

國立政治大學科技管理研究所
碩士學位論文



兒童美語補教業消費者決策行為之研究
A Study on the Decision Process of Children's English
Learning Program

指導教授：徐聯恩 博士

研究生：郭靜怡

中華民國九十八年九月

摘要

本研究旨在探討兒童美語補教業消費者決策行為。由於過去相關文獻以量化調查為主，缺少質化觀點；又因強調首次購買，忽略了時間脈絡及決策環境的影響；另外假定消費決策者為家長，也使得消費使用者-兒童的決策影響力未見著墨；因此本研究試圖以質性方法，探索兒美補教消費本質，並加入時間脈絡及親子互動觀察，試圖建構更完整之消費決策樣貌。

研究設計方面，先就過去文獻之研究發現進行整理，提出值得進一步探索之問題，而後擬定訪談大綱，分別針對家長及兒童進行訪談，其中家長訪談為求深入以補充過去文獻不足，以一對一方式進行；兒童訪談部分，由於沒有文獻曾經探討兒童在補教消費的觀點，因此以焦點團體方式蒐集多元意見，進行探索研究。

本研究結果可歸納為七大點：(一)兒美補教首次消費接近特殊品之消費性質，家長涉入深(二)家長對於兒美補教首次消費知覺風險高，決策勝任感不足(三)兒美補教消費為具嘗試性重購(Trial Repeat Purchase)之序貫決策(Sequential Decision)(四)反向代間影響於嘗試性重購時期漸增(五)同儕影響在兒美補教業存在且顯著，以社會支持、社會認同與社會遵從等三種方式影響(六)孩子與家長在選擇補習班決策準則與購買後滿意度準則均不同(七)兒美補習決策存在影響甚大的『詢問脈絡口碑』(Seeker-Initiated WOM)。

關鍵字：兒童美語補教，消費者決策行為，親子決策，序貫決策，嘗試性重購，例行性重購

Abstract

This study intends to inquire consumer's decision making process of children's English learning program in a qualitative way. While there are many quantitative studies about this process, few are conducted qualitatively. Previous studies are all focused only on the first purchase, neglecting their subsequent repeat purchase processes; and parents are assumed to be the decision makers, ignoring the role of the children in the process. This study thus purports to explore and provide a clearer depiction of the parent-child interaction in the repeat purchase context.

After reviewing 27 prior studies, this researcher suggested research questions in this study. Data were collected through several interviews with parents and children respectively. Parent interviews were conducted through one-on-one basis, while children interviews through focus groups. Interviews were taped, transcribed, and analyzed qualitatively.

The results of this study can be concluded into seven parts as follows. First of all, the essence of the first purchase decision in children's English learning program is close to the essence of the purchase decision of special goods, and the consumers' (parents) involvement is deep. Second, the risk conception of the first purchase is high and consumers are lack of confidence in first purchase in the decision making. Third, the process is a sequential decision with trial repeat purchase process. Fourth, the influence of reverse intergeneration is increasing in the process of trial repeat purchase process. Fifth, the peer-influence exists remarkably in three ways : social support, social identification and social conformity. Sixth, both decision and satisfying criteria are distinct from parents and children. Finally, the seeker-initiated WOM is a tremendous factor in the decision of children's English learning program.

Keywords: Children's English learning program, consumer decision behavior, family decision, sequential decision, trial repeat purchase, regular repeat purchase

謝辭

終於到了寫謝辭的這一刻，原來這滋味是如此甘甜！

聖經有段話『神為愛祂的人所預備的，是眼睛未曾看見，耳朵未曾聽見，人心也未曾想到的。（哥林多前書 2:9）』能進到政大科管學習，能遇見我的指導老師，能完成這篇論文，又得到許多前輩朋友的協助，點點滴滴盡是祂恩典的痕跡。

感謝我的指導教授—徐聯恩老師。老師總是支持我在研究上的想法，給我探索的自由；總是以正向話語勉勵學生，好幾次沮喪灰心的時刻，因為老師的鼓勵，我又有前進的勇氣；也要感謝老師對於論文題目、架構、觀念的啟發指導；謝謝老師的用心與耐心，反覆指正我修改論文內容；還要謝謝老師的要求，為這篇論文品管，推動我成長。

謝謝兩位口試委員溫肇東老師，黃玉珮老師的寶貴建議，加強了這篇論文的前瞻性及嚴謹度。兩位老師也一直都是我景仰的榜樣！還要謝謝科管所吳豐祥老師、許牧彥老師、李仁芳老師、蕭瑞麟老師的教導；另外企研所張愛華老師、地政所林森田老師，不斷在論文撰寫過程提供關懷協助，在此致上謝意。

感謝我的家人！我的父母總是支持我向學、供應我的需要；姊姊以過來人的身份為我打氣，提供我寶貴的資源；弟弟不斷捎來祝福並代我陪伴家鄉的父母，向你們獻上感謝。還要特別向我教會團契的弟兄姊妹們說聲謝謝，你們的貼心代禱與資源涓注，給我莫大的幫助。

最後要謝謝在論文訪談過程中，所有協助我的補習班分校主任、受訪者，還有所有曾勉勵我、幫助過我的同學與朋友，你們的熱情與溫暖激勵我向前，我會繼續努力！

目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的與研究問題.....	5
第三節 研究流程.....	6
第二章 文獻探討.....	7
第一節 消費者行為理論.....	7
第二節 家庭購買決策.....	12
第三節 親子決策互動—反向代間影響.....	17
第四節 國內兒童美語補教業消費者行為相關研究.....	20
第三章 研究方法.....	58
第一節 研究對象.....	58
第二節 資料蒐集方法.....	63
第三節 資料分析方法.....	67
第四節 訪談大綱設計.....	69
第四章 分析結果.....	75
第一節 需求與動機.....	75
第二節 消息來源.....	84
第三節 決策準則.....	87
第四節 決策者.....	91
第五節 購後評價.....	95

第六節 整體決策特徵.....	102
第七節 討論.....	119
第五章 結論與建議.....	122
第一節 研究結論.....	122
第二節 研究建議.....	126
第三節 研究貢獻.....	132
第四節 研究限制.....	133
參考文獻	134
附錄一 兒美補教業消費者行為研究 27 篇文獻編碼、研究問題及發現表.....	138
附錄二 孩童焦點團體訪談稿樣本.....	160
附錄三 一對一家長訪談稿樣本.....	169



表目錄

表 2-1：兒美補教消費者行為研究 27 篇文獻編碼	21
表 2-2：兒童美語補教業發展演進時程表	22
表 2-3：兒美補教業 2007 年前十五大品牌基本資料表	26
表 2-4：臺閩地區受訪兒童上才藝班情形	28
表 2-5：台灣地區近十年來離婚率及單親率統計表	30
表 2-6：王筱霞研究-國小學生是否參加美語班與受訪家長之年齡分析	35
表 2-7：家長英語班資訊來源問卷統計表 a	37
表 2-8：家長英語班資訊來源問卷統計表 b	38
表 2-9：家長英語班資訊來源問卷統計表 c	39
表 2-10：家長英語班資訊來源問卷統計表 d	40
表 2-11：家長英語班資訊來源問卷統計表 e	41
表 2-12：決策準則階段相關文獻統計之重要準則表	44
表 2-13：家長於各消費決策取向得分之人數與百分比(N=489)	49
表 2-14：消費者信任來源表	54
表 3-1：孩童焦點團體訪談－受訪者基本資料及採訪時間地點記錄	58
表 3-2：孩童焦點團體訪談－受訪學生就讀年級統計表	60
表 3-3：孩童焦點團體訪談－受訪學生開始補英文年級之統計表	60
表 3-4：孩童焦點團體訪談－受訪學生是否讀幼稚園及其是否教英文之統計表	61
表 3-5：家長個別訪談－受訪者基本資料及採訪時間與方式記錄	62
表 4-1：孩童補習最起初的動機來源訪談結果統計表	75
表 4-2：孩童焦點團體訪談－補習意願與動機整理表	76
表 4-3：孩童故事完成法訪談－補習意願與動機整理表 a	77
表 4-4：孩童故事完成法訪談－補習意願與動機整理表 b	78
表 4-5：孩童焦點團體訪談－已補習孩童對於英文補習之認知評價整理表 a	78
表 4-6：孩童焦點團體訪談－已補習孩童對於英文補習之認知評價整理表 b	79

表 4-7：孩童故事完成法訪談－補習意願動機與同儕影響整理表.....	80
表 4-8：孩童焦點團體訪談－孩童決策準則整理表	88
表 4-9：孩童故事完成法訪談－孩童決策準則與同儕影響整理表.....	89
表 4-10：孩童故事完成法訪談－不同時期孩子與家長決策影響力調查.....	93
表 4-11：孩童焦點團體訪談－詢問孩童是否喜歡目前補習班	96
表 4-12：孩童焦點團體訪談－孩童是否喜歡英文課以及是否與家長溝通	98
表 5-1：研究問題之結論整理表.....	125
表 5-1：歷年重大教育政策與影響一覽表.....	131



圖目錄

圖 1-1：全國補習班最近十年成長統計圖	2
圖 1-2：補習班招生對象分類統計圖	2
圖 1-3：研究流程圖	6
圖 2-1：EKB 消費者行為模式	9
圖 2-2：EKB 模式之消費者決策過程	11
圖 2-3：正反向代間影響示意圖	18
圖 2-4：台灣地區近十年來離婚率及單親率統計圖	30
圖 2-5：參加美語：主動參加及安親趨動兩種型態	34
圖 2-6：本研究推論家長在補習決策過程角色	50
圖 2-7：林家儀研究－反向代間相關影響研究架構	52
圖 2-8：傅方明研究－各變項間的路徑圖	53
圖 2-9：顧客滿意與再購傾向圖	55
圖 4-1：一般消費商品服務之購買流程	107
圖 4-2：兒美補教消費者嘗試性重購之序貫決策圖	108
圖 4-3：正反向代間於不同時期影響示意圖	111
圖 4-4：口碑傳播行為概念圖	117