

學校游泳池消費者參與行為特徵之研究-以中華大學為例

林昌國

體育室

人文社會學院

linkuo@chu.edu.tw

摘要

本研究主要探討學校游泳池消費者在參與運動之行為特徵，以中華大學游泳池為研究對象。本研究採問卷調查法，以便利抽樣方式進行調查中華大學游泳池之265位消費者。根據實際調查所得資料，以描述性統計，瞭解樣本之分配情形及消費者參與情形現況。得以下結論：消費者大多由「親友同事(學)」中得到中華大學游泳池資訊，主要的參與動機為「健身及運動」，最常使用的時段為「晚上6:01-9:00」，「週三」為最常來的日期，平均使用的時間為「一小時以上~二小時」，每週平均使用「二次」，大部分消費者與「同學前來」，最喜歡的促銷方式為「免費試用」。

關鍵字：游泳池、消費者、參與行為