年齡方面，分佈較為平均，大多分佈在31歲至45歲之間，推測是因為這個年齡區塊的家長，其孩童年紀分佈約在國小至國中年紀。高中以上的學童獨立性較高，較不需要家長接送。

在教育程度方面，專科及大學的受試者為最多，約佔70%，本研究推測可能是因1968年政府推動九年國民義務教育，並漸漸放寬專科大學的入學門檻，故此區塊的受試者為最多。

職業方面以家管為最多，佔36%，配合性別的分析結果，可以推論出在家庭中小孩子的平日作息，母親關心介入的時間比例較高。

家庭月收入則是以月收入10萬以上的家庭為多數，本研究推測因為施測泳池為台中市地區，鄰近地區多為收入較高的消費者，故家庭月收入10萬以上的家庭孩童為學習游泳的主要消費對象。

家庭型態則是以核心家庭為最多數，因為台灣家庭型態已不像早期為大家庭式，許多人為了生計紛紛到大城市尋求更好的工作機會，而台中市屬經濟收入較高、工作機會較多的地區，許多人會到此找尋工作並且長期居住。故消費者多以核心家庭為主。

二、人口統計變項的差異性比較

本研究經單因子變異數分析各不同人口統計變項與各構面間的關係，發現只有不同的年齡層對於學習環境知覺滿意度會有顯著性的差異，故就此部份進行討論。

年齡大於46歲的受試者對於環境知覺滿意度顯著的大於31-35歲的受試者以及小於30歲的受試者。本研究推測原因為較年輕一輩的受試者生活環境背景比較年長的受試者優良，且接受新科技、新知識的接受度較高。故在消費的時候較會要求軟體及硬體品質需達到預期的標準。

三、各變項之間之關聯性分析

(一) 學習環境知覺滿意度對知覺風險

本研究學習環境知覺滿意度對知覺風險徑路係數為 -0.28 ($p=0.004$) 有顯著負向相關，因此發現當學童家長對於學習環境知覺滿意度愈高的時候，相對家長對於消費時的知覺風險就愈低。此結果與 Pires, Stanton 與 Eckford (2004)在其研究中發現的結果相同，該研究指出前次購買經驗若是感到滿意，則消費者之後再次購買所知覺到的風險將會降低。

(二) 知覺風險對後續參與意願

本研究知覺風險對後續參與意願之徑路係數為 -0.13 ($P=0.055$)並沒有顯著相關，此結果與 Hoover, Green and Saegert (1978), Murray and Schlacter (1990), Garretson and Clow (1999)的研究不同，在前述研究中發現消費者在購買前後會知覺到不同的風險，當知覺風險過高時，將會降低消費者對該產品或服務的購買意願，如此一來，知覺風險的高低

會直接影響消費者的後續參與意願。本研究結果與先前研究結果不同的原因可能是因為受測單位已有30年的經營經驗，提供消費者良好完善的服務，有可能會削弱受試者對於知覺風險的考量，導致對於後續參與意願的影響程度較低。

（三）學習環境知覺滿意度對後續參與意願

本研究學習環境知覺滿意度對後續參與意願徑路係數為.74 ($p < 0.001$) 達顯著正向相關，當家長對於學童的學習環境知覺滿意度愈高的時候，也會提高其後續參與的意願。此結果與國內學者華英傑（1996）、賴其勛（1997）、及鄭紹成（1997, 1999）的研究顯示結果相同，表示顧客滿意度確實會對購買意願有影響，當顧客滿意度越高，其再次購買可能性就會越高。

第五章 結論與建議

本研究主要在探討游泳營學童家長的社經背景、學習環境知覺滿意度、知覺風險以及後續參與意願之相關。透過問卷調查方式，將蒐集而來的資料彙整並建檔，再以描述性統計及結構模式方程式等統計方法對有效樣本進行分析及驗證。本章第一節針對研究問題及實證結果作出結論；第二節則根據研究結論對產業及後續研究提出具體建議。

第一節 結論

一、台中池冠游泳營學童家長之學習環境知覺滿意度、知覺風險、後續參與意願之現況。

(一) 學童家長之學習環境知覺滿意度

結果顯示學童家長之學習環境知覺滿意度大多為對教學品質最為滿意。

(二) 學童家長之知覺風險

結果顯示學童家長對於知覺風險以財務風險為主要風險。

(三) 學童家長之後續參與意願

結果顯示學童家長對於後續參與意願的問題中，以再次帶子女參加為主。

二、家長社經地位在各研究變項上之差異性比較

本研究發現在家長不同的社經變項與學習環境知覺滿意度、知覺風險、後續參與意願上幾乎都沒有顯著差異。只有年齡與學習環境知覺滿意度有程度上的差異，研究結論為46歲以上的學童家長在學習環境知覺滿意程度明顯高於小於35歲的家長。

三、結構模型之發現

本研究以台中池冠游泳教學系統暑期舉辦游泳營之學童家長為研究對象，透過線性結構模式，確立研究架構，探討學童家長之社經地位、學習環境知覺滿意度、知覺風險、後續參與意願之關聯性，由研究結果及假設顯示學習環境知覺滿意度、知覺風險、後續參與意願有顯著相關，其中學習滿意度對於知覺風險有負向顯著影響，對後續參與意願有正向顯著影響；而知覺風險對於後續參與意願則是有負向影響，但是並未達顯著水準。在整體模式適配度幾乎皆符合適配度的檢定水準，因此，顯示本研究的理論模式可得到支持。

第二節 建議

一、對未來游泳池經營游泳營之建議

根據研究結果及討論，本研究對池冠游泳營未來經營提出下列幾點建議：

- (一) 以問卷填表的結果來看，女性人數佔了絕大部份，且在職業部份以家管為最多，表示在家庭中小孩子的平日作

息，母親關心介入的時間比例較高，建議行銷時可以以母親為行銷對象。

(二) 在知覺風險的特徵結果發現，家長們對於風險的知覺以財務風險為主，因此建議經營者可以以優惠的方式來減低家長這部份的風險知覺。或是提升本身產品的價值，讓消費者覺得物超所值。

(三) 在本研究的結果發現，年齡對於學習環境知覺滿意度會有所差異。隨著世代的交替變化，生活水平會愈來愈高，家長對於學童的學習環境也會愈來愈要求。此外，學習環境更會影響知覺風險與後續參與意願。因此，經營者必須在各方面的環境因素上持續提高自我標準，如本研究中提到的設施、服務、教學，以達到消費者的需求，永續經營。

(四) 知覺風險雖然在本研究中對於後續參與意願沒有顯著性的影響，但是消費者的觀念會隨著時間、環境的變化改變其舊有的想法。尤其經濟的不穩定，可能使消費者在金錢風險、時間風險、績效風險的知覺標準提高，導致選擇其他能使其降低風險的游泳池，甚至不同類別的活動。因此經營者在經營行銷時，也不可忽略知覺風險的存在。

二、對後續研究的建議

本研究有許多研究限制及不足之處，須仰賴後續研究者進行更深入完整的研究分析。茲提供以下建議，作為後續研究者的參考：

- (一) 本研究研究對象為學童家長，因此造成許多問卷發放上的問題，如學員重覆參與報名，家長無法再次填寫問卷。導致數量稍嫌不足。建議未來的研究對象可以改成參與者，而非家長，如此一來研究對象增加。可能在問卷數量上會增加一些。
- (二) 本研究屬於單一個案之研究，未來研究者可將範圍擴大，了解不同地區性之游泳營學童家長在研究中的變項是否有所差異，讓此研究更加完整。

參考文獻

一、中文部份

- 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-台灣師大、清華大學為例。未出版碩士論文，國立師範大學體育研究所，台北。
- 江良規（1968）。體育學原理新論。臺北市：臺灣商務印書館。
- 江盈如（1999）。大台北地區健康俱樂部顧客滿意度、忠誠度以及滿意度構面重視度之研究。未出版碩士論文，國立交通大學經營管理研究所碩士論文，新竹市。
- 行政院體育委員會（1999）。跨世紀體育發展指標。行政院體育委員會，台北市。
- 吳政謀（2005）。運動健身俱樂部參與行為、服務品質、滿意度與忠誠度之研究-以奔放主題運動館為例。未出版碩士論文，台北市立體育學院運動科學研究所，台北市。
- 巫昌陽（1992）。台北市 YMCA 游泳教室成人消費者行為之研究。未出版，國立體育學院體育研究所碩士論文，台北市。
- 李定家（2000）。網路購物之降低風險策略研究。未出版碩士論文，國立中央大學資訊管理研究所，桃園。
- 李明儒、陳元陽與陳宏斌（2003）。休閒潛水者的風險管理之研究。戶外遊憩研究，16（2），49-67。
- 李孟凌（2002）。消費者滿意度、涉入程度對其忠誠度影響之研究--以台北市咖啡連鎖店為例。未出版碩士論文，國立交通大學，新竹。

- 李復惠(1997)。台中市國小教師對九年一貫課程「健康與體育領域」健康教學範疇之認知與關注程度研究。未出版博士論文，國立臺灣師範大學，台北。
- 李俞麟(2004)。游泳俱樂部會員參與行為與滿意度研究——以寬明游泳俱樂部為例。未出版碩士論文，天主教輔仁大學體育學系，台北縣。
- 沈淑貞(1998)。桃竹苗地區健康休閒俱樂部服務品質與會員滿意度之研究。未出版碩士論文，國立台灣師範大學體育研究所，台北市。
- 周文祥、李蕙貞(2000)。體育活動的建構與推展：以雲林科技大學為例。大專體育，50，76-81。
- 林如瑩(2000)。風險降低策略於網路購物之研究——以實驗室實驗法探討。未出版碩士論文，國立中央大學企業管理研究所，桃園。
- 林忠勳(2004)。品牌聯想、知覺風險對企業經理人購買意願之影響研究。未出版碩士論文，南華大學管理科學研究所，嘉義。
- 金車文教基金會(2005年6月)。夏令營父母意向調查。臺北市：作者。
- 柯維琳(2004)。網路拍賣之知覺風險、風險管控措施、信任與購買意向間關係之研究。未出版碩士論文，東吳大學國際貿易學系，台北。
- 洪嘉文(2001)。學校體育發展現況。學校體育雙月刊，11(4)，4-12。
- 范智明(1999)。台北市健康休閒俱樂部會員消費者行為之研究。未出版碩士論文，國立師範大學體育學系，台北。

- 徐欽祥、王翔姿（2005）。以飛行傘運動談台灣冒險觀光之推展。大專體育，79，111-119。
- 翁志成（1999）。學校體育。臺北市：師大書苑。
- 崔雯（2002）。知覺風險與企業火災保險購買行為之研究。未出版碩士論文，國立高雄第一科技大學風險管理與保險所，高雄。
- 教育部（2001）。提升學生游泳能力中程計畫。教育部編印。
- 教育部（2005）。確立海洋台灣的推動體系－推動學生游泳能力方案。教育部編印。
- 教育部體育司（1999a）。各級學校體育實施辦法。臺北市：教育部。
- 教育部體育司（1999b）。中小學生體育育樂營實施要點。臺北市：教育部。
- 許義雄、陳皆榮（民82）。青年休閒活動現況及其阻礙因素之研究。行政院青年輔導委員會，台北。
- 郭富馨（2003）。品牌聯想、知覺風險對企業經理人購買意願之影響研究。未出版碩士論文，南華大學管理科學研究所，嘉義。
- 郭進財（1996）。游泳池消費者滿意度之探討－以國立中正大學游泳池為例。中華民國八十五年體育學術研討會專刊，49-68頁。
- 許義雄（1993）。我國國民中小學體育課程改革趨勢——就新訂國民中小學體育課程特色談起。教師天地，66，33-36。
- 陳明坤（1995）。民眾選擇運動場所態度和參與行為之研究－以台中市溫水游泳池為例。興大體育學報，5，35-65。

- 陳俐蓉與古博文（2001）。知識經濟與體育發展的契機。大專體育，53，142-147。
- 陳盛雄（2004）。現代台灣露營活動的變遷與營隊的地理位置關係研究。未出版碩士論文，日本東京農業大學，東京。
- 陳雅玟（2002）。大台北地區家長對其學齡子女才藝班消費決策取向之探討。未出版碩士論文，國立台灣師範大學人類發展與家庭研究所，台北。
- 陳銘祥（2002）。消費者類型與知覺風險對網際網路購物意願影響之研究。未出版碩士論文，銘傳大學資訊管理研究所，台北。
- 陳廣山（1999）。人格特質與人口統計變數對網路購物知覺風險、降低知覺風險策略之影響。未出版碩士論文，國立交通大學經營管理研究所，台中。
- 黃金柱、林木俊、沈莉青、廖志猛（1993）。民眾參與休閒運動態度和參與行為之研究-以台北市四季潛水游泳會為例。國立體育學院論叢，4（1），69-93。
- 黃俊英、林震岩（1994）。企業研究方法，台北：華泰書局。
- 黃富松（2001）。消費者知覺風險對價格意識及自有品牌產品購買意願之研究。未出版碩士論文，淡江大學管理科學系研究所，台北。
- 黃智強（1999）。影響採用網路購物因素之研究-以網路書店為例。未出版碩士論文，國立中央大學資訊管理研究所，台北。

- 黃賢章 (2004)。網路購物付費方式與消費者知覺風險之研究。未出版碩士論文，立德管理學院科技管理研究所，高雄。
- 黃鴻斌 (2003)。健康體適能俱樂部會員參與動機、顧客滿意度及忠誠度關聯性之研究——以金牌健康體適能俱樂部為例。未出版碩士論文，南華大學旅遊事業管理研究所，嘉義縣。
- 葉日武譯 (2004)。Del I. Hawkins, Roger J. Best, Kenneth A. Coney 原著。消費者行為：建立行銷策略。台北：前程企業管理有限公司。
- 趙鈇 (1990)。體育社會學。臺北市：幼獅文化。
- 劉根維 (2003)。生活型態、知覺風險與性別角色對於消費者行為之研究。未出版碩士論文，大葉大學事業經營研究所，台中。
- 蔡建裕、林志鴻 (2000)。消費者對游泳池經營管理的滿意度之研究。屏師體育，4，167-181。
- 鄭紹成 (1999)。組織文化、企業策略與企業成長——以震旦行為例。中山管理評論，1999，春季號，頁 215-226。
- 鄭順聰 (2001)。台北市 YMCA 游泳池訓練班消費者行為之研究。國立體育學院論叢，12(1)，175-188 頁。
- 盧焰章 (2002)。夏令營經營實務淺談。運動與休閒管理論文集二 (頁 35-41)。國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所，台北市。
- 賴品戎 (2004)。生活型態特質、知覺風險與顧客抱怨行為之關聯性研究——以大學學生手機消費者為例。未出版碩士論文，東海大學企業管理學系，台中。

- 戴宜臻 (2002)。健康休閒俱樂部會員參與動機、限制因子、實際體驗與滿意度研究。未出版碩士論文，國立嘉義大學管理研究所碩士論文，嘉義縣。
- 戴遐齡 (1996)。台北市立師範暑期游泳訓練班消費者滿意度調查之研究。八十五年度體育學術研討會專刊(大專院校體育總會)，105-117。
- 謝效昭 (1986)。大台北地區兒童才藝班消費行為之研究。未出版碩士論文，國立政治大學企業管理研究所，台北。
- 鍾秋美 (2003)。溫水游泳池消費者行為之研究-以新竹市溫水游泳池消費者為例。未出版碩士論文，國立台灣體育大學休閒運動管理研究所，台中市。

二、英文部份

- Anderson, E.W. and Sullivan, M.W. (1993), The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms, *Marketing Science*, Vol.12, pp.125-143.
- Baird, I. S. 與 Thomas, H. (1985). Toward a contingency model of strategic risk taking. *The Academy of Management Review*, 10(2), 230-243.
- Anderson, E.W. and Sullivan, M.W. (1993), The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms, *Marketing Science*, 12, 125-143.
- Bettman, James & Whan (1979). Effect of Prior Knowledge

- and Experience and Phase of the Choise Process on consumer Decision processes. *Journal of Consumer Research*, 7, 234-248.
- Anderson, E.W. and Sullivan, M.W. (1993), The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms, *Marketing Science*, 12, 125-143.
- Capon, N. and Burke, M. (1980), Individual product class and task-related factors in consumer information processing, *Journal of Consumer Research*, 7, 3, 314-326.
- Cardozo , R . N . (1965) . An Experimental Study of Customer Effort, Expectation, and Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 24 (8), 244-249.
- Churchill, G. , & Surprenant, C. (1982) . An Investigation into the Determinants of Consumer Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504.
- Cox, D. F. (1967). *Risk Taking and Information Handing in Consumer Behavior*. In D. F. Cox (Ed.), Boston: Harvard University Press, 1-19.
- Cunningham, S. M. (1967). The Major Dimensions of Perceived Risk. In D. F. Cox (Ed.), *Risk Taking and Information Handing in Consumer Behavior*, Boston: Harvard University Press, 82-108. °
- Dowling, G. R., & Stalin, R. (1994). A model of perceived

- risk and intended risk-handling activity. *Journal of Consumer Research*, *21*(6), 119-134.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer behavior(6th)*. International edn. Chicago: Fort Worth.
- Folkes, Valerie S., (1984). Consumer Reactions to Product Failure: An Attribution Approach. *Journal of Consumer Research*. *10*, 398-409.
- Garretson, J. A. and Clow, K. E. (1999), The influence of coupon face value on service quality expectations, risk perceptions and purchase intentions in the dental industry, *Journal of Services Marketing*, *13*, No. 1, pp. 59-72.
- Hernon, P., Nitecki, D. A., & Altaman E. (1999). Service quality and customer satisfaction: An assessment and future direction. *The Journal of Academic Librarianship*, *25*(1), 9-17.
- Huppertz, J. W., Arenson, S. J., & Evans, R. H. (1978), An application of equity theory to buyer - seller exchange situations. *Journal of Marketing Research*, *15*, 250 - 260.
- Hoover, R. J., Green, R. T. and Saegert, J. (1978), A cross-national study of perceived risk, *Journal of Marketing*, *42*, 3, 102-108.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. New York: John Wiley & Sons.

- Hunt, H . K . (1977) . C S /D - Overview and Future Research Directions. *Conceptualization and Measurement of Customer Satisfaction and Dissatisfaction*. MA: Marketing Science Institute, 459-460.
- Jocoby, J. & Kaplan, L. (1972). *The Components of Perceived Risk*, in M. Venkatesan (Ed.), Proceedings, 3rd Annual Conference. Chicago: Association for Consumer Research, 382-393.
- Kaplan, L. B., Szybillo, G. J. & Jacoby, J. (1974). Components Perceived Risk in Product Purchase: A Cross-validation. *Journal of Applied Psychology*, *59*(2), 287-291.
- Kotler, P. (1999). Marketing management: Analysis, *Planning and control*. N J : Prentice-Hall.
- Mitchell, V. W., & Greatedorex M. (1993). Risk pception and reduction in the purchase of consumer services. *The Service Industries Journal*, *13*, 179-200.
- Mittal, V. and Kamakura, W.A. (2001), Satisfaction, repurchase intent, and repurchase behavior : investigating the moderating effect of customer characteristics, *Journal of Marketing Research*, *31*, 131-141.
- Murray, K. B., & Schlater, J. L. (1990). The Impact of services versus goods on consumers' assessment of perceived risk. *Journal of the Academy of Marketing*

- Science*, 18, 51-65.
- Oliver R. I., & W. S. Desarbo, (1988). Response Determinants in Satisfaction Judgment. *Journal of Consumer Research*. 14, 495-507.
- Oliver, R. I. , (1981). What is Customer Satisfaction. *Wharton Magazine*. 5, 36-41.
- Oliver, R.L. and MacMillian, I.C. (1992), A catastrophe model for developing service satisfaction strategies, *Journal of Marketing*, 56, 83-95.
- Pires, G., Stanton, J. and Eckford, A. (2004), Influences on the perceived risk of purchasing online, *Journal of Consumer Behaviour*, 4, 2. 118-131.
- Reichheld, F.F. and Sasser, W.E. (1990), Zero defections: quality comes to services, *Harvard Business Review*, 68, 105-111.
- Roselius, T. (1971). Consumer Ranking of Risk Reduction Methods. *Journal of Advertising Research*, 35, 56-61.
- Stone, R. N., & Gronhaug, K. (1993). Perceived risk: further consideration for the marketing discipline. *European Journal of Marketing*, 27(3), 39-50.
- Tan (1999). Strategies for Reducing Consumers Risk Aversion in Internet Shopping. *Journal of Marketing*, 16(2), 168-180.

Weiner, D. R., & Lerman, D. (1985). Affective consequenceness of causal ascriptions. I n J. H. Harvey, W. Ickes, & R.F. Kidd(Eds.), *New directions in attribution research(2nd.*, 59-90). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Woodruff, R. B. , R. C. Ernest, & R. L. Jenkins (1983). Modeling Consumer Satisfaction Processes Using Experience-Based Norms, *Journal of Marketing Research, 20*, 296-304.

附件一 預試問卷

游泳營學童家長對學習環境滿意度與知覺風險對後續參與意願的影響調查預試量表

親愛的游泳顧客您好：

首先，感謝您百忙中撥冗協助此問卷的填寫！

本量表主要設計目的在於了解游泳營學童家長對學習環境滿意度與知覺風險對後續參與意願。本研究結果，期望能提供國內相關游泳池、經營業者，在設班時之參考。

本問卷採不記名方式，對外絕對保密，您可以安心的依實際情形填答。並請填妥之後，交給現場工作人員即可。再次感謝您的協助。

敬祝

身體健康 萬事如意

國立台灣體育大學運動管理系研究所

指導教授：黃彥翔 教授

研究生：陳甲霖 敬上

一、學員資料

(一) 性別：1. 男 2. 女

(二) 年齡：1. 6歲以下 2. 7~9歲 3. 10~12歲

(三) 就讀年級：1. 小學以下 2. 國小低年級 3. 國小中年級 4. 國小高年級

二、家長資料

(一) 您的性別：1. 男 2. 女

(二) 您的年齡：1. 25歲以下 3. 26~30歲 4. 31~35歲
5. 36~40歲 6. 41~45歲 7. 46~50歲
8. 51歲以上

(三) 您的教育程度：1. 國中以下 2. 高中職
3. 專科及大學 4. 研究所以上

(四) 您的職業：1. 工 2. 商 3. 軍公教 4. 服務業
5. 自由業 6. 家管 7. 資訊科技
8. 農林漁牧業 9. 其他

(五) 家庭月收入：1. 40000元以下 2. 40001-50000元
3. 50001-60000元 4. 60001-70000元
5. 70001-80000元 6. 80001~90000元
7. 90001~100000元 8. 100001元以上

(六) 家庭型態：1. 單親家庭 2. 核心家庭 3. 折衷家庭
4. 大家庭 4. 其他

三、學習環境滿意度量表

此部份想了解您對游泳池學習環境滿意程度為何。請依您實際感受在適當空格中打「✓」。	1 非常 不 滿 意	2 不 滿 意	3 普 通	4 滿 意	5 非 常 滿 意
(一) 設施資源					
1. 游泳池的交通便利性					
2. 游泳教學池的設施規劃					
3. 活動遊憩區的設施規劃					
4. 游泳池週邊的環境衛生					
5. 游泳池的水質					
6. 游泳池廁所、更衣室環境衛生					

7. 游泳池場地、設施的安全性					
8. 附屬設施(如停車場、洗手間等)的公設規劃					
9. 場地動線規劃					
(二)服務品質					
1. 服務人員的服務態度					
2. 服務人員能及時提供服務					
3. 服務人員解說清楚明瞭					
4. 服務人員解說很有耐心					
5. 報名作業程序明確快速					
6. 服務人員對消費者申訴的處理與態度					
7. 服務人員能處理我的個別需求					
8. 工作人員的專業素質高					
(三)教學品質					
1. 每班上課人數適宜學習空間					
2. 上課時間的長短					
3. 教練上課輔助教材運用					
4. 教練上課教法新穎活潑					
5. 課程編排合宜教材統一					
6. 教練上課示範、講解清楚易懂					
7. 教練上課態度					
8. 教練與家長的互動					
9. 教練與學童的互動					

10. 教學的成效					
11. 教練的專業素質					

四、知覺風險量表

此部份想瞭解您對於學童從事游泳營課程及遊憩活動可能知覺到的風險情形，請依您實際感受在適當空格中打「√」。	1 非常不同意	2 不同意	3 普通	4 同意	5 非常同意
(一) 心理風險					
1. 學童在參與活動或教學時，我會他擔心噙鼻、吃水或溺水					
2. 我擔心學童在參與活動或教學時受傷					
3. 我擔心學童參與游泳營後產生身體上的病痛。(皮膚過敏、感冒、中耳炎等)					
(二) 時間風險					
1. 我認為讓學童參與游泳營是很花時間的。					
2. 我認為帶學童參與游泳營會影響我的工作。					
3. 游泳池離我家很近。					
(三) 財務風險					
1. 我認為讓學童參與游泳營很花金錢的					

2. 讓學童參與游泳營會造成我財務上的負擔。					
3. 購買學童游泳設備對我來說是昂貴的。					
(四) 績效風險					
1. 我認為游泳營的教學並不如廣告或文宣的那麼好。					
2. 我認為游泳營的教學並沒有我預期的那麼好。					

五、後續參意願量表

此部份為了解您後續參與意願為何。 請依您實際感受在適當空格中打「√」。	是	否
1. 請問您是否會繼續參加未來的游泳營？		
2. 請問您是否會推薦他人參加游泳營？		

附件二 正式問卷

游泳營學童家長對學習環境知覺滿意度與知覺風險對後續參與意願的影響正式問卷

親愛的游泳顧客您好：

首先，感謝您百忙中撥冗協助此問卷的填寫！

本量表主要設計目的在於了解游泳營學童家長對學習環境與知覺風險對後續參與意願影響的研究。本研究結果，期望能提供國內相關游泳池、經營業者，在設班時之參考。

本問卷採不記名方式，對外絕對保密，您可以安心的依實際情形填答。並請填妥之後，交給現場工作人員即可。再次感謝您的協助。敬祝

身體健康 萬事如意

國立臺灣體育大學(臺中)運動管理系碩士班

指導教授：黃彥翔 教授

研究生：陳甲霖 敬上

二、家長資料

(一) 您的性別：1. 男 2. 女

(二) 您的年齡：1. 25歲以下 3. 26~30歲 4. 31~35歲
5. 36~40歲 6. 41~45歲 7. 46~50歲
8. 51歲以上

(三) 您的教育程度：1. 國中以下 2. 高中職
3. 專科及大學 4. 研究所以上

(四) 您的職業：1. 工 2. 商 3. 軍公教 4. 服務業
5. 自由業 6. 家管 7. 資訊科技
8. 農林漁牧業 9. 其他

- (五) 家庭月收入：1. 40000元以下 2. 40001-50000元
3. 50001-60000元 4. 60001-70000元
5. 70001-80000元 6. 80001~90000元
7. 90001~100000元 8. 100001元以上

- (六) 家庭型態：1. 單親家庭 2. 核心家庭 3. 折衷家庭
4. 大家庭 4. 其他

附：單親家庭（父或母之一和未婚未成年子女）。

核心家庭（父母和未婚子女之二代家庭為主）。

折衷家庭（祖父母、父母和未婚子女之三代家庭為主）。

大家庭（三代家庭中，任何一代包含兩個以上的同代已婚
家人—有無配偶皆算在內）。

請翻下一頁

（共3頁）

二、學習環境知覺滿意度量表

此部份想了解您對游泳池學習環境知覺滿意程度為何。請依您實際感受在適當空格中打「√」。

1 2 3 4 5
非 不 普 同 非
常 同 通 意 常
不 意 同 意 同
同 意 意 意 意

(一) 設施資源

- | | | | | | |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 游泳教學池的設施規劃良好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 活動遊憩區的設施規劃良好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 游泳池週邊的環境衛生良好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 游泳池的水質乾淨清澈 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. 游泳池的廁所環境衛生良好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. 游泳池的更衣室環境衛生良好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. 游泳池的周遭環境安全性良好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. 場地的動線規劃良好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

(二) 服務品質

- | | | | | | |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 服務人員的服務態度熱情友善 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 服務人員能及時提供服務 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 服務人員解說清楚明瞭 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 服務人員解說很有耐心 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. 報名作業程序明確快速 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. 服務人員能處理我的個別需求 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. 教練上課態度認真 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. 教練與家長的互動良好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. 教練與學童的互動良好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

(三) 教學品質

- | | | | | | |
|-----------------|---|---|---|---|---|
| 1. 每班上課人數適宜 | □ | □ | □ | □ | □ |
| 2. 每班上課學習空間配置得宜 | □ | □ | □ | □ | □ |
| 3. 上課時間的長短恰到好處 | □ | □ | □ | □ | □ |
| 4. 教練上課輔助教材運用靈活 | □ | □ | □ | □ | □ |
| 5. 教練上課教法新穎活潑 | □ | □ | □ | □ | □ |
| 6. 課程編排合宜教材統一 | □ | □ | □ | □ | □ |

三、知覺風險量表

- | | | | | | |
|--|-----------------------|-------------|--------|--------|------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 此部份想瞭解您對於學童從事游泳營課程及遊憩活動可能知覺到的風險情形，請依您實際感受在適當空格中打「√」。 | 非
常
不
同
意 | 不
同
意 | 普
通 | 同
意 | 非
常
同
意 |

(一) 時間風險

- | | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| 1. 我認為讓學童參與游泳營是很花時間的 | □ | □ | □ | □ | □ |
| 2. 我認為帶學童參與游泳營會影響我的工作 | □ | □ | □ | □ | □ |
| 3. 我認為往返游泳池花費我很多時間 | □ | □ | □ | □ | □ |

(二) 財務風險

- | | | | | | |
|---------------------------|---|---|---|---|---|
| 1. 我認為讓學童參與游泳營很花金錢 | □ | □ | □ | □ | □ |
| 2. 我認為讓學童參與游泳營會造成家庭財務上的負擔 | □ | □ | □ | □ | □ |
| 3. 我認為購買學童游泳設備是昂貴的 | □ | □ | □ | □ | □ |

(三) 績效風險

1. 我認為游泳營的教學並不如廣告或文宣的那麼好...
2. 我認為游泳營的教學並沒有我預期的那麼好...

四、後續參與意願量表

此部份為了解您後續參與意願為何，請依您實際感受在適當空格中打「√」。

	1	2	3	4	5
非		不	普	同	非
常		同	通	意	常
不		意			同
同					意
意					

(一) 後續參與意願

1. 我願意推薦親朋好友或其他人帶其子女參加游泳營
2. 我願意再次帶子女參與游泳營...
3. 我願意將子女學參與游泳營的學習經驗向親朋好友或其他人敘述...
4. 我願意購買游泳池販賣相關之週邊商品，如泳鏡、泳帽等...
5. 若參與游泳營學習費用進行調漲我仍願意讓子女參加...

再次感謝您的填寫

祝您 平安 健康