

國立臺灣體育運動大學  
National Taiwan University of Physical  
Education and Sport  
體育舞蹈學系碩士班學位論文

台中市民參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之研究

THE STUDY OF PARTICIPANT MOTIVATION,  
CONSUMER BEHAVIOR, AND LEARNING  
SATISFACTION IN TAICHUNG CITY



研究生：劉怡文 撰

指導教授：羅雅柔 博士

中華民國 102 年 1 月

國立臺灣體育運動大學體育舞蹈系碩士班  
碩士學位論文審定書

研究生：劉怡文

論文題目：台中市民參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之研究

業經本委員會評審認可，合於碩士水準。

論文考試委員會委員：

學位考試委員會

召集人

董博學

論文口試委員

蔡俊傑

指導教授

翁雅柔

研究所所長

潘莉君

中華民國 101 年 6 月 29 日

## 國家圖書館 博碩士論文電子檔案上網授權書

本授權書所授權之論文為授權人在國立臺灣體育運動大學體育舞蹈學系研究所

101 學年度第 1 學期取得  博士  碩士 學位之論文。

論文名稱：台中市市民參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之研究

指導教授：羅雅柔 博士

茲同意將授權人擁有著作權之上列論文全文電子檔(含摘要)，非專屬、無償授權國家圖書館，不限地域、時間與次數，以微縮、光碟或其他各種數位化方式將上列論文重製，並得將數位化之上列論文及論文電子檔以上載網路方式，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

授權選項：

立即開放

暫不開放 (開放日期為\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日，最長不得逾五年)

授權人：劉怡文 (親自簽名) 民國： 101 年 12 月 30 日

## 國立臺灣體育運動大學博碩士論文電子檔案授權書

本授權書所授權之論文為授權人在國立臺灣體育運動大學體育舞蹈學系研究所

101 學年度第 1 學期取得  博士  碩士 學位之論文。

論文名稱：台中市市民參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之研究

指導教授：羅雅柔 博士

茲同意將授權人擁有著作權之上列論文全文電子檔(含摘要) 非專屬性、無償授權本人畢業學校圖書館及登載於其所建置之資料庫內，並得從事下列行為：

- 一、提供讀者不限地域、時間及次數之免費線上檢索、閱覽、下載或列印，並得將資料庫重製成微縮、光碟或其他數位化載體以及其他學術機構之資料庫交換。
- 二、提供付費之線上全文下載及列印，並得將該資料庫重製成光碟或其他數位化載體販售發行，或交由非學術組織出版，惟線上收費及販售所得應視為專款作為執行單位營運及系統維持之用。

全文電子檔使用權限授權（請勾選下列一項授權選項）：

- 校內外完全公開
- 校內立即公開，校外一年後公開
- 校內立即公開，校外五年後公開
- 校內外均一年後公開
- 自定開放時間：校內\_\_\_\_\_年、校外\_\_\_\_\_年後公開(最長不得逾五年)

立授權書人對上述授權之著作擁有著作權，尚未專屬授權予其他法人或自然人。本件授權不影響著作人對原著作之著作權及衍生著作權，並得為其他之專屬授權。立授權書人保證授權使用之作品及相關資料，並無侵害他人智慧財產權、隱私權之情事，如有侵害他人權益及觸犯法律之情事發生，立授權書人願自行負責一切法律責任。

被授權人：國立臺灣體育運動大學  
地址：台中市北區雙十路一段十六號  
電話：(04)22213108

授權人：劉怡文 (親自簽名) 民國：101年 12 月 30 日

論文名稱：台中市民眾參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之研究

總頁數：119頁

校(院)所組別：國立臺灣體育運動大學體育舞蹈學系碩士班理論組

畢業時間及提要別：一百學年度第二學期碩士學位論文

研究生：劉怡文

指導教授：羅雅柔博士

### 中文摘要

本研究旨在探討台中市民眾參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之現況，了解不同背景變項對民眾參與舞蹈補習班動機、消費行為及滿意度之差異情形及三者間的相關聯性。研究者針對台中市四家舞蹈補習班為施測對象。採用量化的問卷調查法作研究工具，研究者共計發出 300 份問卷，回收 300 份，在剔除空白問卷與資料填答不完全者之無效問卷 18 份，共計有效問卷 282 份。用描述性統計、獨立樣本  $t$  檢定、單因子變異數分析、皮爾森積差相關及多元回歸進行分析。經資料蒐集及統計分析過後，本研究的主要發現如下：

- 壹、台中市民眾參與舞蹈補習班的動機屬中程度。在動機層面中，滿足成就需求的動機最高。不同人口變項的舞蹈班學員在「滿足成就需求」、「社會性需求」、「促進身體健康需求」動機層面達到顯著標準。
- 貳、台中市民眾參與舞蹈補習班的消費者行為屬低程度。在消費行為層面中，身心因素為最高。不同人口變項的舞蹈班學員在消費者行為層面中的「價格考量」、「身心

因素」、「舞蹈課程類型」、「達顯著水準。

參、台中市民眾參與舞蹈補習班的滿意度屬高程度。在滿意度層面中，教師專業教學能力滿意度最高。不同人口變項的舞蹈班學員在滿意度層面中的「教師專業教學能力」、「課程內容」及「學習效益」達顯著標準。

肆、台中市民眾參與舞蹈補習班在「整體參與動機」及「整體消費者行為」的總量表達顯著關聯相關。在「整體滿意度」與「整體消費者行為」總量表達顯著關聯，呈現正相關。在「整體參與動機」、「整體消費者行為」與「整體的滿意度」總量表達顯著關聯，呈現正相關。

**關鍵字：**參與動機、消費者行為、滿意度

Liu,I-Wen(2012) A Study of Taichung Citizens' Motivation, Consumers' Behaviour and Satisfaction of Joining The Dancing Studio.Unpublished Master Thesis, National Taiwan University of Physical Education And Sport

Chair of the committee : Dr.Ya-Jo Lo

### **Abstract**

The study aimed to investigate the current situation, the differences and the correlation of Taichung citizens' motivation, consumers' behaviors and satisfaction of joining the dancing studio. A total of 282 people from four different dancing studios in Taichung City were selected to participate in the study. All the participants completed the questionnaire. The data collected was analyzed by applying descriptive statistics, *t*-test, one-way ANOVA and Pearson Correlation coefficient. The major findings of this study were summarized as follows:

1. The scores of the motivation were medium. The "achievement fulfilling need" scored the highest in the "motivation aspect". There were significant differences in "achievement fulfilling need", "social need", "health promoting need" according to different demographic variants.
2. The scores of the "consumers' behaviors" were low. "physical" and "mental factors" scored the highest in the "consumers' behaviors" aspect. There were significant differences in "price consideration", "physical" and "mental factors", and types of dancing classes according to different demographic variants.
3. The scores of the "satisfaction" were high. "Teachers' professional teaching abilities" scored the highest in the "satisfaction aspect". There were significant differences in "teachers' professional teaching abilities", "course contents" and "learning results" according to different demographic variants.

4. The correlation of “participating motivation” and “consumers’ behaviors” was found significant. The correlation of “satisfaction and consumers’ behaviors” was found significant. The correlation among “participating motivation”, “consumers’ behaviors” and “satisfaction” was found significant.

**Keywords** : Participating Motivation, Consumers’ Behaviors, Degree of Satisfaction

## 謝誌

時間荏苒在國中擔任藝術與人文教師已有六年，在教學的過程裡每每因為單元的備課和學生的互動而產生教學想法，施與授之間我反而從學生們的回饋中獲取教學的能量，也因而促使再進修的念頭，期望充電飽足後我便能灌溉一畝良田。

重返校園當學生是一件很幸福的事，這是在進入職場後才能深深體會，所以盡管是利用一星期兩個半天請假讀書，壓縮了授課時間讓我一堂接著一堂，身分的轉換、地點的轉移兩地之間的奔波，工作和學業的壓力之下我還是甘之如飴。

人算不如天算在碩二時沒想到我竟然懷孕了，有了寶貝是喜悅的，但是因為不是計畫中所以對雙重身分的我會有一定的影響，行為舉止要小心但是我又是機車族，孕婦身心要放鬆可是我卻有課業論文壓力，當學期末時作業真是讓我頭痛阿！

特別謝謝指導教授羅雅柔博士給我的專業教導和溫暖的鼓勵，尤其是寫論文期間真的讓當時懷孕的我好幾度想要放棄，只要一碰論文我心情就焦躁不安，對胎教更是不好，她會幽默的說：哇！我的寶寶會很聰明喔！在媽媽的肚子裡跟著一起讀書寫作。我的心情就會振作起來，還有，厲害的是當她的指導學生們齊聚一堂時她一個一個認真的指導每一個人的論文，時間常常一晃眼就是深夜，我的論文就是在她這樣耐心指導、仔細修正下一步步的產生，甚至有時為了論文在很晚的時間打電話請教老師，她還是能接電話為我解決問題，很感謝他對我的幫助，因為她的熱心、真誠、用心的教導讓我能完成我的論文。

論文寫作期間還要感謝一位重要的支柱，就是我的老公昱宏，如果沒有他我想我的論文也很難完成，文書能力不佳的我常常要他幫我處理論文的格式問題，還好有他幫忙不然我這電腦初級班的能力是很難完成論文的，更因為有他陪伴在側的溫暖關懷轉化為繼續論文的動力，我才能度過懷孕的不舒適和論文的壓力。

劉怡文 謹致

中華民國 102 年 1 月

## 目 錄

中文摘要 .....	i
英文摘要 .....	iii
謝 誌 .....	v
目 錄 .....	vii
表 目 錄 .....	ix
圖 目 錄 .....	xi
第一章 緒 論	
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究目的 .....	3
第三節 研究問題 .....	4
第四節 研究流程 .....	5
第五節 研究範圍與限制 .....	6
第六節 名詞釋義 .....	7
第二章 文 獻 探 討	
第一節 補習班的相關文獻 .....	9
第二節 參與舞蹈補習班的動機 .....	15
第三節 參與舞蹈補習班的消費者行為 .....	21
第四節 顧客滿意度 .....	32
第三章 研 究 方 法	
第一節 研究架構 .....	39
第二節 研究假設 .....	40
第三節 研究對象 .....	42
第四節 研究工具 .....	43
第五節 研究程序 .....	45

第六節	資料處理與分析.....	46
第四章	研究結果與分析討論	
第一節	不同背景變相的人口統計分析.....	48
第二節	台中市民眾參與舞蹈補習班動機調查結果..	51
第三節	台中市民眾參與舞蹈補習班消費行為調查結果.....	60
第四節	台中市民眾參與舞蹈補習班滿意度調查結果	68
第五節	舞蹈補習班參與動機與消費者者行為之關係	78
第六節	舞蹈補習班滿意度與消費者者行為之關係..	81
第七節	舞蹈補習班參與動機、滿意度與消費者行為之迴歸分析.....	84
第八節	綜合討論.....	86
第五章	結論與建議	
第一節	結論.....	94
第二節	建議.....	102
參考文獻	.....	105
附錄一	專家效度表.....	113
附錄二	問卷正式稿.....	114

## 表目錄

表 2-1-1 台中市舞蹈補習班課程現況.....	13
表 2-3-1 消費者行為定義.....	21
表 2-3-2 消費者購買過程決策.....	28
表 2-4-1 舞蹈學習滿意度與相關文獻摘要表.....	36
表 4-1-1 不同背景變項的人口統計分布情形.....	49
表 4-2-1 舞蹈補習班參與動機評量的優先順序.....	51
表 4-2-2 受試者在舞蹈補習班參與動機各層面反應情形..	52
表 4-2-3 不同性別在參與動機獨立樣本 $t$ 考驗摘要表....	53
表 4-2-4 職業/學生在參與動機單因子變異數分析摘要表..	54
表 4-2-5 學舞年齡在參與動機單因子變異數分析摘要表..	55
表 4-2-6 購買舞蹈課程種類數量在參與動機單因子變異數 分析摘要表.....	57
表 4-2-7 薪資所得/零用錢在參與動機單因子變異數分析 摘要表.....	58
表 4-3-1 舞蹈補習班消費者行為評量的優先順序.....	60
表 4-3-2 受試者在舞蹈補習班消費者行為各層面反應情形	61
表 4-3-3 不同性別在消費者行為獨立樣本 $t$ 考驗摘要表..	62
表 4-3-4 職業/學生在消費者行為單因子變異數分析摘要表	63
表 4-3-5 學舞年齡在消費者行為單因子變異數分析摘要表	64
表 4-3-6 購買舞蹈課程種類數量在消費者行為單因子變異 數分析摘要表.....	65
表 4-3-7 薪資所得/零用錢在消費者行為單因子變異數分 析摘要表.....	66
表 4-4-1 舞蹈補習班滿意度評量的優先順序.....	68

表 4-4-2	受試者在舞蹈補習班滿意度各層面反應情形.....	69
表 4-4-3	不同性別在滿意度獨立樣本 t 考驗摘要表.....	71
表 4-4-4	職業/學生在滿意度單因子變異數分析摘要表...	72
表 4-4-5	學舞年齡在滿意度單因子變異數分析摘要表.....	73
表 4-4-6	購買舞蹈課程種類數量在滿意度單因子變異數分 析摘要表.....	75
表 4-4-7	薪資所得/零用錢在滿意度單因子變異數分析摘 要表.....	76
表 4-5-1	舞蹈補習班在參與動機與消費者行為之相關情形	78
表 4-6-1	舞蹈補習班在滿意度與消費者行為之相關情形..	80
表 4-7-1	舞蹈補習班參與動機、滿意度與消費者行為回歸 分析摘要表.....	84
表 5-1-1	研究結果總表.....	94
表 5-1-2	不同背景變項與參與動機之差異情形.....	95
表 5-1-3	不同背景變項與消費者行為之差異情形.....	97
表 5-1-4	不同背景變項與滿意度之差異情形.....	98

## 圖目錄

圖 1-4-1 研究流程.....	5
圖 2-2-1 Maslow 需求階層.....	17
圖 2-3-1 E-K-B 消費者行為模式.....	25
圖 2-4-1 顧客滿意度評量模式之一.....	34
圖 2-4-2 顧客滿意度評量模式之二.....	35
圖 3-1-1 研究架構圖.....	39
圖 3-5-1 研究程序圖.....	45

## 第壹章 緒論

本章共分為六節：第一節，研究背景與動機；第二節，研究目的；第三節，研究問題；第四節，研究範圍；第五節，研究限制；第六節，名詞解釋，分述如下。

### 第一節 研究背景與動機

近年來，臺灣人口生育率急遽下降，社會人口結構出現少子化的型態，對未來教育生態的影響層面巨大，從國家教育政策的方向，到基層教育環境的改變，無不受「少子化」的影響（教育部，2005）。舞蹈補習班也因為大環境的改變而受到影響，學員人數在少子化的衝擊下逐漸下滑、而經營不易，社會形態的改變要滿足每一個人的學習需求，不論在內容、方式、型態上都要多元化和多樣化，因而使我欲探討舞蹈補習班由傳統的課程經營模式如何轉化為多元學習的課程模式。

我國於1998年開始實施週休二日制度後，使得休假時間增加，休閒行為由偶發性行為轉變為例行性行為，而現代人對於健康的需求日益迫切，除了希望有一個私人空間，可以在忙碌的工作後，獲得輕鬆的休閒體驗，更殷切地盼望藉由跳舞讓身體更加健康，於是多元化舞蹈補習班相繼產生（黃鴻斌，2003）。隨著少子化時代的來臨，孩子們的競爭已進入白熱化的階段，在競爭日益激烈的全球化中，臺灣因地窄人稠，競爭更為激烈。家長們為了不能讓子女輸在起跑點上，無不竭盡所能、大費周章，想盡辦法地要讓自己的孩子成龍成鳳，再加上我們的社會向來非常重視「文憑」，對子

女的教育無不盡可能的投入，深怕落後於別人。在如此競爭與衝擊的時代裡，家長在選擇補習班時就愈來愈嚴謹，而多數補教業者也體認到，隨著消費者意識的抬頭，服務品質的優劣、企業形象的好壞、價格的競爭等條件，都已成為影響顧客滿意度的關鍵因素之一，亦是家長們選擇補習班因素之一（左文屏，2011）。再者現代社會的家庭多為雙薪家庭，父母親為了生活而投入工作，照顧孩子的問題造就補教業的發展，各式的補習才藝班成了照顧孩子的選擇。所以每逢學校放學時段，各式各樣的補習班交通車絡繹不絕，學生趕往補習班的情形日漸普遍，在這種情況之下補教業蓬勃的發展，就市場行銷的觀點而言，補教業是一個新興且值得投資的市場。因此，對於複合式經營的舞蹈補習班而言，了解學員對參與舞蹈補習班課程趨勢之選擇動機，才能真正明白學員的需要，輔助舞蹈補習班經營之優缺與可改進之處。對此，本研究以臺中市舞蹈補習班學員與家長為研究對象，欲探討參與舞蹈補習班學員之選擇課程參與動機，希望可以以此研究作為經營者之參考。

## 第二節 研究目的

根據上述之研究背景與動機，主要在瞭解臺中市舞蹈補習班學員之參與動機、消費者行為及滿意度，因此研究者做分析與探討，其研究目的如下：

- 壹、瞭解臺中市舞蹈補習班課程對學員參與動機之現況。
- 貳、探討不同背景人口變項對舞蹈補習班學員之參與動機是否具有顯著差異。

根據研究結果，提出結論與建議作為舞蹈才藝班經營之參考。

### 第三節 研究問題

基於上述研究目的，本研究欲探討的研究問題如下：

- 壹、了解臺中市舞蹈補習班課程現況為何？
- 貳、探討不同人口變項學員的參與動機為何？
- 參、探討不同人口變項學員參與舞蹈補習班消費者行為之因素何？
- 肆、探討不同人口變項學員參與舞蹈補習班的學習滿意度為何？
- 伍、探討不同人口變項學員參與舞蹈補習班的動機是否影響消費者行為？
- 陸、探討不同人口變項學員參與舞蹈補習班的學習滿意度是否影響消費者行為？
- 柒、參與舞蹈班的動機、消費者行為及滿意度三者是否相互影響？

#### 第四節 研究流程

本研究之概念架構，依研究背景、研究動機、研究目的及文獻探討的歸納結果，說明學員參與舞蹈班的動機變項、學員參與舞蹈班的消費行為變項、學員參與舞蹈班的學習滿意度變項、之間統計分析因果關係，如圖 1-4-1 所示。

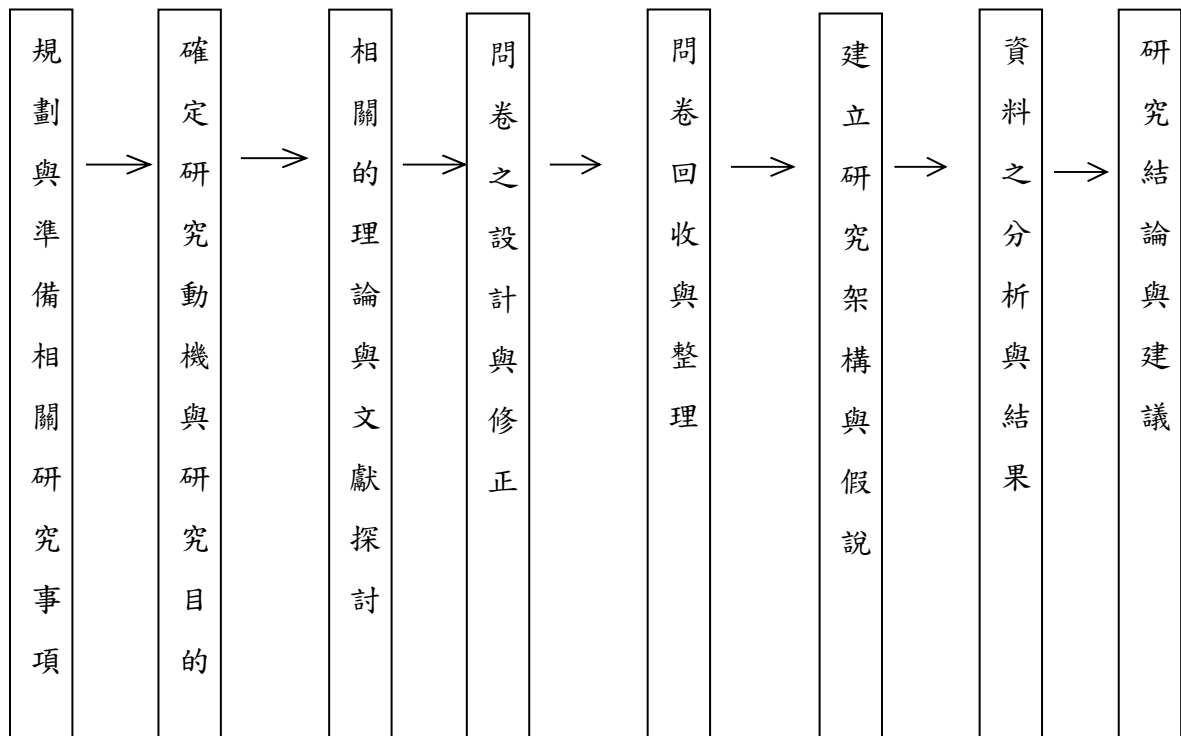


圖 1-4-1 研究流程

## 第五節 研究範圍與限制

### 壹、研究範圍

探討臺中市所屬舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之現況。

### 貳、研究限制

本研究採問卷調查法，其範圍僅侷限在臺中市舞蹈補習班，因此所研究項目「舞蹈補習班學員之參與動機與消費者行為和滿意度」等探討之結果僅限於臺中市舞蹈補習班，無法推在其他縣市上。

## 第六節 名詞釋義

將本研究中，所涉及的重要名詞，依概念性定義及操作性定義解釋如下：

- 壹、舞蹈補習班：教授芭蕾舞、民族、武功、現代、爵士、踢踏等專業舞蹈之升學及進修為主，近幾年來更戮力推廣全民休閒舞蹈運動，如開辦成人芭蕾舞初學班、成人爵士初學班等（本班入門課程均屬之），另外並開辦了街舞（包括 GIRL'S HIPHOP、MV、NAMIE STYLE、STREETJAZZ、FREE JAZZ、FUNK JAZZ、FREE STYLE、HOUSE等多種型態）、佛朗明哥、肚皮舞、SALSA、非洲舞等時興之流行舞蹈，提供青少年正當休閒娛樂活動，可謂教學內容多采多姿，適合全民休閒運動的好地方。本研究之操作型定義是指坊間經由政府立案核准，開設多種舞蹈課程，聘請師資教授舞蹈技能訓練之補習班。
- 貳、舞蹈參與動機：是指個人利用閒暇時間引起個體參與舞蹈意念，發自個人內在驅力，並促使其行動之過程，也就是依據自己的自由意識選擇，參加不同項目與性質的運動驅力。其內容涵蓋五個因素分別為：休閒育樂、服務品質、自我健康、自我成就及提昇社會地位等。本研究之操作型定義是指舞蹈補習班學員在「舞蹈補習班學員參與動機量表」上填答的得分情形，得分愈高表示會員參與動機愈強；反之則動機愈弱。
- 參、消費者行為：消費者（舞蹈班學員）行為（Consumer Behavior）係指一般消費者在獲得（購買）與使用物質或人力服務時所表現的行為。本研究之操作型定義是指對舞蹈班學員選擇舞蹈班市場的消費行為。

肆、滿意度：整體顧客滿意度係指消費者針對一產品或服務購買與消費的全部經驗，並且隨著時間的累積所形成的整體評價。本研究之操作型定義是指滿意度是指消費者對於舞蹈補習班事前的預期及事後感受的評估與比較而產的，在「舞蹈補習班學員參與滿意度量表」上填答的得分情形，得分愈高表示越滿意；反之則越不滿意。

## 第二章 文獻探討

本研究主要在瞭解臺中市舞蹈補習班舞蹈補習班學員之參與動機、消費者行為及滿意度，探討不同人口變項和學員參與動機之間的關係。因此本章將分四節：第一節，舞蹈補習班課程與現況分析；第二節，參與舞蹈班的動機；第三節，參與舞蹈班的消費行為；第四節，參與舞蹈班的滿意度。

### 第一節 補習班的相關文獻

本節主要介紹補習班的定義、補習班之分類、補教業的特性、課後補習相關研究、技藝補習班。

#### 壹、補習班的定義

補習教育在臺灣行之久遠，「補習班」屬於社會教育機構之一，其經營型態類似「補習學校」，指以補充國民生活知識，傳授實用技藝或輔導升學為目的，對外公開招生、收費、授課且有固定班址，預收學生人數並達五人以上之短期補習班（新北市政府教育局社會教育科〔社教科〕，2002）。然而，在補習教育事業裡，包含了高中、國中、國小的學生從學童到青春期的學生，許多的學生放學後便往補習班補習，因此補教業也扮演著重要的社會教育角色。補習教育為社會教育的一個環節，而補習教育業則為社會教育事業的一種。社會教育之範疇甚廣，諸如民族文化、家庭教育、視聽教育、補習及進修教育，以及社會教育機構所承辦之事務等均屬之。其中補習及進修教育，依「補習及進修教育法」（教育部於民國1999年6月修正發布）第三條規定：「補習及進修教育區分為國民補習教育、進修教育及短期補習教育三種；

凡已逾學齡未受九年國民教育之國民，予以國民補習教育；已受九年國民教育之國民，得受進修教育；志願增進生活知能之國民，得受短期補習教育。」補習及進修教育可區分為國民補習教育、進修教育及短期補習教育三種。前兩者屬學校補習教育，後者屬非學校之一般社會補習教育。該法第六條又規定：「短期補習教育，由學校、機關、團體或私人辦理，分技藝補習班及文理補習班二類；修業期限為一個月至一年六個月。」在臺灣地區，短期補習教育的實施是以「補習班」的型態最為常見，補習班所實施的短期補習教育，是以補充國民生活知識，提高教育程度，傳授實用技藝，培養健全公民，促進社會進步作為主要目標。

## 貳、補習班之分類

依短期補習班設立及管理規則第一章第二條規定：短期補習班（以下簡稱補習班），以補充國民生活知識，傳授實用技藝為目的，其設立及管理；除法令另有規定外，依本規則之規定。前項補習班係指對外公開招生、收費、授課之短期補習教育機構。凡民眾設立補習班，應照短期補習班設立及管理規則之規定辦理申請立案。

臺灣因為升學主義掛帥，所以民間的補習班如雨後春筍般林立片及各地區，各地的學區附近更是補習班的必爭之地。而最近幾年來，教育部於90學年度開始在國小推動英語學，和家長們的觀念中不能輸在起跑點上，使得美語補習班獲得更多家長的青睞。雖然間有為數眾多的文理及美語補習班，可是由於立案手續繁雜，須經過許多政府機關的審核檢查，如建管課、消防局及教育局等的許可，因而有許多的補

習班並沒有申請或未獲得政府的立案許可。

#### 參、技藝補習班

國內近年來有關技藝補習的相關研究，研究重點大致歸納有：不同生活型態、消費型態的家長在評估準則、滿意度、人口統計變項、忠誠度的差異性，訊息來源管道、最後決定權是誰、參加補習的動機有哪些與對補習班的設備與服務的要求；相關文獻整理如下：

針對臺中市某一舞蹈補習班作調查，發現家長對於選擇補習班時重視的因素是：補習班之背景與費用、對師資滿意度與教師魅力、教學方法、課程設計與教材選取、親友介紹為主（陳學綿，2001）。對臺南地區的國小學生作調查，發現到選擇補習班的決定權大部分是由家長決定，少部分是由學生自行選擇。而家長對於補習班重視的因素是：教學服務的品質（袁一如，2004）。

家長的消費者決策取向有城鄉之別；臺北縣家長比臺北市家長有較高的價格意識取向、新奇流行取向、迷惑尋求支持取向及衝動粗心取向。家長對於補習班重視的因素是：使用者至上、完美主義、省時滿意及習慣品牌忠誠取向四種最普遍（陳雅玟，2002）。在黃郁宜的研究中得知，每7名學生中即有1人參加技藝型補習班，而類別中以體能43.48%最多

，樂器藝能41.30%次之，補習時數以每週1-2小時的人數最多（黃郁宜，1984）。曾經參加才藝補習的學童佔70.4%，目前正參加的學童佔37.2%，參加補習以英語最多，其次為作文，再其次為音樂，學童有75.4%參加才藝補習感覺快樂

(葉雅馨，1989)。參加補習的動機以培養小孩興趣為主。訊息來源以直接向補習班詢問及經由孩子的同學介紹，評估準則包括重視師資、教學方式、教材、交通方便，較不重視學費多寡、政府立案與教室裝潢。且家長願意推薦該補習班給別的家長(張福壽，1995)由以上研究得知，選擇補習班的決定權仍以家長為主。

綜合以上對技藝型補習班的研究，歸納重點如下：家長是選擇的主要決策者，城鄉有差距在於補習班選擇的考慮因素上，參加才藝補習班的動機以培養小孩興趣為主。而考慮的因素有：補習班之背景與費用、師資、教學方法、課程設計、教材選取、教學品質、培養小孩興趣、交通方便與親友介紹。父母讓小孩學習才藝的目的是培養子女獨立性、興趣，促進身體健康為主要訴求。

肆、臺中市舞蹈補習班課程規劃以成立時間劃分如下表 2-2

既然這一代的父母有意願、也有能力給下一代安排更好的學習環境和成長機會，在父母有心、有錢、有能力，也有時間，注重孩子個別發展的情況下，綜合教學的學校教育已不能滿足家長的期望，建構在「望子成龍，望女成鳳」，又怕孩子輸在起跑點上的心理上，強調小班教學，又有加強學習效果的兒童才藝教室，應運而生，學童利用課外時間上才藝班，已形成一種另類的學習風氣。在供需必須平衡的原則下，坊間各式各樣的才藝班也迅速擴張，兒童安親市場蓬勃發展(江佳樺，2005)。

近年來在經濟不景氣的情況下，國內兒童補教產業卻是屹立不搖，絲毫不受影響。補習班介於家庭與學校之中間地

帶，為忙碌的父母親照顧孩子和做為補助學校教育之不足，其所肩負的責任也愈來愈重。而在競爭激烈的環境中，業者能否生存，仰賴是否能夠提供消費者滿意的產品或服務，才能在眾多競爭對手中脫穎而出；因此補習班對於行銷策略及師資教學、課程安排等問題，皆無不用心設計安排，下表為各臺中市舞蹈補習班課程現況整理如表 2-1-1 所示。

表 2-1-1 臺中市舞蹈補習班課程現況

舞蹈補習班成立年資	專業舞蹈課程	休閒舞蹈課程
30 年以上	芭蕾舞、民族、武功、現代、即興、舞蹈專業升學班	踢踏舞、流行街舞
20 年以上	芭蕾舞、民族、武功、現代、即興、中國舞蹈、武術、舞蹈專業升學班	瑜珈、有氧韻律、肚皮舞、拉丁、爵士舞蹈
10 年以上	生活律動、體能律動、中國舞蹈、武功、芭蕾舞	瑜珈、有氧韻律、肚皮舞、拉丁、流行街舞
5 年以上	幼兒律動、芭蕾舞、民族、現代、武功	瑜珈、基礎爵士、嘻哈爵士、放克爵士、騷莎、國標綜合、爵士踢踏舞、MV 舞肚皮舞

資料來源：研究者整理

臺中市的舞蹈補習班經由成立年資劃分彙整後，可以了解到課程的規劃和當前的市場取向，專業舞蹈課程是舞蹈補習班必備的課程項目，資深的舞蹈補習班對於市場的改變在課程的規劃上以選擇一、二項休閒舞蹈為主，然而現在社會運動休閒意識提高、注重身心健康之道，由上表可以知道多元化的休閒舞蹈課程比重逐漸的增加，而近年成立的舞蹈補習班在休閒舞蹈類的可選擇性更佳的豐富多樣。

## 第二節 參與舞蹈補習班的動機

### 壹、動機的意義

人類每項行為的背後，都具有動機的存在，動機應該是行為的原動力。動機是指引起個體活動，維持已引起的活動，並導使該種活動朝某一目標進行的一種內在歷程（張春興，1991）。從心理學的觀點看，所謂動機（motivation）是指有機體內的一種生理或心理的需欲（need）或驅力（drive）而言。因為有了需欲，有機體就呈現緊張狀態，且感到煩擾不安，進而對環境中有關的目標或刺激，發生有效的活動，務使需欲獲得滿足，目標獲得完成，緊張恢復平衡，其活動才暫時停止。因此，動機乃指引起個體活動，維持個體活動，並導使該種活動朝向某一目標進行的一種內在歷程，動機所指者，乃為形成一個動態過程的作用（林靈宏，1994）。因此在學習的歷程中，教導者必須要先確立適切的學習目標，以引發學習者的學習動機，讓學習者朝向學習目標前進。動機是驅使個人在不同情境，表現行動或不表現行動的因素及過程（黃金柱，2002）。

### 貳、動機の種類

#### 一、生理性動機

生理性動機是指以生理變化為基礎的一切動機而言，即所謂的原初性動機或生物性動機。生理性動機起因於生理組織缺乏某種物質所引起，所以生理性動機符合行為論「需要→驅力→行為」的順序。因此，心理學家習慣稱此類動機為drive（驅力），而稱心理性（或社會性）的動機motivation（動機），二者統稱為動機motivation（盧俊宏，

1995)。

## 二、心理性動機

心理性動機是指一切非以生理變化所形成的需要為基礎的動機而言。在此原則下，心理性動機包含兩個層次。一個層次是較為原始的三種驅力：好奇、探索與操弄，不含社會性意義。另一層次包括人類特有的成就動機與親和動機，這層次的動機完全是學習獲得的，而且與別人有關，所以具有社會意義（盧俊宏，1995）。

## 參、動機的理論

### 一、Maslow 的層次需求論

在需求階層中較低層的需求還沒有得到滿足時，那些需求將會支配著個體的動機。然而一旦那些需求得到適當的滿足後，較高一層的需求會開始佔據個體的注意力和行動（Maslow，1970）。Maslow 所提出的層次需求論，如圖 2-2-1。

- （一）生理需求（physiological needs）：如食物、水、睡覺都要得到需求而且滿足、次高層次才能實現。
- （二）安全需求（safety needs）：避免傷害與危險，並獲得健康。
- （三）愛與從屬需求（needs for love and belonging）：獲得友誼或親情及從團體之認同需求，一個人若缺乏愛的補償或代替，並會想盡方法，獲得此類相關之認可。
- （四）尊嚴需求（needs for esteem）：指希望獲得他人的尊重、仰慕，獲得肯定自信與自尊之需求。

- (五) 自我實現需求 (needs for self-actualization)：即發展個人獨特的潛能並竭盡所能全力以赴，以達到完美境界之需求、自我實現並不在乎個人做些什麼，而在於對自己的所做感受如何。
- (六) 認知需求 (need to know and understand)：指滿足好奇心、求知慾、了解需求。
- (七) 審美需求 (aesthetic needs)：指對秩序對稱，閉鎖 (closure) 需求更完美等之需求。

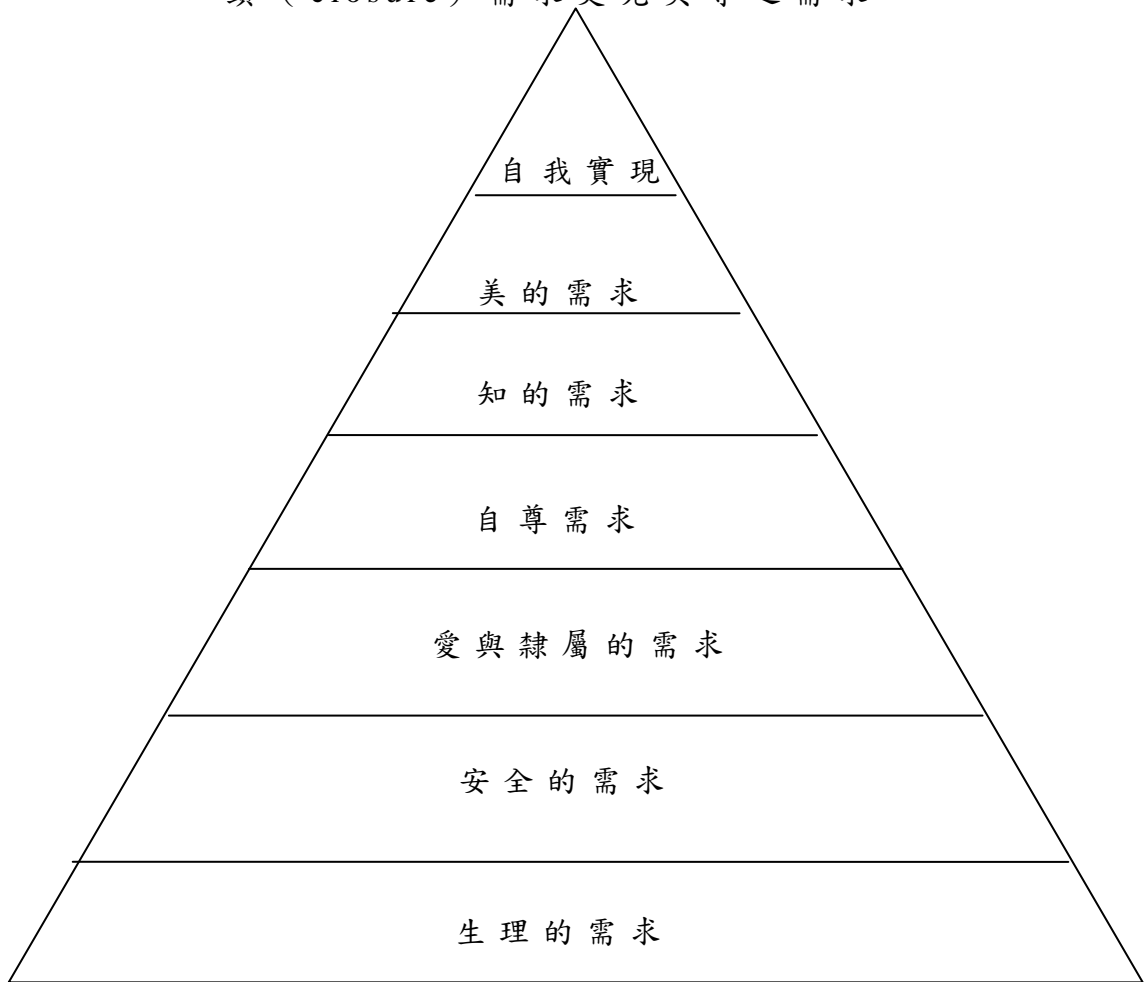


圖 2-2-1 Maslow 需求階層

資料來源：(Maslow, 1970)；(張春興，1999，頁 304)。

## 二、Miller 的勢力場理論 (Force Field Analysis)

Miller (1967) 認為參與成人教育的行為乃是「內在的個人需求」與「外在的社會勢力」兩變項間交互作用的結果。Miller 以 Lewin 的正向和負向勢力 (positive and negative force) 的概念來解釋動機力量的強弱。當個人需求與社會勢力均強烈時，參與活動的意願就強，但當人需求強而社會勢力弱的時候，或個人需求弱而社會勢力強時，參與意願就會低 (黃玉幸，1995)。

## 三、K.Rubenson 的期待價量模式 (Expectancy-Valence Paradigm)

在 Rubenson (1979) 的研究論點中，主張人類行為係個體與環境交互作用的結果。動機的強度是由個體與環境間正、負向量之大小而定。Rubenson 修正 1960 年代弗洛姆 Vroom 的工作動機理論，主張人類從事某種工作，乃是一種工具行為的表現，工作努力的程度受其對工作結果的期待，以及努力所造成的價值的影響。人類行為係個體與環境交互作用的結果，動機的強度由存在於個體與環境間正負向力量之大小而定。Rubenson 所提的期待價量模式 (黃富順，1995)。

## 肆、參與舞蹈補習班動機

探討短期技能、藝文補習班之消費者行為研究中指出，以參加動機而言，使用率越高的消費者越傾向於藉學習求得精神和心靈的寄託 (彭幸林，1995)。以大臺北地區兒童才藝班之消費行為之研究結果發現：在父母選擇讓子女參加才藝

班的動機主要是促進子女身心健康、培養子女興趣和氣質、訓練子女的獨立性（謝效昭，1986）。以臺中市綿綿舞蹈班為例，研究中將動機分為身心健康、愛與隸屬、知性、成就、社會五個構面，研究結果發現家長讓子女習舞主要動機為「身心健康需求」、「愛與隸屬需求」、「知性需求」（陳學綿，2001）。參與舞蹈休閒活動主要是為了身體健康，因此將「促進身體健康需求」構面納入本研究。文獻中的研究對象多為成年人，習舞原因主要是休閒健身，但本研究對象涵蓋學齡前兒童、學童、青少年至成年人，習舞除以上的目的外，更重視知識獲得及內在自我肯定，因此又將「追求社會性需求」及「滿足成就需求」構面列入。各構面包含數個類別與項目，分述如下表所示：

- 一、促進身體健康需求：身體健康包括生理、心理及整體三部份，因此將促進身體健康需求分為生理、心理及整體三個類別：
  - （一）生理：藉由舞蹈活動維護人體健康狀況的效益，在學習中的活動方式及技巧能鍛鍊身體功能，本部分包含維護健康及增進體能等兩項目。
  - （二）心理：藉由舞蹈活動可以獲得正向的、愉悅的心情，並適時的釋放壓力、平衡情緒，本部分包含調劑身心及壓力避免等兩項目。
  - （三）整體：是正確的人生觀及良好的生活習慣，本部分包含正當興趣一個項目。
- 二、追求社會性需求：能獲得舞蹈相關知識及懂得如何欣賞舞蹈，因此將追求社會性需求分為知識獲取及美感

培養兩個類別：

(一) 知識獲取：舞蹈本身的技術、特點，搭配舞蹈的場景、道具、配樂及服裝等等硬體，以及表演比賽規定限制，本部分包含舞技、硬體及演出規定等三個個項目。

(二) 美感培養：從學習活動中培養欣賞舞蹈的美感知覺，包含欣賞能力一個項目。

三、滿足成就需求：當舞藝到達相當程度所獲得的成就感，有外在實質獎勵及內在自我慰藉兩部分，因此分為實質層面及精神層面兩個類別。

(一) 實質層面：因肯定而獲得獎金、獎品，甚至考試升學，包含獲獎升學一個項目。

(二) 精神層面：舞技與他人比較或自己進步在心理形成的滿足感，包含他人比較與自我肯定等兩項目，李紳孝（2008）。

一個人活動的目的，表示一種重要的動機，所有參與者，一但有了自覺的學習目的，就會以極大的行動力和熱情，為了實現目的而去奮鬥，而且反覆去爭取。反之，在學習中，如果遇到學習困難或障礙，或是和自己情緒有所抗拒時，都可能使學習無法繼續下去，由過去的文獻看來，習舞的學生在動機學習上，比較傾向自主性，對自己學習動機，堅持性較高而且多來自於本身的興趣，現代父母讓子女學習才藝的主要目的在於培養子女獨立性、興趣、促進健康為主要素求，因此促進身體健康需求和追求知性需求成了現代社會最主要的動力因素，而有了以上兩項動力後才思索到滿足成就需求。

### 第三節 參與舞蹈補習班的消費者行為

#### 壹、消費行為的定義

消費者行為 (consumer behavior)，或稱消費行為，可定義為「個人直接參與獲取及使用財貨或勞務的行為，包括引發決定這些行為的決策程序」(邱定雄，2001)。對於消費行為的定義，各學者所做的定義與解釋並不完全一樣，將幾位學者所下的定義敘述如下表 2-3-1 所示：

表 2-3-1 消費行為的定義

研究者與年代	消費行為定義
Nicosia (1966)	認為消費即是以非轉售為目的之購買行為。
Walter & Paul (1970)	消費者行為是指人們購買和使用產品或服務時，所相關的決策行為。
Demby (1974)	消費者行為是人們評估、取得及使用具有經濟性的商品或服務的決策過程程序與行動。
Pratt (1974)	消費者行為是指決定購買行動，也就是以現金或支票交換所需的財貨或勞務。
Alderson (1975)	消費者與購買者並不一定是同一個人；消費者可能不只一個人，而購買者也許是執行購買活動的代表。
Coudon & Bitta (1979)	消費者行為是個人在評估、購取及使用經濟財貨與勞務時，所從事的決策過程與行動。
James F. Engel (1986)	消費者行為是指個人直接涉及於獲得及使用經濟財貨與勞務的行動，它包含導致這些行動所發生的決策過程在內。
Schiffman & Kanuk (1991)	消費者行為是消費者為了滿足需求，所表現出對產品、服務、構想的尋求、購買、使用、評價和

	處置等行為。
Enfel, ,Kollat & Blackwell (1993)	重新定義消費者行為是指消費者在取得；消費與處置產品或勞務時，所涉及的各项活動，並且包括在這些行為對之前與之後。
Roger, Paul, & James (2001)	人們所採取獲得、消費、處置產品和服務的行動。

資料來源：研究者整理

綜合學者對消費行為的定義，雖不盡相同，但可歸納為購買決策形成的過程的一種模式，亦是在於消費者為滿足需求，對於產品或服務所顯現出的消費活動及過程中所產生的決策行為。因此；可知消費者行為包含了以下四個因素：

- 一、消費者包括個體（如個人）或團體。
- 二、其購買的項目是財貨或服務
- 三、消費行為係決策的歷程，也是一種問題解決的過程，其中包括了問題的認知、訊息的搜尋、可行方案之評估、選擇及購買結果。
- 四、消費者行為為人類行為的一個分支（邱定雄，2001）。

## 貳、消費者理論模式

所謂模式（model）是指能涵蓋某一系統之部分或全部性的架構。消費者行為模式可說是提供了消費者行為分析與研究的觀念系統及基本架構，同時該架構必須包括所有消費者行為的變數及各變數間的流程關係（黃月春，1997）。基本上，即係選擇一組變數，並設定其間之關係，藉以代表某種真實系統或程序之全部或一部分（Kotler,1976）。

消費者決策模式是由 Engel、Kollat 和 Blackwell 於 1968

年提出，1986年經Engel、Blackwell和Miaiard修正為目前消費者行為模式中較為詳盡完整，且具系統性的一個模式架構，如圖2-3-1所示。此模式包括四個部份：訊息輸入、資訊處理、決策過程、影響決策過程變數等。主要的論點如下（李振妮，1999）：

- 一、輸入（input）：消費者在行銷者的支配或其他因素的刺激下，產生資訊處理意願，其最主要的資訊來自於兩方面，一為非行銷來源，例如人際溝通管道；二為行銷來源，例如由園所策劃的行銷活動引發。
- 二、資訊處理（information processing）：資訊處理是一種經由刺激的接受、中斷、記憶的儲存和稍後取用的過程，可區分為五步驟：展露、注意、理解、接受及保留。
- 三、決策過程（decision process）：共分五階段，是E-K-B模式最主要的部分。其過程包括：
- 四、問題確認（problem recognition）：問題確認是任何決策過程的第一階段，其會引發消費者而後的各種行為。當消費者知覺到某事務的理想狀態與實際狀態之間存有差距時，就已經意識到問題的存在。這些問題可能是由許多內部或外部因素所生促成，此外，業者的促銷活動等也會興起消費者購買的念頭。
- 五、資訊搜尋（information search）：消費者在產生需求動機後，會採取下一步行動，即開始搜索存在內部記憶中的知識，或從外部環境中取得資訊；此二種方式前者稱做內部搜尋，後者為外部搜尋。內部的資訊搜尋

與個人的知識及運用能力，有很密切的關係，如果由內部搜尋所得到的經驗或知識就可以解決問題，則不用再做外部搜尋。反之，當內部搜尋訊息不足時消費者就轉而從外部環境中尋找資訊。

- 一、選擇評估 ( alternative evaluation )：當消費者完成搜尋並取得足夠資訊後，即會對可能的選擇方案加以評估、做出決定。消費者評估的標準是從消費及購買觀點，所希望得到的結果，進而表現在所偏好的產品特性上。這些也受到個別差異及環境的影響。
- 二、購買 ( purchase )：經過審慎的方案評估後，消費者從中選擇其一。
- 三、購後結果 ( outcomes )：為消費者購買決策過程的最後一個步驟，包括滿意或不滿意。消費者使用該項商品或服務後會知覺是否感到滿意，並依此產生是否再次購買信念。
- 四、影響決策過程變數 ( variables influence decision process )：影響決策過程的變數可分為三部分：1.個人特徵：包括文化、參考群體、家人等。2.社會影響：包括動機、價值觀、生活型態、個性等。3.情境刺激影響。

E-K-B 模式的特色是以決策過程為中心，結合相關的內、外因素交互作用所構成，並視消費者行為是一個連續過程，而非個別行動，該模式優點有三（魏錫鈴，1999）：

- 一、完整性：E-K-B 模式涵蓋變數相當周全，能說明消費者行為的整個過程。

二、流程性：E-K-B 模式具有關聯性之變數，都會以符號方向加以連接，使研究者易於確認變數間關係，同時利於假設建立與研究結果說明。

三、動態性：E-K-B 模式融合了許多學者和專家，對於消費者行為的看法，而且歷經多次修正故堪稱是一個相當完備的消費者行為模式，如圖 2-3-1 所示。

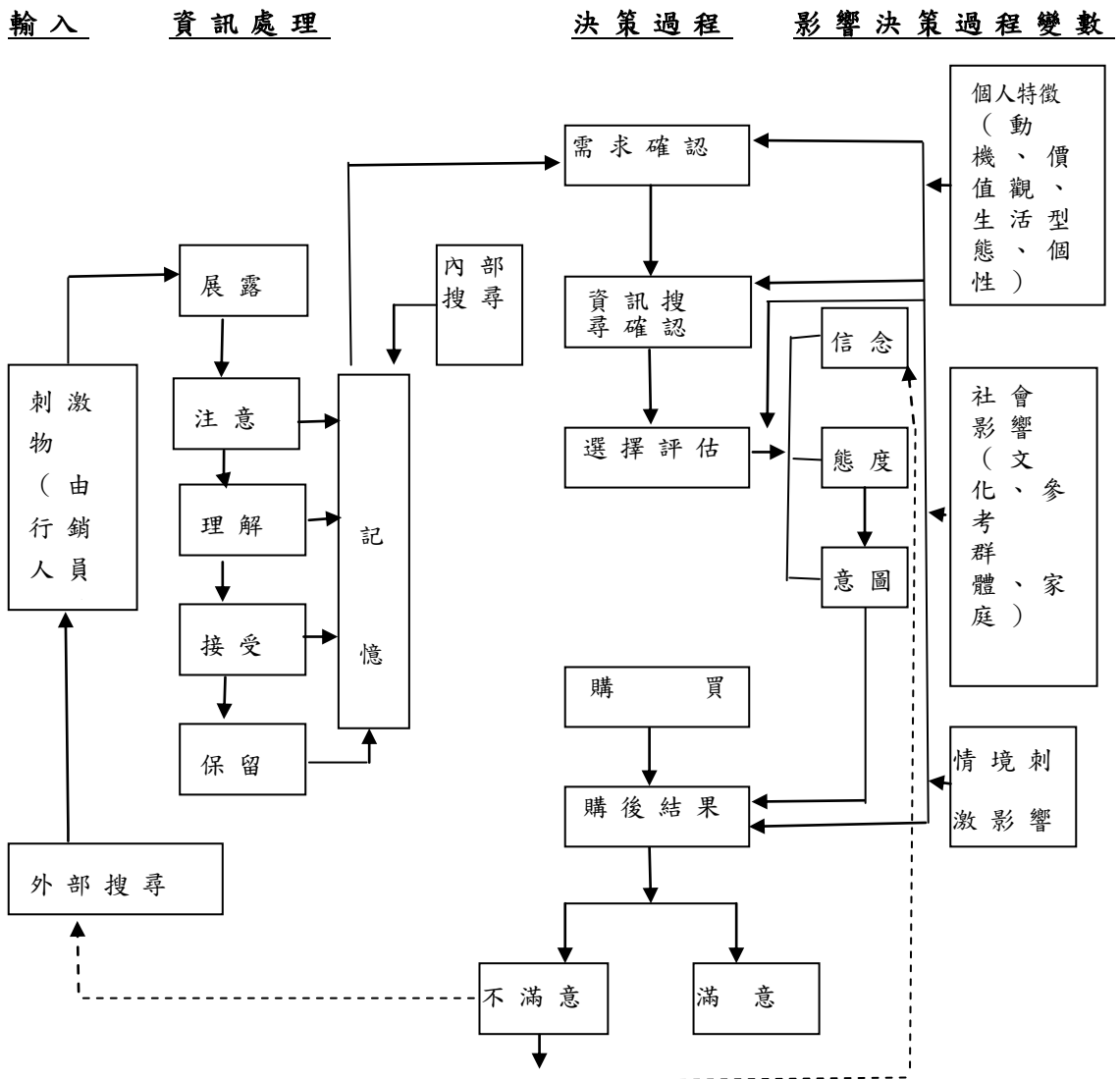


圖 2-3-1 E-K-B 消費者決策模式

資料來源：Engel 等 (1986) .Consumer Behavior. 頁 687

## 參、消費者的決策歷程

從過去許多學者對消費者的決策歷程研究可以得知，消費者涉入程度會受到許多因素的影響，這些因素可歸納為以下三大類：產品因素、情境因素及個人因素。以下就三類因素加以探討。

### 一、產品因素

涉入程度的多寡有許多時候是以產品對個人的重要性的方式加以衡量。可歸納為下列四項特性：

（一）價格：有關研究中，價格是最常用以指出消費者可能的涉入程度者。原因乃是價格越貴的產品，消費者一次誤購的損失將會很大，因此在購買之時，自然就會表現出慎重其事，多方查證的高涉入的購買狀態，相反的，價格越低的產品，消費者就越有輕率，一見就買的試用心理，在此情況中，購買過程就相對地簡單許多。

（二）興趣：當某人對其特別感興趣的東西，就會主動去蒐集相關的情報，也會因為要求產品的完美而刻意的追尋。故購買的涉入程度自然會比別人高。但消費者也不可能對每樣東西都感興趣，必然有一定範圍；當其購買較不感興趣的東西時，就會比較輕率做決定，只要求買到的東西令其滿意即可，而不會花費太多時間與精神去尋找更好的品牌，故購買的涉入程度就會很低。

（三）風險：風險包括購買時決策錯誤之風險，以及產品使用的結果風險。在某些時候產品雖然很便宜，但可能有很大的風險存在，所以購買時的涉入程度就會增加。一般來說，當可能收受的風險越大時，購買時會比

較謹慎，會多方蒐集資料再做決策，故涉入程度就較高；反之，則較小。

（四）社交觀瞻：當產品有個人攸關或關係自我表現或產品在使用時會表現出一個人的身分、地位、個性、品味時，消費者在購買這類產品時，涉入程度就會較高如汽車、服飾的購買。

以上所述及的四種特性，並非相互獨立於產品之中，上述四種特性對消費者的涉入程度都會有影響，只是個別影響程度有差異。

## 二、情境因素

Robertson (1985) 指出，當消費者購買產品的目的是為自己使用，其購買的型態就會傾向低涉入，因而隨便購買一品牌，但若購買的型態是請客用，通常就會謹慎地比較以選擇適當的品牌，因此涉入程度就增高許多。另外，Clarke 與 Belk (1978) 指出，當購買產品的目的是自用時，其涉入程度比送禮給好朋友時，明顯少得多。於是兩人歸納出：只憑產品的涉入程度不足以判定消費者購買時之涉入程度，而必須再考慮其購買的理由才能客觀判斷。但有一例外是，若消費者對產品的涉入程度越高時，情境的影響力就變得較小，亦即不論購買目的為何，只要產品越重要，其購買之涉入程度就隨之提高。

## 三、個人因素

涉入程度除了會受產品與情境因素影響外，個人因素也會影響消費者涉入程度，Slama 與 Tashchian (1985) 研究人口統計變數與涉入程度之關聯時發現，教育程度越

高、中等收入、有小孩的主婦其涉入程度高於其他人（呂金河，2006，頁28）。

另外 Zaichkowsky (1985) 在其研究也證實，不同的人對相同的產品會有不同的認知，且對相同產品的涉入程度不一樣。綜合上述研究，可知涉入會受到個人、產品與情境因素之影響。

Schoell 與 Guiltinan (1993) 依涉入程度的不同將消費者購買決策分為兩類，如表 2-3-2 所示。

表 2-3-2 消費者購買過程決策

購買決策歷程	心理層級 / 決策過程
決策觀點：	信念 → 情感 → 行為
高涉入	需求認知 → 廣泛資訊蒐集 → 廣泛方案評估 → 複雜購買 → 購後評估
決策觀點：	信念 → 行為 → 情感
低涉入	需求認知 → 有限資訊蒐集 → 有限方案評估 → 簡單購買 → 購後評估

資料來源：本研究引用自呂金河，2006「消費者生活型態、涉入程度與消費行為之關聯性研究」，國立南臺科技大學高階主管企管碩士班碩士學位論文。

#### 四、參與舞蹈班消費行為相關文獻

穆錦雯 (1986) 在「臺北市兒童生活現況之調查」的研究發現：臺北市有 55% 的兒童利用課餘時間學習才藝，並且以家長教育程度為研究所及職業為自由業的家長，其子女學習才藝最多；其次，兒童學習才藝有 79% 是兒童自

己想學的，此外兒童學習才藝的意願受媽媽影響大於受爸爸影響；第三、兒童利用下課後學習才藝大部份不會覺得很累或很煩。

財團法人金車教育基金會（1985）在「都市兒童的休閒活動調查分析報告」中顯示，臺北市和高雄市有5%的兒童在放學回家及週末假日最常做的休閒活動，是參加兒童才藝班。

民生報（1986）所作的「兒童才藝班意見調查」，發現國內四至十二歲的兒童有84.3%曾參加過兒童才藝班，參加兒童才藝班的類型比例分配高低依序為音樂、美術、語文、寫作、舞蹈、書法；家長獲得兒童才藝班的資訊是親友介紹（45%）、看廣告（23%）、主動尋求（4.6%）；家長有（62.8%）對兒童才藝班滿意，孩子有（57.6%）表示喜歡參加；家長送孩子參加的動機高低依次為陶冶孩子性情與興趣、望子成龍、打發時間、趕流行；最後，家長的學歷及收入愈高的家庭，愈重視孩子的才藝教育。

臺北市運動中心之中，通常都以兩人為一組進行雙打比賽，亦即每個場地至少都有四個人以上，是屬於共動性質的運動項目，且在比賽當中，消費者也會與友、對手，甚至是球場旁休息及等待比賽的人聊天、談話，因此，從事羽球運動的消費者在人際互動上的機會也比較多；而健身項目與舞蹈項目則多為個人運動，在健身運動方面，通常消費者都是獨立一人使用健身器材，並搭配觀看電視或聆聽音樂來進行，故人際互動的機會也就相對減少。另外，在舞蹈運動方面，雖然大多以多人團體上課的方式進行，但除了須搭配性

質的項目（如：國標舞）之外，其餘上課方式皆為老師與學生之間的單向傳授、學習，故除了與老師有少數的人際互動之外，與其他學員亦甚少有人際互動的機會。因此，從事羽球運動的消費者在休閒運動效益之「人際效益」上之得分會較從事健身運動以及舞蹈運動的消費者為高。

在「健康效益」與「壓力紓解」方面，從事羽球運動、健身運動及舞蹈運動的消費者並無顯著差異，且其分數都偏於正向分數，顯示無論從事何種運動，在「健康效益」與「壓力紓解」上都有正面的效益，休閒運動效益因素三個層面之重視程度以「健康效益」層面的重視程度最高；其次為「壓力紓解」；而以「人際效益」為最低（洪連進、韓大衛、盧居福，2010）。

臺南地區女性消費者從事休閒舞蹈活動，對於休閒舞蹈課程之需求，消費者對舞蹈課程活動內容需求：

一、消費者認為舞蹈課程應有的服務，依序排序的項目是舞蹈技術指導、塑身減肥諮詢、課程內容諮詢、舞蹈資訊提供、營養諮詢、醫療保健服務、師資介紹。如果欲符合消費者的需求，舞蹈教室需朝向多元，複合式的健身休閒俱樂部發展。

二、消費者認為舞蹈課程應舉辦的活動內容，依序排序是會員優惠方案、成果發表會、會員旅遊聯誼、舞蹈比賽、瘦身競賽、體能競賽、健美競賽。

三、消費者希望舞蹈教室提供的課程項目，選擇有氧舞蹈者有79.8%、其次是瑜珈71.3%、國標舞45.7%、皮拉提斯44.2%、流行舞40.4%、社交舞35.5%、現代舞26.8

%、太極氣功 16.4%、土風舞 16.4%、民俗舞蹈 9.5%、元極舞佔 7.9%、芭蕾舞 7.9%、肚皮舞 5.7%（鄒碧鶴、沈蓉娟，2008）。

本章以參與舞蹈補習班消費者和諸多舞蹈課程項目之間的關係、定位及重要性，並進一步結合參與動機理論的研究，提供各舞蹈運動教育機構經營管理者及行銷人員在擬定行銷組合策略時，能有參考的依據，提昇一般民眾對舞蹈運動參與的動機，使舞蹈能全面性的推廣，促進學童身心均衡的發展，也創造舞蹈補習班更大的商機。

## 第四節 顧客滿意度

### 壹、顧客滿意度的意義

消費者對行銷組織所做的決策容易受高度心理構念影響，例如：顧客知覺到的服務品質、知覺到的價值、信任及承諾。這些整體評估的構念，被特定的公司行號用來概述消費者的知識、經驗及引導消費者後來的行動。有關此方面的理論，Cardozo(1965)首先將顧客滿意度(customer satisfaction, CS)的構想應用於行銷學，其後續有許多學者給予顧客滿意度的定義。

諸多學者對顧客滿意度的定義整理後，類似的結論多與結果與期望差距有關，例如對投入的成本是否得到相對的報償或利益，關係到是否滿意。如期望得到滿足，則顧客感到滿意；反之若認為產品品質、服務品質、價格、情境因素與期望不符，則顧客即會感到不滿意(2004, 王金酪)。

### 貳、顧客滿意度相關理論

#### 一、期望-失驗理論(expectancy-disconfirmation)

此理論源自社會心理學與組織行為學之相關理論，此模型由兩個過程構成：消費者在購買前已形成「期望(expectation)」此為基準來源，和消費後比對實際的「知覺績效(perceived-performance)」比較後產生的結果若不一致，即稱為「失驗」(disconfirmation)。失驗的差距大小與方向，即形成顧客滿意與否的評價(Oliver & Desarbo, 1988; Anderson, 1973)以此顧客滿意模式為基礎。

#### 二、類化理論(assimilation)

此理論是由Festinger於1957年所提出，亦可稱之為

認知失調理論 (Cognitive Dissonance) 其認為認知失調之所以發生，是因為消費者對實際績效的評價，與先前的產品評價 (即期望) 有所差距而來的，此理論並假設，消費者不願承受這個差距所帶來的認知失調，而會將其實際感受類化成原來的期望水準。因此，當消費者具有較低的績效評價與較高的期望水準時，為了避免失調情形的產生，他會將績效評價提高以減少失調感，並因而提高滿意度。Anderson (1973) 採用類化理論 (assimilation theory) 支持期望與滿意度之間的正向關係，認為當消費者在期望與知覺績效之間產生差距時，消費者會調整期望進行縮減差距的類化過程，以消除心理失調狀態，並說明期望會直接影響到知覺績效的正向係。所以此理論說明若期望服務和知覺服務績效產生差距時，消費者會進行類化行為以縮減差距的效果。

### 三、績效決定理論 (performance theory)

80 年代初期以後，許多學者 (Churchill 和 Surprenant, 1982; Tse 和 Wilton, 1988) 開始認為影響顧客滿意的因素中，應該還包括有績效此一因素。如 Churchill Surprenant (1982) 就曾在以 VCR 為實驗標的物的研究中發現，績效可以直接的影響顧客滿意度，甚至還有可能單獨的去決定顧客滿意度，而不受期望和失驗的影響。

## 參、顧客滿意評量模式

### 一、期望失驗模式

Oliver (1980) 針對疫苗接種進行顧客滿意度的研究，

研究結果發現：顧客的期望，及失驗會影響顧客滿意度；而產品績效並不影響顧客滿意的評價。因此顧客滿意是取決於期望及不一致的構面，如圖 2-4-1 所示。

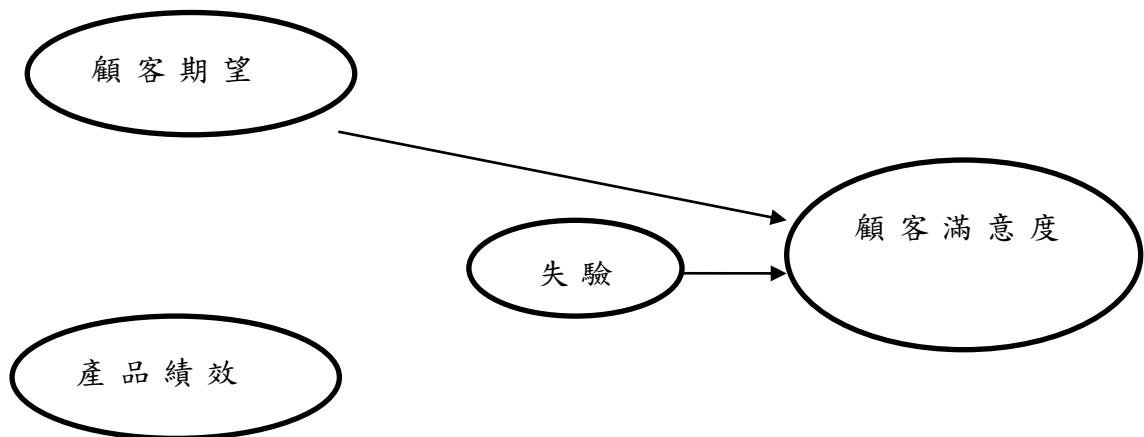


圖 2-4-1 顧客滿意度評量模式之一

資料來源：本研究引自王金酪，2004 “精緻化策略對顧客滿意度之研究” 頁 22。

## 二、績效直接評量模式

Churchill & Surprenant (1982) 針對「耐久財與非耐久財」之產品特性的觀點研究滿意度的決定性因素，得到一個共通的結論即是：直接由產品的績效決定顧客的滿意度與否。另 Tes & Wilton (1988) 也以此模式研究佐證在顧客滿意的評量模式，產品績效是最直接且最顯著之決定因素，如圖 2-4-2 所示。

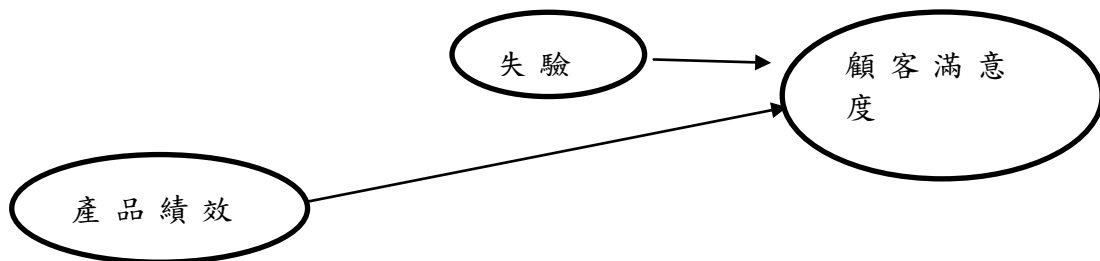


圖 2-4-2 顧客滿意度評量模式之二

資料來源：本研究引自王金酪，2004 精緻化策略對顧客滿意度之研究，頁 23。

教育的主體是教師與學生，有關學生與教師的交互用，是教育心理學與課程教學中重要的研究領域。老師為增進學生學習效果必須先瞭解動機進而引發學生的學習動機。再從教導理論觀點來看，滿足感不僅是學生對教師教導行為的滿足而已，就舞蹈學習情境而言也就是學生對舞蹈能力的自我肯定與表現。學生在舞蹈補習班的學習，就像是消費者之於一般的就業者，學習過程的滿意與否，均會對學習的效果產生某種程度的影響，其生活經驗與品質自然也會因而有所改變。因此設立一個有利於學生學習的環境以增進學生學習滿意度，對整體的補教業者是十分重要的。

#### 參、運動、舞蹈與滿意相關文獻

自民國 90 年臺灣實施週休二日之後民眾越來越重視假日或平時的休閒時光加上體育運動盛行，醫師、學者和大眾傳

播等大力宣導運動及體適能的重要性與觀念。能否從運動中獲得學習樂趣可因不同性別、年齡、年級、家庭社經地位的不同，在運動學習滿意度上會有顯著差異。其中以行政配合與推動、教學內容設計、場地設備、同儕關係、教師教學態度、方法、生涯規劃等都是影響學習滿意度的因素（2001，簡美姿）。學者們研究民眾從事運動學習滿意度雖使用研究對象、方法分類有些差異，大致歸納出下列幾點，如表 2-4-1 所示。

表 2-4-1 舞蹈學習滿意度與相關文獻摘要表

作者	對象	時間	研究結果
唐璽慧	國高中 舞蹈班 753 人	1992	在校生舞蹈資優教育實施現況上各項制度與政策滿意度與目標滿意度上幾乎達到非常滿意，四點量表在課程、師資、選課、進路資源及整體滿意度均達滿意程度。且發現習舞年資不同會造成知覺性差異，不同來源地點習舞年資的學生學科成績生涯規劃及專業承諾尚有差異情形。
戴貝玲	舞蹈教師	1999	舞蹈老師認為舞蹈比賽不應由舞蹈班學生參加，舞蹈展只能展部分學習成果，舞蹈活動演出會影響正常教學。
林正隆	國小舞蹈 畢業生 184 人	1999	八項舞蹈研究構面中滿意度較高前 3 項是甄試方式、舞蹈師資、舞蹈活動較低的是人際關係、教學設備、輔導活動、其中輔導活動已達不滿意程度值得注意，畢業追蹤輔導也是一樣另在 21 項舞蹈滿意度細目中以舞蹈發表會、與同班人際關係、滿意度高。

張良漢 簡美姿	518 人	2001	「競賽規程」構面受到青睞，在「場地設施」構面最不滿意。
簡美姿	北、中、南國中舞蹈班學生 1000 人	2002	國中舞蹈班學生最傾向「同學關係」構面、其次為「教師教學與專業能力」構面及「課程規劃」，最不滿意的是「場地及器材設備」
李紳孝	高雄縣國小舞蹈才藝班中高年級學生 518 人	2008	女性學員參加芭蕾舞及民族舞程，且每次上課時間愈長、每週上課天數愈多，學習滿意度愈高。 學員參與動機與學習滿意度呈現相關，參與動機愈強烈，則學習滿意度較高。
詹雅瑜 梁家祐 傅玉琴	苗栗姍姍舞韻中心舞蹈才藝班之家長 為發放對象共 346 份	2008	在滿意度方面，排序較高的前三者分別為「教師平易近人具親和力、教師有高度的教學熱誠與愛心、教師給人專業、自信的感覺。

資料來源：研究者整理

綜合上述學者之研究，未來是否能影響教學改進主要因素、學生學習滿意度與學習動機呈現相關、而影響學習滿意度之因素含：

壹、硬體設備：充實各項硬體設施、安全設施、環境衛生、地點。

貳、軟體設備：如負責認真的行政及教師、有效教學法與適合的教材、良好規劃的課程安排、注重同學們人際奢交

關係，以顧及未來的生涯規劃、畢業後輔導與追蹤等。

因此重視讓同學們在愉快的環境中學習、改變內在氣質、鍛鍊身體、老師、學生、家長、行政負責直屬、親友、經費、地點、各方面都會是影響學習滿意度主要因素。

## 第參章 研究方法

本研究所使用的研究方法共分為：問卷設計與調查、資料分析方法、專家效度分析三部份。問卷設計與調查為設計一份問卷，並利用抽樣調查得到資料。

### 第一節 研究架構

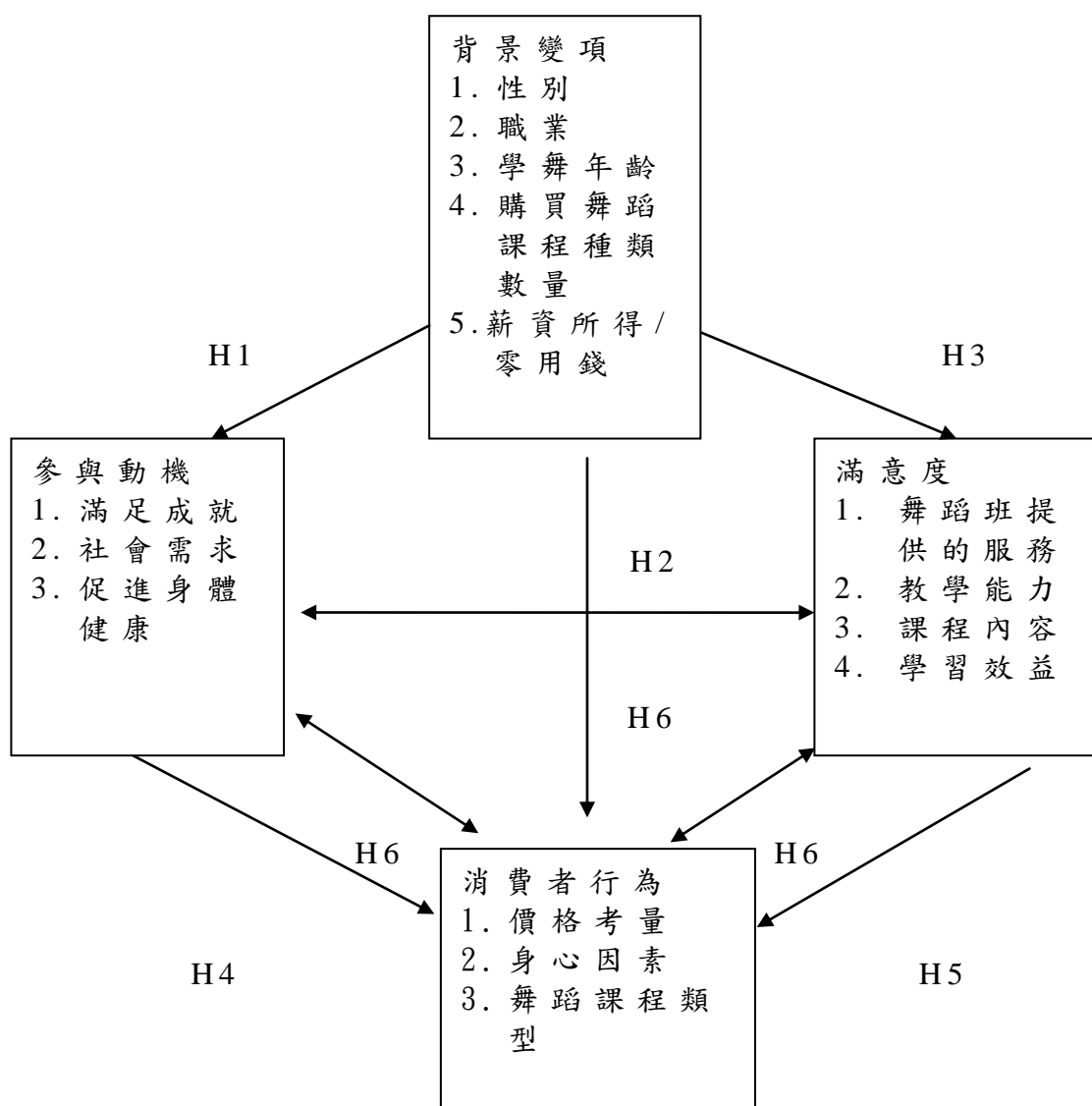


圖 3-1-1 研究架構圖

## 第二節 研究假設

根據上述研究架構，本研究假設如下：

假設 1：不同人口變項學員參與舞蹈班之動機有顯著差異，包含以下五項假設：

假設 1-1：性別對參與舞蹈班之動機有顯著差異。

假設 1-2：職業／學生對參與舞蹈班之動機有顯著差異。

假設 1-3：學舞年齡對參與舞蹈班之動機有顯著差異。

假設 1-4：購買舞蹈課程種類數量對參與舞蹈班之動機有顯著差異。

假設 1-5：薪資所得／零用錢對參與舞蹈班之動機有顯著差異。

假設 2：不同人口變項學員參與舞蹈班之消費行為有顯著差異，包含以下五項假設：

假設 2-1：性別對參與舞蹈班之消費行為有顯著差異。

假設 2-2：職業／學生對參與舞蹈班之消費行為有顯著差異。

假設 2-3：學舞年齡對參與舞蹈班之消費行為有顯著差異。

假設 2-4：購買舞蹈課程種類數量對參與舞蹈班之消費行為有顯著差異。

假設 2-5：薪資所得／零用錢對參與舞蹈班之消費行為有顯著差異。

假設 3：不同人口變項學員參與舞蹈班之有顯著滿意度差異，包含以下四項假設：

假設 3-1：性別對參與舞蹈班之滿意度有顯著差異。

假設 3-2：職業／學生對參與舞蹈班之滿意度有顯著差異。

假設 3-3：學舞年齡對參與舞蹈班之滿意度有顯著差異。

- 假設 3-4：購買舞蹈課程種類數量對參與舞蹈班之滿意度有顯著差異。
- 假設 3-5：薪資所得／零用錢對參與舞蹈班之滿意度有顯著差異。
- 假設 4：學員參與舞蹈補習班的動機和學員對參與舞蹈補習班的消費行為有相關顯著。
- 假設 5：學員參與舞蹈補習班的動機和學員對參與舞蹈補習班的滿意度有有相關顯著。
- 假設 6：學員參與舞蹈補習班的動機、滿意度和消費行為三者之相關因素有顯著。

### 第三節 研究對象

本研究母體所研究調查預計對象為臺灣臺中地區四家舞蹈補習班之家長與學員為研究對象，預估抽樣母體約300位為本研究對象。

本研究於101年4月起開始進行施測，以臺中市四家舞蹈補習班的學員為施測對象，共計發300份，回收300份，回收率為100%。在剔除空白問卷與資料填答不完全者之無效問卷18份，共計有效問卷282份，佔回收問卷比例94%。針對有效問卷進行統計分析。

## 第四節 研究工具

本研究用以進行調查之工具為參考本研究之文獻探討理論，量表題目編製部分，主要是參酌陳學綿（2001）舞蹈才藝班消費者行為之研究-以臺中市綿綿舞蹈班為例及簡美姿（2002）我國國中舞蹈班學生就讀動機與學習滿意度之研究，加以修正而成，作為本研究之研究工具。以下分別就問卷編製方式、專家效度發展過程，說明如下：

### 壹、問卷編製方式

本研究問卷內容包含三部份：

#### 一、基本資料

- 1.性別：男性、女性。
- 2.職業：學生、商業、上班族、公教人員、家庭主婦(夫)、其他。
- 3.學舞年齡：1-5年、6-10年、11-15年、16-20年。
- 4.購買舞蹈課程種類數量：1項舞蹈課程、2項舞蹈課程、3項舞蹈課程、4項舞蹈課程。
- 5.薪資所得／零用錢：10,000／月以下 20,000~35,000／月 35,000~45,000／月 45,000~5,000／月 60,000／月上

#### 二、探討民眾對舞蹈補習班課程趨勢之研究問卷

研究者以普查方式知道臺中市舞蹈補習班課程現況，分析探討不同人口變項學員的參與動機，根據研究者目前在坊間舞蹈班的教育環境所面臨的和需了解的問題設計出題目自編量表，由探討學員參與舞蹈班的動機因素，探討學員參與舞蹈班消費行為，探討學員參與舞蹈班的學習滿意度三個構

面，並進行交叉比較以了解學員參與舞蹈班的動機是否影響消費行為，與學員參與舞蹈班的學習滿意度是否影響消費行為，草擬問卷內容，並和指導教授討論後編制成問卷初稿（如附錄一）。

## 貳、建構專家內容效度

為了確立問卷題目的適切性，於 100 年 12 月，敦請五位具教育背景或實務經驗之學者專家（如表 3-4-1），協助修訂「探討民眾對舞蹈補習班課程趨勢之研究問卷」之專家效度問卷，針對問卷題目與內容加以檢核鑑定，並給予修正，依據學者專家所提意見進行彙整探討民眾對舞蹈補習班課程趨勢之研究問卷（如附錄二）的寶貴意見，已確定問卷題目的適切性。

表 3-4-1 專家效度表

姓名	現職
A	國立臺灣體育學院總務長
B	國立臺灣體育學院副教授師培中心主任
C	國立臺灣體育學院休閒管理學系副教授
D	國立臺灣體育學院體育舞蹈學系副教授

資料來源：研究者整理

經由專家效度檢視後，由於樣本數少，因此本研究計畫使用試答代替前測，由本校舞蹈系大學部、碩士班以及教育學程之學生作試答，在專家效度後問卷做字面上的修改，以提高問卷的適切性，修改後題目（如附錄三），修改後編定成「臺中市民參與舞蹈補習班動機消費者行為及滿意度」正式問卷（如附錄一）。

## 第五節 研究程序

### 一、準備階段

決定主題	100 年 7 月
蒐集相關文獻	100 年 8-11 月
撰寫研究計畫	100 年 8 月
編制研究工具	100 年 9 月
設計問卷	100 年 10 月
專家效度、修正	100 年 10-11 月
預試問卷發	101 年 2-5 月

### 二、執行階段

發放正式問	101 年 3 月 -4 月
資料處理、統計	101 年 4 月

### 三、完成階段

歸納結果與建議	101 年 4 月
撰寫研究論文	101 年 5 月
研究論文審查	101 年 6 月
研究論文完成	102 年 1 月

圖 3-5-1 研究程序圖

## 第六節 資料處理與分析

本研究於正式問卷回收後，將有效回收問卷進行編碼整理及記錄，並將所獲得資料以統計軟體 SPSS for Windows 12.0 進行統計分析，且所有的差異性顯著考驗皆以  $\alpha = .05$  為顯著水準。根據本研究目的，在統計考驗上主要採取的分析方法如下：

### 壹、描述性統計 (Descriptive statistics)

本研究以平均數、標準差等描述統計方法來呈現受試家長個人基本資料，其中包括：身分、職業、學舞年齡、購買課程種類數量、薪資所得等之分佈情形。

### 貳、獨立樣本 $t$ 檢定 ( $t$ -test)

比較不同人口變項與參與舞蹈班動機上是否影響消費行為之差異情形，進行獨立樣本  $t$  檢定，找出是否有任兩組差異顯著。

比較不同人口變項與參與舞蹈班滿意度上是否影響消費行為之差異情形，進行獨立樣本  $t$  檢定，找出是否有任兩組差異顯著。

### 參、單因子變異數分析 (one-way ANOVA)

本研究對不同人口變項學員參與舞蹈班的動機、舞蹈班消費行為以及舞蹈班的學習滿意度進行變異數的差異分析。

### 肆、皮爾遜積差相關 (pearson)

以皮爾遜積差相關探討舞蹈補習班參與動機、學習滿意度、消費者行為之間的相關情形。

### 伍、多元迴歸分析 (multiple regression)

以多元迴歸分析探討多個自變項間與依變項的關係，分

析依變項與所有相關因素的關係。本研究以多元逐步迴歸綜合考驗不同背景變項在參與動機、消費者行為及滿意度之間的關係。

## 第四章 研究結果分析與討論

本章主要分析與討論本研究以問卷調查法所得統計結果，以「臺中市民參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之研究問卷，針對臺中四家舞蹈補習班的學生和家長進行調查研究，所得資料經統計分析處理後，其結果依據研究目的及驗證假設之需要，分成六節加以分析說明：第一節不同背景變項的人口統計特性；第二節舞蹈補習班參與動機調查結果；第三節舞蹈補習班消費者行為調查結果；第四節舞蹈補習班學習滿意度調查結果；第五節舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為之關係；第六節舞蹈補習班學習滿意度與舞蹈補習班消費者行為之關係；第七節舞蹈補習班參與動機、學習滿意度與消費者行為之迴歸分析；第八節綜合討論。

### 第一節 不同背景變項的人口統計分析

本研究於101年4月起開始進行施測，以臺中市四家舞蹈補習班的學員為施測對象，共計發300份，回收300份，回收率為100%。在剔除空白問卷與資料填答不完全者之無效問卷18份，共計有效問卷282份，佔回收問卷比例94%。針對有效問卷進行統計分析，依問卷中基本資料填答情形，進行編碼資料輸入，資料輸入完畢後依序計算本研究背景變項之人數與百分比，如表4-1-1所示，並加以說明研究受試者的分佈情形。

表 4-1-1 不同背景變項的分佈情形

變項	類別	人數	百分比
性別	男	31人	11%
	女	251人	89%
職業／學生	學生	40人	14.2%
	上班族	114人	40.4%
	公教人員	33人	11.7%
	家庭主婦	51人	18.1%
	其他（工、商）	44人	15.6%
學舞年齡	1-5	200人	70.9%
	6-10	65人	23%
	11-15	9人	3.2%
	16-20	8人	2.8%
購買舞蹈課程種類數量	一項	195人	69.1%
	二項	79人	28%
	三項	8人	2%
	四項	0人	0%
薪資所得／零用錢	10000以下	33人	11.7%
	20,000-35,000	54人	19.1%
	36,000-45000	57人	20.2%
	45,000-55,000	69人	24.5%
	60,000以上	69人	24.5%

N=282

本研究之背景變項共有五項，分別為性別、職業／學生、學舞年齡、購買舞蹈課程種類數量、薪資所得／零用錢。

#### 壹、性別

本研究受試者在性別分佈情形，以女性佔最多251人，佔有效樣本89%，男生31人，佔有效樣本11%。

#### 貳、職業／學生

本研究受試者在職業方面分佈情形以上班族114人最多，佔有效樣本40.4%；其次為家庭主婦51人，佔有效樣本18.1%；其他（工、商）44人，佔有效樣本15.6%；學生40人，佔有效樣本14.2%；公教人員33人最少，佔有效樣本11.7%。

#### 參、學舞年齡

本研究受試者在學舞年齡分布情形以學舞1-5年200人最多，佔有效樣本70.9%；其次為6-10年65人，佔有效樣本23%；學舞11-15年9人，佔有效樣本3.2%；學舞16-20年8人，佔有效樣本2.8%。

#### 肆、購買舞蹈課程種類數量

本研究受試者在購買舞蹈課程種類數量分布情形以，一項舞蹈課程195人最多，佔有效樣本69.1%；其次為二項課程79人，佔有效樣本28%；三項舞蹈課程8人，佔有效樣本2.8%；四項舞蹈課程0人。

#### 伍、薪資所／零用錢

本研究受試者在薪資所／零用錢得方面分佈情形，以45,000—55,000元69人，和60,000元以上69人，兩項人數共為138人為最多，佔有效樣本第一49%；35,000-45,000元，57人，佔有效樣本20.2%；20,000-35,000元54人，佔有效樣本19.1%；10000元以下33人最少，佔有效樣本11.7%。

## 第二節 臺中市民眾參與舞蹈補習班動機調查結果

本章說明並分析有效樣本參與動機調查結果，分為部分說明，壹、受試者在舞蹈補習班參與動機評量的優先順序；貳、受試者在舞蹈補習班參與動機量表反應結果；參、不同背景變項在舞蹈參與動機各因素構面的差異性考驗。

壹、受試者在舞蹈就讀動機評量的優先順序如表4-2-1所示。

表4-2-1 舞蹈補習班參與動機評量的優先順序

優先順序	題號	參與動機內容	平均數	標準差
1	1	是出自於自己的興趣	4.44	0.82
2	3	是舞蹈課讓我感到愉悅	4.34	0.92
3	4	是出自於自己喜愛舞蹈	4.26	1.03
4	2	是本身的學習欲望	4.24	0.89
5	5	是為了自我成就感	4.02	1.09
6	14	為了運動健身	4.00	1.11
7	11	為了促進身體健康	3.91	1.08
8	13	為了身材形體之美	3.88	1.15
9	15	為了紓解壓力	3.84	1.17
10	6	因為欣賞知名舞團演出	3.70	1.21
11	12	為了增加社交機會	3.54	1.21
12	7	因為親朋好友有學舞	3.47	1.26
13	8	因為父母安排	3.38	1.35
14	10	因為社會潮流的影響	3.26	1.33
15	9	因為朋友的大力推薦	3.20	1.28

## 貳、受試者在舞蹈就讀動機量表各因素構面反應情形

臺中市民參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之研究參與動機量表中共分為三個層面，根據量表設計得分5分者為非常同意；4分者為同意；3分者為沒意見；2分者為不同意；1分者為非常不同意。研究者將得分在4分以上者視為參與動機高的學員，3分的為參與動機中的學員，1-2分者為參與動機低的學員，調查結果如表4-2-2所示。

表4-2-2 受試者在舞蹈補習班參與動機各層面反應情形

因素層面	平均數	標準差	題數
滿足成就	4.26	0.80	5
社會性需求	3.40	0.93	5
促進身體健康	3.83	0.92	5
總量表	3.83	0.71	15

受試者在參與動機量表各因素層面反應得知，在「滿足成就需求」層面的平均得分最高（ $M=4.26$ ），從層面各題項內容得知在學員參與舞蹈課程出自於本身的興趣為最大的動力，以培養才藝與興趣為主、以及健全人格、陶冶氣質，並建立自我自信心是受試者所青睞的，亦就是參與動機所在；其次是「促進身體健康需求」層面，平均得分（ $M=3.83$ ），從層面各題項內容得知參與舞蹈課程為了促進健康並使體能增加，展現個人最佳體能狀況，紓解壓力，並可改正不良姿勢，增加身形體態之美，最低為「社會性需求」層面，平均得分最低（ $M=3.40$ ），從層面各題項內容得知在欣賞知名舞團演出、親友學舞、父母安排、社會潮流影響等不是影響參

與舞蹈課程最大主要動機原因。

參、受試者在舞蹈就讀動機的差異考驗

一、不同性別在舞蹈補習班參與動機的差異情形

受試者在參與動機量表的不同得分，本研究經獨立樣本 *t* 考驗。考驗研究假設 1-1，如表 4-2-3 所示。

表 4-2-3 不同性別在參與動機獨立樣本 *t* 考驗摘要表

層面名稱	性別	人數	平均數	標準差	T 值	P 值
滿足成就	男	31	4.08	0.73	-1.397	.560
	女	251	4.28	0.80		
社會需求	男	31	3.32	0.93	-0.503	.337
	女	251	3.41	0.94		
身體健康	男	31	3.50	1.01	-1.902	.583
	女	251	3.87	0.90		
整體參與動機	男	31	3.63	0.72	-1.572	.784
	女	251	3.85	0.70		

\* $p < .05$

由表 4-2-3 可以了解，不同性別在「滿足成就」、「社會性需求」、「促進身體健康」層面沒有達顯著差異，此結果不支持研究假設 1-1。

不同性別在參與舞蹈補習班動機方面男、女整體的因素層面大致相同無顯著差異。

二、職業／學生在參與動機的差異比較

受試者職業／學生在參與動機量表的不同得分，經單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 考驗研究假設 1-2，如

表 4-2-4 所示。

表 4-2-4 職業／學生在參與動機單因子變異數分析摘要表

動機層面	職業／學生	各數	平均數	標準差	F值	Scheffé 事後比較
滿足成就	1.學生	40	4.54	0.68	2.42*	#
	2.上班族	114	4.19	0.80		
	3.公教人員	33	4.46	0.70		
	4.家庭主婦	51	4.16	0.90		
	5.其他(工、 商)	44	4.13	0.77		
社會需求	1.學生	40	3.91	0.96	4.34*	1>2
	2.上班族	114	3.21	0.83		
	3.公教人員	33	3.44	1.01		
	4.家庭主婦	51	3.36	1.09		
	5.其他(工、 商)	44	3.42	0.76		
身體健康	1.學生	40	4.28	0.77	4.14*	1>(2,5)
	2.上班族	114	3.69	0.88		
	3.公教人員	33	4.05	1.01		
	4.家庭主婦	51	3.81	1.02		
	5.其他(工、 商)	44	3.63	0.83		

\* $p < .05$

備註：1.#：單因子變異數分析有顯著差異，事後比較無法找出差異組別。

針對不同職業／學生受試者在參與舞蹈補習班動機各層

面及整體的得分，用單因子變異數分析進行差異分析，茲將結果彙整如表 4-2-4。

由表 4-2-4 可知，不同職業／學生受試者在參與舞蹈補習班動機各層面及整體均達到顯著差異。此結果支持研究假設 1-2。

經 Scheffe' 事後比較學生 (M=3.91) 較上班族 (M=3.21) 傾向「社會性需求」層面。並得知學生 (M=4.28) 較上班族 (M=3.69) 和其他 (工、商) (M=3.6) 傾向「身體健康」層面；另外在「滿足成就」雖有顯著差異，但經 Scheffe' 事後比較卻無法找出差異組別。

### 三、學舞年齡在參與動機的差異比較

受試者學舞年齡在參與動機量表的不同得分，經單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 考驗研究假設 1-3，如表 4-2-5 所示。

表 4-2-5 學舞年齡在參與動機單因子變異數分析摘要表

動機層面	學舞年齡	各數	平均數	標準差	F 值	Scheffé 事後比較
滿足成就	(1) 1-5	200	4.16	0.79	3.79*	2>1
	(2) 6-10	65	4.49	0.77		
	(3) 11-15	9	4.62	0.79		
	(4) 16-20	8	4.45	0.61		
社會需求	(1) 1-5	200	3.30	0.84	5.10*	3>1
	(2) 6-10	65	3.50	1.10		

表 4-2-5 (續)

動機層面	學舞年齡	各數	平均數	標準差	F值	Scheffé 事後比較
社會需求	(3) 11-15	9	4.26	0.92	4.29*	2>1
	(4) 16-20	8	4.07	0.91		
身體健康	(1) 1-5	200	3.71	0.88		
	(2) 6-10	65	4.11	0.95		
	(3) 11-15	9	4.00	1.22		
	(4) 16-20	8	4.37	0.58		

\* $p < .05$

由表 4-2-5 可知，不同學舞年齡受試者在參與舞蹈補習班動機各構面及整體均達到顯著差異。此結果支持研究假設 1-3。

經 Scheffe' 事後比較得知學舞 6-10 年 (M=4.49) 較學舞 1-5 年 (M=4.16) 傾向「滿足成就」方面；學舞 11-15 年 (M=4.26) 較學舞 1-5 年 (M=3.30) 傾向「社會性需求」；學舞 6-10 (M=4.11) 較學舞 1-5 年 (M=3.71) 傾向「身體健康」。

#### 四、購買舞蹈課程種類數量在參與動機的差異情形

受試者在參與動機量表的不同得分，經單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 考驗研究假設 1-4，如表 4-2-6 所示。

表 4-2-6 購買舞蹈課程種類數量在參與動機單因子變異數分析摘要表

動機層面	課程數量	各數	平均數	標準差	F值	Scheffé 事後比較
滿足成就	1.一項	195	4.23	0.82	0.44	
	2.二項	79	4.32	0.74		
	3.三項	8	4.37	0.72		
	4.四項	0	0	0		
社會需求	1.一項	195	3.39	0.86	1.20	
	2.二項	79	3.36	1.07		
	3.三項	8	3.90	1.06		
	4.四項	0	0	0		
身體健康	1.一項	195	3.84	0.87	2.89	
	2.二項	79	3.73	1.02		
	3.三項	8	4.55	0.53		
	4.四項	0	0	0		

\* $p < .05$

由表 4-2-6 結果發現，購買舞蹈課程種類數量不同的受試者在參與動機各層面都沒達顯著差異 ( $p > .05$ )，此結果不支持研究假設 1-4。

#### 五、薪資所得／零用錢在參與動機的差異性比較

不同薪資所得／零用錢在參與動機量表不同得分，經單因子變異數分析。考驗研究假設 1-5，如表 4-2-7 所示。

表 4-2-7 薪資所得／零用錢在參與動機單因子變異數分析摘要表

動機層面	薪資所得 ／零用錢	各 數	平均數	標準差	F值	Scheffé 事後比較
滿足成就	10000以下	33	4.40	0.91	1.86	
	20,000-35,000	54	4.14	0.71		
	36,000-45,000	57	4.09	0.72		
	46,000-55,000	69	4.24	0.89		
	60,000以上	69	4.42	0.74		
社會需求	10000以下	33	3.84	1.05	4.69*	1>2
	20,000-35,000	54	3.12	0.82		
	36,000-45,000	57	3.28	0.68		
	46,000-55,000	69	3.28	0.94		
	60,000以上	69	3.62	1.03		
身體健康	10000以下	33	4.15	0.96	3.39*	1>3
	20,000-35,000	54	3.71	0.75		
	36,000-45,000	57	3.53	0.85		
	46,000-55,000	69	3.86	0.99		
	60,000以上	69	3.99	0.93		

\* $p < .05$

備註：1：10000以下、2：20,000-35,000／月、3：36,000-45,000／月、4：46,000-55,000／月、5：60,000／月以上。

不同薪資所得／零用錢受試者在參與舞蹈補習班動機達到顯著差異。此結果支持研究假設1-5。經Scheffe'事後比較得知學生零用錢10000以下（ $M=3.84$ ）較薪資所得

20,000-35,000 傾向「社會性需求」方面，學生零用錢 10000 以下 (M=4.15) 較薪資所得 36,000-45,000 (M=3.53) 傾向「身體健康」方面，另外在「滿足成就」方面各組無顯著差異。

### 第三節 臺中市民眾參與舞蹈補習班的消費者行為調查結果

本章說明並分析有效樣本舞蹈補習班之消費者行為調查結果分為：壹、受試者在舞蹈補習班之消費者行為評量的優先順序；貳、受試者在舞蹈補習班之消費者行為量表反應結果；參、不同背景變項在舞蹈補習班之消費者行為各因素構面的差異性考驗。

壹、受試者在舞蹈補習班之消費者行為評量的優先順序受試者在舞蹈舞班之消費者行為評量的優先順序，如表 4-3-1 示。

表 4-3-1 舞蹈補習班之消費者行為評量的優先順序

優先順序	題號	消費者行為內容	平均數	標準差
1	9	欣賞喜愛舞蹈演出	4.05	1.08
2	7	享受在舞蹈學習的過程	3.89	1.13
3	6	因為我的家人喜歡舞蹈	3.87	1.22
4	12	我喜歡參與芭蕾舞課程	3.87	1.20
5	1	會規劃每個月部分薪水 做為才藝學習開銷	3.86	1.14
6	8	對舞蹈有憧憬	3.83	1.13
7	10	因為個性活潑好動	3.75	1.21
8	11	我喜歡參與民族舞課程	3.62	1.33
9	14	我喜歡街舞、踢踏舞	3.45	1.38
10	13	我喜歡參與現代舞課程	3.29	1.28
11	2	學費有優惠方案的促銷	3.23	1.28
12	5	贈送其他免費舞蹈課程	3.06	1.31
13	15	我喜歡有氧舞蹈、瑜珈	3.01	1.39
14	4	學費分期付款	2.93	1.27
15	3	贈送贈品	2.78	1.18

## 貳、受試者在舞蹈補習班之消費者行為量表各因素層面反應情形

受試者在消費者行為量表各層面反應情形，如表 4-3-2 所示。

表 4-3-2 受試者在消費者行為量表各層面反應情形

因素構面	平均數	標準差	題數
價格考量	3.17	0.93	5
身心因素	3.87	0.82	5
舞蹈課程類型	3.44	0.90	5
總量表	3.49	0.67	15

受試者在舞蹈補習班之消費者行為量表各因素層面反應得知，在「身心因素」層面的平均得分最高（ $M=3.87$ ），從各層面題項內容得知在學員之消費者行為重視學習者自我學習的意願和對舞蹈有憧憬沉浸喜愛在學舞的過程並享受從舞臺上展現自我的經驗主要消費因素；其次是「舞蹈課程類型」層面，平均得分（ $M=3.44$ ），從層面各題項內容得知為受試者在舞蹈補習班之消費者行為是因為對於不同舞蹈課程例如：芭蕾舞、民族舞、現代舞、踢踏舞、流行街舞、有氧舞蹈、瑜珈的喜愛，根據不同舞蹈課的喜好而選擇課程消費，最低為「價格考量」層面，平均得分最低（ $M=3.17$ ），從層面各題項內容得知在消費者每月會規劃薪水做為才藝開銷、學費的優惠促銷活動方案、和參與課程而贈送贈品、學費分期付款不是影響參與舞蹈課程最大主要動機消費的原因。

## 參、受試者在舞蹈補習班之消費者行為的差異性考驗

### 一、不同性別在舞蹈補習班之消費者行為的差異情形

受試者在舞蹈補習班之消費者行為量表的不同得分，本研究經獨立樣本 *t* 考驗。考驗研究假設 2-1，如表 4-3-3 所示。

表 4-3-3 不同性別在消費者行為獨立樣本 *t* 考驗摘要表

層面名稱	性別	人數	平均數	標準差	t 值	P 值
價格考量	男	31	2.93	0.749	-1.791	.034*
	女	251	3.19	0.947		
身心因素	男	31	3.64	0.898	-1.537	.223
	女	251	3.90	0.803		
舞蹈課程 類型	男	31	3.00	0.749	-3.396	.048
	女	251	3.50	0.903		

\* $p < .05$

由 4-3-3 可以了解，不同性別在「價格考量」層面有達顯著差異，此結果支持研究假設 2-1，在「身心因素」和「舞蹈課程類型」層面沒有達顯著差異，此結果不支持研究假設 2-1，從平均數中得知，女性（ $M=3.19$ ）、男性（ $M=2.93$ ），女性較傾向於「價格考量」層面。

### 二、職業／學生在舞蹈補習班消費者行為的差異比較

受試者職業／學生在舞蹈補習班消費者行為量表的不同得分，經單因子變異數分析（one-way ANOVA）考驗研究假設 2-2，如表 4-3-4 所示。

表 4-3-4 職業／學生在消費者行為單因子變異數分析摘要表

消費層面	職業／學生	個數	平均數	標準差	F值	Scheffé 事後比較
價格考量	1.學生	40	2.82	0.75	1.75	
	2.上班族	114	3.24	0.84		
	3.公教員	33	3.13	0.91		
	4.家庭主婦	51	3.24	1.05		
	5.其他（工商）	44	3.17	1.09		
身心因素	1.學生	40	3.99	0.83	1.34	
	2.上班族	114	3.75	0.75		
	3.公教員	33	4.06	0.76		
	4.家庭主婦	51	3.92	0.89		
	5.其他（工商）	44	3.89	0.89		
舞蹈類型	1.學生	40	3.41	0.86	.20	
	2.上班族	114	3.49	0.86		
	3.公教員	33	3.50	0.92		
	4.家庭主婦	51	3.39	0.95		
	5.其他	44	3.39	0.97		

\* $p < .05$

由 4-3-4 結果發現，不同職業／學生的受試者在舞蹈補習班消費者行為各層面都沒達顯著差異，此結果不支持研究假設 2-2。

### 三、學舞年齡在舞蹈補習班消費者行為的差異比較

受試者學舞年齡在舞蹈補習班消費者為行量表的不同得分，經單因子變異數分析（one-wayANOVA）考驗研究假設2-3，如表4-3-5所示。

表4-3-5 學舞年齡在消費者行為單因子變異數分析摘要表

消費層面	學舞年齡	個數	平均數	標準差	F值	Scheffé 事後比較
價格考量	(1) 1-5	200	3.26	0.91	3.00	1>2
	(2) 6-10	65	2.89	0.83	*	
	(3) 11-15	9	2.93	1.21		
	(4) 16-20	8	3.40	1.37		
身心因素	(1) 1-5	200	3.76	0.79		(2,4)>1
	(2) 6-10	65	4.12	0.71	5.56	
	(3) 11-15	9	4.04	1.44	*	
	(4) 16-20	8	4.57	0.36		
舞蹈類型	(1) 1-5	200	3.39	0.89		4>(1,2)
	(2) 6-10	65	3.40	0.87		
	(3) 11-15	9	4.06	0.90	4.51	
	(4) 16-20	8	4.35	0.48	*	

\* $p < .05$

由表4-3-5可知，不同學舞年齡受試者在舞蹈補習班消費者行為各層面及整體均達到顯著差異。此結果支持研究假設2-3。經Scheffe'事後比較得知學舞1-5年(M=3.26)較學舞6-10年(M=2.89)傾向「價格考量」方面；學舞6-10年(M=4.12)和學舞16-20年(M=4.57)較學舞1-5年(M=3.76)傾向「身心因素」；學舞16-20(M=4.35)較學舞1-5年(M=3.39)和

學舞 6-10 年 ( M=3.40 ) 傾向「舞蹈類型」。

#### 四、購買舞蹈課程種類數量在舞蹈補習班消費者行為的差異情形

受試者在舞蹈補習班消費者行為的不同得分，經單因子變異數分析 ( one-way ANOVA ) 考驗研究假設 2-4，如表 4-3-6 所示。

表 4-3-6 購買舞蹈課程種類數量在消費者行為單因子變異數分析摘要表

消費層面	課程數量	個數	平均數	標準差	F 值	Scheffé 事後比較
價格考量	1. 一項	195	3.23	0.88	1.63	
	2. 二項	79	3.02	1.00		
	3. 三項	8	3.02	1.06		
	4. 四項	0	0	0		
身心因素	1. 一項	195	3.82	0.84	1.61	
	2. 二項	79	3.95	0.73		
	3. 三項	8	4.25	0.88		
	4. 四項	0	0	0		
種類數量	1. 一項	195	3.38	0.91	3.05*	#
	2. 二項	79	3.55	0.83		
	3. 三項	8	4.07	0.94		
	4. 四項	0	0	0		

\* $p < .05$

備註：1.#：單因子變異數分析有顯著差異，事後比較無法找出差異組別。

由表 4-3-6 結果發現，購買舞蹈課程種類數量不同的受試者在舞蹈補習班消費者行為在「身體健康」因素層面有達顯著，但是無法經 Scheffe' 事後比較得知組別差異，另外再「價

格考量」、「身心因素」層面沒有達顯著差異，此結果不支持研究假設 2-4。

#### 五、薪資所得／零用錢在舞蹈補習班消費者行為的差異性比較

不同薪資所得／零用錢在舞蹈補習班消費者行為量表不同得分，經單因子變異數分析。考驗研究假設 2-5，如表 4-3-7 所示。

表 4-3-7 薪資所得／零用錢在消費者行為單因子變異數分析摘要表

消費層面	薪資所得／零用錢	個數	平均數	標準差	F 值	Scheffé 事後比較
價格考量	10000 以下	33	2.80	1.01	4.29*	2>1
	20,000-35,000	54	3.54	0.85		
	36,000-45,000	57	3.27	0.95		
	46,000-55,000	69	3.09	0.74		
	60,000 以上	69	3.03	1.00		
身心因素	10000 以下	33	3.98	0.90	1.17	
	20,000-35,000	54	3.88	0.74		
	36,000-45,000	57	3.68	0.76		
	46,000-55,000	69	3.88	0.76		
	60,000 以上	69	3.97	0.91		

待續

表 4-3-7 (續)

消費層面	薪資所得 / 零用錢	個數	平均數	標準差	F值	Scheffé 事後比較
舞蹈類型	10000以下	33	3.40	0.90	0.33	
	20,000-35,000	54	3.53	1.00		
	36,000-45,000	57	3.47	0.47		
	46,000-55,000	69	3.35	0.86		
	60,000以上	69	3.47	0.97		

\* $p < .05$

備註：1：10000以下、2：20,000-35,000 / 月、3：36,000-45,000 / 月、4：46,000-55,000 / 月、5：60,000 / 月以上。

不同薪資所得 / 零用錢受試者在舞蹈補習班消費者行為在「價格考量」層面有達顯著差異，在「身心因素」「舞蹈類型」層面沒有顯著差異。此結果不支持研究假設 2-5。經 Scheffe' 事後比較得知薪資所得 20,000-35,000 (M=3.54) 較學生零用錢 10000 以下 (M=2.80) 傾向「價格考量」方面，另外再「身心因素」、「舞蹈類型」方面各組無顯著差異。

#### 第四節 臺中市民眾參與舞蹈補習班的滿意度調查結果

本章說明並分析有效樣本滿意度調查結果，分為三部分說明：壹、受試者在舞蹈補習班滿意度評量的優先順序；貳、受試者在舞蹈補習班滿意度量表反應結果；參、不同背景變項在舞蹈補習班滿意度各因素構面的差異性考驗。

壹、受試者在舞蹈補習班滿意度評量的優先順序，如表4-4-1所示。

表4-4-1 舞蹈補習班滿意度評量的優先順序

優先順序	題號	參與動機內容	平均數	標準差
1	6	老師的專業知識豐富	4.52	0.845
2	7	老師的教學態度積極認真	4.49	0.832
3	8	老師的授課內容很有趣	4.35	0.928
4	10	課堂上有良好的互動討論	4.32	0.975
5	11	舞蹈補習班課程內容豐富	4.26	0.994
6	12	課程內容能引起我的興趣	4.26	0.947
7	9	老師們能學術啟發我舞蹈創作	4.23	0.984
8	13	課程能結合專業與休閒舞蹈課	4.23	1.001
9	2	行政人員態度親切、誠懇	4.21	0.947
10	4	舞蹈補習班教室空間感到滿意	4.13	1.002
11	5	舞蹈補習班的設備感到滿意	4.13	1.027
12	1	行政人員能提供相關諮詢服務	4.04	0.992
13	20	舞蹈課可以啟發更多的創造力	4.01	1.130
14	19	舞蹈課讓自己的思緒更有條理	4.00	1.028

表 4-4-1 (續)

優先順序	題號	參與動機內容	平均數	標準差
15	3	舞蹈補習班上課地點感到滿意	3.99	1.125
16	18	舞蹈課可以幫助我表達能力	3.97	1.117
17	14	舞蹈課對我的未來學業有幫助	3.94	1.134
18	15	舞蹈課內容能符合社會需求	3.87	1.075
19	16	舞蹈課可以增加社會競爭力	3.84	1.139
20	17	舞蹈課可以增進未來工作或就 業之能力	3.82	1.123

#### 貳、受試者在舞蹈補習班滿意度量表各因素層面反應情形

臺中市民參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之研究滿意度量表中共分為四個層面，根據量表設計得分5分者為非常同意；4分者為同意；3分者為沒意見；2分者為不同意；1分者為非常不同意。本研究便將得分在4分以上者視為學習滿意度高的學員，3分的為學習滿意中的學員，1-2分者為學習滿意低的學員，調查結果如表4-4-2所示。

表 4-4-2 受試者在舞蹈補習班滿意度各因素層面反應情形

因素層面	平均數	標準差	題數
舞蹈班提供的服務	4.09	0.827	5
教師專業教學能力	4.38	0.768	5
課程內容	4.10	0.851	5
學習效益	3.92	0.933	5
總量表	4.19	0.725	20

由上表 4-4-2 得知受試者在舞蹈補習班滿意度量表各因素層面反應得知，「教師專業教學能力」層面平均得分（ $M=4.38$ ）最高，從層面各內容得知在老師表達的方式、專業技巧能力、教學經驗、教學方法、親切的程度、協助的程度、友善程度、教學積極互動性、能否注意學生的反應，及提高學生學習興趣、和創作力上的表現，亦是學生對學習滿意度之所在。

其次為「課程內容」層面平均得分（ $M=4.10$ ），從層面各內容得知舞蹈課程內容的豐富性包含舞蹈基本動作、小品的組合、結合專業技巧課和休閒舞蹈課，並引導學生的學習興趣發展潛能。在「舞蹈班提供的服務」層面平均得分（ $M=4.09$ ），從層面各內容得知行政人員能否提供所需要的諮詢服務、態度親切誠懇的程度，對舞蹈補習班的地點、教室空間、設備環境等都是影響滿意度的原因。

但是在「學習效益」層面，平均得分最低（ $M=3.92$ ），從層面各題項內容得知，舞蹈補習班的學習能否增加社會競爭力、未來工作就業能力、語言的表達、思考邏輯和啟發創造力等都是影響舞蹈班學生滿意度的主要原因。

參、受試者在舞蹈補習班學習滿意度的差異性考驗

#### 一、不同性別在舞蹈學習滿意度的差異情形

受試者在舞蹈學習滿意度量表的不同得分，經獨立樣本  $t$  考驗以考驗研究假設 3-1，如表 4-4-3 所示。

表 4-4-3 不同性別在舞蹈補習班滿意度獨立樣本 *t* 考驗摘要表

層面名稱	性別	人數	平均數	標準差	<i>t</i> 值
提供的服務	男	31	3.88	0.83	-1.52
	女	251	4.12	0.83	
教師專業教學能力	男	31	4.08	0.91	-1.96
	女	251	4.41	0.74	
課程內容	男	31	3.87	0.90	-1.57
	女	251	4.13	0.84	
學習效益	男	31	3.52	1.13	-2.15
	女	251	3.97	0.90	

由表 4-4-3 得知，不同性別在「教師專業教學能力」、「學習效益」層面有達顯著差異，此結果支持研究假設 3-1，在「提供的服務」、「課程內容」層面沒有達顯著差異，此結果不支持研究假設 3-1，從平均數中得知，女性（ $M=4.41$ ）、男性（ $M=4.08$ ），女性較傾向於「教師專業教學能力」層面，和女性（ $M=3.97$ ）、男性（ $M=3.52$ ），女性較傾向於「學習效益」層面。

## 二、職業／學生在舞蹈補習班學習滿意度的差異比較

受試者職業／學生在舞蹈補習班學習滿意度量表的不同得分，經單因子變異數分析（one-way ANOVA）考驗研究假設 3-2，如表 4-4-4 所示。

表 4-4-4 職業／學生在舞蹈補習班滿意度單因子變數分析  
摘要表

滿意度層面	職業／學生	個數	平均數	標準差	F值	Scheffé 事後比較
提供的服務	1.學生	40	4.04	0.66	1.35	
	2.上班族	114	4.01	0.89		
	3.公教員	33	4.15	0.71		
	4.家管	51	4.32	0.76		
	5.工商	44	4.06	0.92		
教學能力	1.學生	40	4.58	0.54	3.27*	#
	2.上班族	114	4.24	0.85		
	3.公教員	33	4.50	0.68		
	4.家管	51	4.58	0.64		
	5.工商	44	4.22	0.81		
課程內容	1.學生	40	4.37	0.78	3.60*	#
	2.上班族	114	3.97	0.83		
	3.公教員	33	4.24	0.90		
	4.家管	51	4.32	0.76		
	5.工商	44	3.88	0.92		
學習效益	1.學生	40	4.21	0.88	1.89	
	2.上班族	114	3.81	0.93		
	3.公教員	33	3.98	1.01		
	4.家管	51	3.03	0.94		
	5.工商	44	3.77	0.84		

\* $p < .05$

備註：1.#：單因子變異數分析有顯著，事後比較無法找出

差異組別。

由表 4-4-4 可知，不同職業／學生受試者在參與舞蹈補習班學習滿意度在「教學能力」、「課程內容」層面達到顯著差異，此結果支持研究假設 3-2，「提供的服務」、「學習效益」層面沒有達到顯著差異，此結果不支持研究假設 3-2。但經 Scheffe' 事後比較在「教學能力」、「課程內容」卻無法找出差異組別。

### 三、學舞年齡在舞蹈補習班學習滿意度的差異比較

受試者學舞年齡在舞蹈補習班學習滿意度量表的不同得分，經單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 考驗研究假設 3-3，如表 4-4-5 所示。

表 4-4-5 學舞年齡在舞蹈班滿意度單因子變異數分析摘要表

滿意度層面	學舞年齡	個數	平均數	標準差	F 值	Scheffé 事後比較
提供的服務	(1) 1-5	200	4.08	0.83	1.308	
	(2) 6-10	65	4.05	0.84		
	(3)	9	4.33	0.51		
	11-15	8	4.60	0.54		
教學能力	(4)	200	4.28	0.75	4.140*	#
	16-20	65	4.56	0.78		
	(1) 1-5	9	4.75	0.73		
	(2) 6-10	8	4.87	0.35		
	(3)					
	11-15					
	(4)					
	16-20					

待續

表 4-4-5 ( 續 )

滿意度層面	學舞年齡	個數	平均數	標準差	F值	Scheffé 事後比 較
課程內容	( 1 ) 1-5	200	3.95	0.83	8.47*	2>1
	( 2 ) 6-10	65	4.47	0.75		
	( 3 )	9	4.24	1.15		
	11-15	8	4.10	0.31		
學習效益	( 4 )	200	3.75	0.92	8.83*	2>1
	16-20	65	4.33	0.81		
	( 1 ) 1-5	9	4.15	1.14		
	( 2 ) 6-10	8	4.65	0.43		
	( 3 )					
	11-15					
	( 4 )					
	16-20					

\* $p < .05$

備註：1#：單因子變異數分析有顯著，事後比較無法找出差異組別。

由表 4-4-5 可知，不同學舞年齡受試者在舞蹈補習班學習滿意度「教學能力」、「課程內容」、「學習效益」達到顯著差異，此結果支持研究假設 3-3，在「提供的服務」沒有達到顯著差異，此結果不支持研究假設 3-3。經 Scheffe' 事後比較得知學舞 6-10 年 (  $M=4.47$  ) 較學舞 1-5 年 (  $M=3.95$  ) 傾向「課程內容」方面；學舞 6-10 年 (  $M=4.33$  ) 較學舞 1-5 年 (  $M=3.75$  )

傾向「學習效益」；但經 Scheffe' 事後比較在「教學能力」卻無法找出差異組別。

#### 四、購買舞蹈課程種類數量在舞蹈補習班學習滿意度的差異情形

受試者在舞蹈補習班學習滿意度的不同得分，經單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 考驗研究假設 3-4，如表 4-4-6 所示。

表 4-4-6 購買舞蹈課程種類數量在舞蹈補習班滿意度單因子變異數分析摘要表

滿意度層面	課程數量	個數	平均數	標準差	F值	Scheffé 事後比較
提供的服務	1.一項	195	4.05	0.83	0.68	
	2.二項	79	4.18	0.82		
	3.三項	8	4.17	0.72		
	4.四項	9	0	0		
教學能力	1.一項	195	4.34	0.75	1.08	
	2.二項	79	4.42	0.82		
	3.三項	8	4.72	0.51		
	4.四項	9	0	0		
課程內容	1.一項	195	4.02	0.88	3.17*	#
	2.二項	79	4.28	0.72		
	3.三項	8	4.42	0.88		
	4.四項	9	0	0		
學習效益	1.一項	195	3.85	0.94	1.75	
	2.二項	79	4.06	0.89		
	3.三項	8	4.22	0.74		
	4.四項	9	0	0		

\* $p < .05$

備註：1.#：單因子變異數分析有顯著，事後比較無法找出差異組別。

由表 4-4-6 結果發現，購買舞蹈課程種類數量不同的受試者在舞蹈補習班學習滿意度在「課程內容」因素層面有達顯著，但是無法經 Scheffe' 事後比較得知組別差異，另外再「提供的服務」、「教學能力」、「學習效益」層面沒有達顯著差異，此結果不支持研究假設 3-4。

#### 五、薪資所得／零用錢在舞蹈補習班學習滿意度的差異性比較

不同薪資所得／零用錢在舞蹈補習班學習滿意度量表不同得分，經單因子變異數分析。考驗研究假設 3-5，如表 4-4-7 所示。

表 4-4-7 薪資所得／零用錢在舞蹈補習班滿意度單因子變異數分析摘要表

滿意度層面	薪資所得／零用錢	個數	平均數	標準差	F 值	Scheffé 事後比較
提供的服務	10000 以下	33	4.17	0.64	0.66	
	20,000-35,000	54	4.22	0.86		
	36,000-45,000	57	4.02	0.80		
	46,000-55,000	69	4.09	0.85		
	60,000 以上	69	4.01	0.87		
教學能力	10000 以下	33	4.58	0.65	0.73	
	20,000-35,000	54	4.30	0.76		
	36,000-45,000	57	4.35	0.68		
	46,000-55,000	69	4.35	0.89		
	60,000 以上	69	4.39	0.75		

待續

表 4-4-7 (續)

滿意度層面	薪資所得／零 用錢	個 數	平均 數	標準 差	F值	Scheffé 事後比較
課程內容	10000以下	33	4.43	0.75	2.24	
	20,000-35,000	54	4.10	0.72		
	36,000-45,000	57	3.88	0.77		
	46,000-55,000	69	4.14	0.89		
	60,000以上	69	4.11	0.97		
學習效益	10000以下	33	4.30	0.84	2.46*	#
	20,000-35,000	54	3.81	0.91		
	36,000-45,000	57	3.70	0.83		
	46,000-55,000	69	3.90	0.98		
	60,000以上	69	4.00	0.97		

\* $p < .05$

備註：1.#：單因子變異數分析有顯著，事後比較無法找出差異組別。

由表 4-4-7 得知，不同薪資所得／零用錢受試者在舞蹈補習班學習滿意度「學習效益」層面有達顯著差異，在「提供的服務」、「教學能力」、「課程內容」層面沒有顯著差異。此結果不支持研究假設 3-5。經 Scheffe' 事後比較無法得知「學習效益」方面各組顯著差異。

## 第五節 舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為之關係

本節將以 Pearson 相關來分別探討舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為之間的相關情形，茲說明如下。

本研究採用 Pearson 相關探討舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為之間的相關情形，其結果如表 4-5-1 所示。

表 4-5-1 舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為之相關情形

	參與動機	滿足成就	社會需求	身體健康
消費者行為	.33**	.29**	.20**	.30**
價格考量	-.04	-.09	-.02	.00
身心因素	.55**	.49**	.35**	.50**
舞蹈課類型	.28**	.29**	.17**	.22**

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ .

### 壹、整體舞蹈補習班參與動機與整體舞蹈補習班消費者行為之關係

從表 4-5-1 中可知，整體舞蹈補習班參與動機與整體舞蹈補習班消費者行為達顯著正相關（ $r = .33$ ， $p < .01$ ）。

### 貳、整體舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為分層面之關係

從表 4-5-1 中可知，整體舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為分層傾向中的「價格考量」未達相關（ $r = -.04$ ）；整體舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為

分層傾向中的「身心因素」達顯著正相關( $r = .55, p < .01$ )；整體舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為分層傾向中的「舞蹈課類型」達顯著正相關( $r = .28, p < .01$ )，介於.28～.55之間。

#### 參、整體舞蹈補習班消費者行為與舞蹈補習班參與動機分層面之關係

從表 4-5-1 中可知，整體舞蹈補習班消費者行為與舞蹈補習班參與動機分層中的「滿足成就」達顯著正相關( $r = .29, p < .01$ )；整體舞蹈補習班消費者行為與舞蹈補習班參與動機分層中的「社會需求」達顯著正相關( $r = .20, p < .01$ )；整體舞蹈補習班消費者行為與舞蹈補習班參與動機分層中的「身體健康」達顯著正相關( $r = .30, p < .01$ )，由此可知整體舞蹈補習班消費者行為與舞蹈補習班參與動機分層傾向皆達顯著正相關，介於.20～.30之間。

#### 肆、舞蹈補習班參與動機分層面與舞蹈補習班消費者行為分層面之關係

從表 4-5-1 呈現的舞蹈補習班參與動機分層面與舞蹈補習班消費者行為分層面的相關程度中，發現舞蹈補習班消費者行為分層中的「價格考量」與舞蹈補習班參與動機分層面皆未達顯著相關，顯示舞蹈補習班的學員並不會因為價格而有參與舞蹈班學習的動機。至於舞蹈補習班參與動機的其他分層面與舞蹈補習班消費者行為的各分層面皆達顯著相關，相關係數介於.17～.50之間，其中以舞蹈補習班參與動機分層中的「滿足成就」對舞蹈補習班消費者行為分層中的「身心因素」的相關係數( $r = .49, p < .01$ )及舞蹈補習班參與動

機分層中的「身體健康」對舞蹈補習班消費者行為分層的「身心因素」的相關係數（ $r = .50$ ， $p < .01$ ）為最高。

## 第六節 舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為之關係

本節將以 Pearson 相關來分別探討舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為之間的相關情形，茲說明如下。

本研究採用 Pearson 相關探討舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為之間的相關情形，其結果如表 4-6-1 所示。

表 4-6-1 舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為相關情形

	滿意度	提供的 服務	教學能力	課程內容	學習效益
消費者行為	.32**	.30**	.22**	.32**	.26**
價格考量	.02	.12*	-.03	-.03	-.09
身心因素	.46**	.33**	.37**	.52**	.48**
舞蹈課類型	.27**	.26**	.19**	.27**	.24**

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ .

### 壹、整體舞蹈補習班滿意度與整體舞蹈補習班消費者行為之關係

從表 4-6-1 中可知，整體舞蹈補習班滿意度與整體舞蹈補習班消費者行為達顯著正相關 ( $r = .32$ ,  $p < .01$ )。

### 貳、整體舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為分層面之關係

從表 4-6-1 中可知，整體舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為分層傾向中的「價格考量」未達相關 ( $r = .02$ )；

整體舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為分層傾向中的「身心因素」達顯著正相關（ $r = .46$ ， $p < .01$ ）；整體舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為分層傾向中的「舞蹈課類型」達顯著正相關（ $r = .27$ ， $p < .01$ ），介於.27～.46之間。

#### 參、整體舞蹈補習班消費者行為與舞蹈補習班滿意度分層面之關係

從表4-6-1中可知，整體舞蹈補習班消費者行為與舞蹈補習班滿意度分層中的「提供的服務」達顯著正相關（ $r = .30$ ， $p < .01$ ）；整體舞蹈補習班消費者行為與舞蹈補習班滿意度分層中的「教學能力」達顯著正相關（ $r = .22$ ， $p < .01$ ）；整體舞蹈補習班消費者行為與舞蹈補習班滿意度分層中的「課程內容」達顯著正相關（ $r = .32$ ， $p < .01$ ）；整體舞蹈補習班消費者行為與舞蹈補習班滿意度分層中的「學習效益」達顯著正相關（ $r = .26$ ， $p < .01$ ），由此可知整體舞蹈補習班消費者行為與舞蹈補習班滿意度分層傾向皆達顯著正相關，介於.22～.32之間。

#### 肆、舞蹈補習班滿意度分層面與舞蹈補習班消費者行為分層面之關係

從表4-6-1呈現的舞蹈補習班滿意度分層面與舞蹈補習班消費者行為分層面的相關程度中，發現舞蹈補習班消費者行為分層中的「價格考量」與舞蹈補習班參與動機分層面皆未達顯著相關，顯示舞蹈補習班的學員並不會因為價格而影響舞蹈補習班的滿意度。至於舞蹈補習班滿意度的其他分層面與舞蹈補習班消費者行為的各分層面皆達顯著相關，相關

係數介於 .19 ~ .52 之間，其中以舞蹈補習班滿意度分層中的「課程內容」對舞蹈補習班消費者行為分層中的「身心因素」的相關係數（ $r = .52, p < .01$ ）及舞蹈補習班滿意度分層中的「學習效益」對舞蹈補習班消費者行為分層的「身心因素」的相關係數（ $r = .48, p < .01$ ）為最高。

## 第七節 舞蹈補習班參與動機、滿意度與消費行為之迴歸分析

本節將以多元迴歸分析來分別探討舞蹈補習班參與動機、舞蹈補習班學習滿意度與舞蹈補習班消費者行為之間的相關情形，茲說明如下。

本研究採用多元迴歸分析來分別探討舞蹈補習班參與動機、滿意度與舞蹈補習班消費者行為之間的分析結果，以消費者行為為依變項，滿意度、參與動機為自變項，其結果如表 4-7-1 所示。

表 4-7-1 舞蹈補習班參與動機、滿意度與消費者行為迴歸分析摘要表

自變項	原始迴歸 係數 / B	標準化迴歸 係數 / Beta	F 值	t 值	P 值
(常數)	1.90			7.89	.000
參與動機	0.21	0.23	22.66	3.45	.001
滿意度	0.19	0.20	22.66	3.07	.002

R=0.37；R平方=0.14

\* $p < .05$

由表 4-7-1 得知民眾參與舞蹈補習班動機、滿意度與消費者行為三者之關係，運用多元迴歸分析以消費行為做依變項，將參與動機和滿意度做為自變項，研究結果顯示， $F(2,279) = 22.66$ 、 $p < .05$  參與動機和滿意度達到顯著水準，

R平方=0.14為中度相關表示參與動機和滿意度佔消費行為的14%，由原始迴歸係數得知臺中市民眾對參與舞蹈補習班的消費型為受參與動機和滿意度的影響，而標準化迴歸係數呈現參與動機為0.23、滿意度為0.20表示參與動機的因素大於滿意度的因素影響消費行為，此研究符合假設6。

## 第八節 綜合討論

本節主要在根據研究目的與假設的架構，分析調查結果再進一步分析討論，全節共分為三部分，壹、不同背景變項的之分析討論；貳、不同背景變項的受試者參與舞蹈補習班動機之差異情形；參、不同背景變項的受試者參與舞蹈補習班消費行為之分析討論；肆、不同背景變項的受試者參與舞蹈補習班滿意度之差異情形；伍、臺中市民眾參與舞蹈補習班動機對消費行為 Pearson 相關情形；陸、臺中市民眾參與舞蹈補習班滿意度對消費行為 Pearson 相關情形；柒、參與動機、滿意度和消費者行為三者之間多元迴歸分析，分述如下。

### 壹、不同背景變項的之分析討論

#### 一、性別分析討論

由表 4-1-1 得知臺中市四家舞蹈補習班中，女性學員人數較多，共有 251 人，占有效樣本 89%；而男性學員則有 31 人，占有效樣本 11%，就兩性比例而言之，男生參與較少；（楊智強，2002）、（簡美姿，2002）參與舞蹈性別以女性居多。

傳統的學舞觀念反映在不同性別的學舞者百分比上，一般人還是認為跳舞是女生的專利，因此佔了有效樣本 89% 的高比例，而男生只占有效樣本 11%，但是由於整個社會教育的普及、兩性平等觀念的提昇以及以身心健康為訴求的運動需求，相信男生學舞的風氣將日益開放，經營者不要放棄了男性的市場商機。

## 二、職業／學生分析討論

受試者的職業以上班族佔有效樣本40.4%最多、其次為家庭主婦佔有效樣本18.1%、其他（工、商）佔有效樣本15.6%、公教佔有效樣本11.7%、學生佔有效樣本14.2%本研究相同於（林正隆，1999）家長的職業以服務業最多；不同於（陳學綿，2001）受試者職業以家管居多，（簡美姿，2002）受試者職業以商居多，可能與研究對象及時代背景差異有關。

## 三、學舞年齡分析討論

本研究學舞年齡1-5佔有效樣本70.%、舞年齡6-10佔有效樣本23%、舞年齡11-15佔有效樣本3.2%、舞年齡16-20佔有效樣本2%；學舞年齡以1-5年為最多與（楊智強，2002）、（陳學綿，2001）的研究結果相符。

## 四、購買舞蹈課程種類數量

本研究購買舞蹈課程一項佔有效樣本69.1%、購買舞蹈課程二項佔有效樣本28%、購買舞蹈課程三項佔有效樣本2%、購買舞蹈課程四項佔有效樣本0%，表示多數的民眾以購買一項舞蹈課程為主。

## 五、薪資所得／零用錢

本研究受試者的薪資所得／零用錢以\$46,000-55,000和\$60,000二者百分比相同為最多，分別佔有效樣本各為24.5%，其次為36,000-45,000佔有效樣本20.2%，\$20,000-35,000佔有效樣本19.1%，\$10000以下佔有效樣本11.7%，本研究相同於（林正隆，1999）平均月收入\$50000-100000佔38.8%，和（陳學綿，2001）家庭平均月收入70000佔60.3%，由此可知，舞蹈補習班的消

費者大部分是有經濟基礎的小康家庭。

貳、不同背景變項的受試者參與舞蹈補習班動機之分析情形  
由表4-2-2了解在參與動機中，「滿足成就需求」平均數為最高（ $M=4.26$ ），其次為「促進身體健康」（ $M=3.83$ ），而以「社會需求」為最低（ $M=3.40$ ）。

#### 一、性別

不同性別在參與動機層面皆未達顯著水準，與文獻探討中結果不符，（李紳孝，2008）、（楊智強，2002）、（簡美姿，2002），性別對於促進身體健康的動機是一致的，所以男女對於健康的目的沒有差異，結果符合文獻探討，而本研究受試者包含成年人與學生在滿足成就需求和社會需求男女性皆無顯著，表示兩性在追求參與動機是一樣的，而文獻只單一針對成年人或學生因此結果不同。

#### 二、職業／學生

不同職業類別參與舞蹈補習的動機在各層面皆有達到顯著差異。且由平均數可確認在各層面學生皆高於其他職業，其次為公教人員，最低為其他（公、商），因此假設「不同職業／學生在參與舞蹈補習班的動機有顯著差異」獲得支持，其中學生因為是親自參與課程者所以動機最高。

#### 三、學舞年齡

學舞年齡在參與動機上有顯著差異存在，年齡在滿足成就需求有差異，文獻探討中有相同情形，（陳學綿，2001）；學舞年齡在身體健康需求上有差異，文獻探討中亦有相同情形，（李紳孝，2008）、（簡美姿，2001）。

經事後比較得知學舞6-10年（ $M=4.49$ ）較學舞1-5年

( $M=4.16$ ) 傾向「滿足成就」方面；學舞 11-15 年 ( $M=4.26$ ) 較學舞 1-5 年 ( $M=3.30$ ) 傾向「社會需求」；學舞 6-10 ( $M=4.11$ ) 較學舞 1-5 年 ( $M=3.71$ ) 傾向「促進身體健康」，隨著學舞年齡的增長參與動機會更高。

#### 四、購買舞蹈課程種類數量

不同購買舞蹈課程種類數量在參與動機層面皆未達顯著水準。

#### 五、薪資所得／零用錢

不同薪資所得／零用錢在參與動機「滿足成就需求」層面未達顯著，在「社會需求」、「促進身體健康」有顯著差異，顯示不同薪資所得／零用錢都有追求「滿足成就需求」的動機層面，學生學舞為家庭所支持因此在「社會需求」、「促進身體健康」高於其他。

### 參、不同背景變項的受試者參與舞蹈補習班消費行為之差異情形

由表 4-3-2 了解在消費者行為中，「身心因素」平均數為最高 ( $M=3.87$ )，其次為「舞蹈課程類型」( $M=3.87$ )，而以「價格考量」為最低 ( $M=3.17$ )。

#### 一、性別

不同性別在「價格考量」層面有達顯著差異，從平均數中得知，女性 ( $M=3.19$ )、男性 ( $M=2.93$ )，女性較傾向於「價格考量」層面，兩性在價格衡量的標準有所差異，在「身心因素」和「舞蹈課程類型」層面沒有達顯著水準。

#### 二、職業／學生

不同職業／學生的受試者在舞蹈補習班消費者行為各層面皆未達顯著水準。

### 三、學舞年齡

學舞 1-5 年 (  $M=3.26$  ) 較學舞 6-10 年 (  $M=2.89$  ) 傾向「價格考量」方面；學舞 6-10 年 (  $M=4.12$  ) 和學舞 16-20 年 (  $M=4.57$  ) 較學舞 1-5 年 (  $M=3.76$  ) 傾向「身心因素」；學舞 16-20 (  $M=4.35$  ) 較學舞 1-5 年 (  $M=3.39$  ) 和學舞 6-10 年 (  $M=3.40$  ) 傾向「舞蹈課程類型」。

隨著學舞時間的增長喜愛其中舞蹈類型而學習並享受在習舞的過程，和舞臺展演的經驗其消費行為會高於 5 年以下的學習者因此相對的學舞年齡 1-5 消費行為較注重價格考量。

### 四、購買舞蹈課程種類數量

不同購買舞蹈課程種類數量在消費行為面皆未達顯著水準。

### 五、薪資所得／零用錢

不同薪資所得／零用錢受試者在舞蹈補習班消費者行為在「價格考量」層面有達顯著差異，在「身心因素」「舞蹈類型」層面沒有顯著水準。

上班族在有限的薪資裡規劃每個月的消費支出相當重要因此對於價格考量的重視高於學生。

### 肆、不同背景變項的受試者參與舞蹈補習班滿意度之差異情形

由表 4-4-2 了解在滿意度中，「教師專業教學能力」平均數為最高 (  $M=4.38$  )，其次為「課程內容」(  $M=4.10$  )，接著是「舞蹈班提供的服務」(  $M=4.09$  )，而以「學習效益」為最低 (  $M=3.92$  )。

#### 一、性別

不同性別受試者在參與舞蹈補習班滿意度「教師專業教學能力」、「學習效益」層面有達顯著水準，在「提供的服務」、「課程內容」層面沒有達顯著水準，從平均數中得知，女性（ $M=4.41$ ）、男性（ $M=4.08$ ），女性較傾向於「教師專業教學能力」層面，和女性（ $M=3.97$ ）、男性（ $M=3.52$ ），女性較傾向於「學習效益」層面。

兩性在「提供的服務」、「課程內容」層面沒有達顯著水準和（楊智強，2002）、（簡美姿，2001）研究結果相同。

## 二、職業／學生

不同職業類別受試者參與舞蹈補習班滿意度在「教學能力」、「課程內容」層面達到顯著水準，「提供的服務」、「學習效益」層面沒有達到顯著差異，但經事後比較在「教學能力」、「課程內容」層面卻無法找出差異組別，此研究結果和楊智強（2008）相符合。

## 三、學舞年齡

不同學舞年齡受試者在舞蹈補習班學習滿意度「教學能力」、「課程內容」、「學習效益」達到顯著水準，在「提供的服務」沒有達到顯著水準。經事後比較得知學舞6-10年（ $M=4.47$ ）較學舞1-5年（ $M=3.95$ ）傾向「課程內容」方面；學舞6-10年（ $M=4.33$ ）較學舞1-5年（ $M=3.75$ ）傾向「學習效益」；但經事後比較在「教學能力」卻無法找出差異組別，「教學能力」層面和（楊智強，2002）、（陳學綿，2001）研究相符合。

## 四、購買舞蹈課程種類數量

不同購買舞蹈課程種類數量在滿意度面皆未達顯著水

準。

#### 五、薪資所得／零用錢

不同薪資所得／零用錢在滿意度面皆未達顯著水準。

#### 伍、臺中市民眾參與舞蹈補習班動機對消費行為 Pearson 相關情形

舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為的研究結果皆達顯著相關，與（沈蓉娟、鄒碧鶴，2008）、（楊智強，2002）的研究相符合，顯示舞蹈補習班參與動機越強烈者，其舞蹈補習班消費者行為越高。

再者，從探討整體舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為各層面相關情形的結果發現，此與（沈蓉娟、鄒碧鶴，2008）、（楊智強，2002）的研究結果相符合，顯示出舞蹈補習班參與動機越強烈者，分層面的舞蹈補習班消費行為意願越高。其中，在舞蹈補習班參與動機分層面中的「身體健康」為最高。

#### 陸、臺中市民眾參與舞蹈補習班滿意度對消費行為 Pearson 相關情形

舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為的研究結果達顯著相關，與（戴遐齡、洪乙仁，2006）、（簡美姿，2002）的研究相符合，顯示舞蹈補習班滿意度越高，其舞蹈補習班消費者行為越強。

再者，從探討整體舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為各層面相關情形的結果發現，此與（戴遐齡、洪乙仁，2006）、（簡美姿，2002）的研究結果相符合，顯示出舞蹈補習

班滿意度越強烈者，分層面中的舞蹈補習班消費行為意願越高。其中，在舞蹈補習班滿意度分層面中的「課程內容」為最高。

柒、參與動機、滿意度和消費者行為三者之間多元迴歸分析  
參與動機、滿意度和消費者行為三者之間達到顯著水準，與（張春桂，2005）的研究結果相符，顯示臺中市民眾參與舞蹈補習班的動機與滿意度會影響消費者行為。

## 第五章 結論與建議

本研究主要在探討臺中市民眾參與舞蹈補習班的動機、滿意度與消費者行為的相關情形，並探討不同背景變項之舞蹈班學員在動機、消費行為與滿意度之差異情形及相關聯性，最後依據研究結果提出建議。

本章旨根據問卷調查之資料分析的結果，整理歸納出現況分析、差異分析、相關情形作為結論，並依據結論提出相關建議，以提供舞蹈補習班經營者、與後續研究者之參考。

### 第一節 結論

壹、以不同背景變項的舞蹈班學員與動機、消費者行為及滿意度之分析結果，經由SPSS統計軟體分析後，研究者歸納其不同背景變項下影響學員動機、消費者行為及滿意度因素如表5-1-1所示。

表 5-1-1 研究結果總表

	動機	消費者行為	滿意度
性別			
職業／學生	*		
學舞年齡	*		
購買課程數量			
薪資所得／ 零用錢	*		

備註：\*代表有部分顯著差異

## 貳、臺中市民眾參與舞蹈補習班的動機分析

### 一、舞蹈補習班學員的參與動機現況

由舞蹈補習班學員的參與動機三個因素層面來看，參與動機因素層面由最高至最低的排序等級依序為：滿足成就需求 > 促進身體健康需求 > 社會性需求。從整體參與動機層面來看，整體平均得分為 3.83，可見臺中市民眾參與舞蹈補習班的動機屬於中等程度。

### 二、不同背景變項的舞蹈補習班學員參與動機之差異分析

不同背景變項的舞蹈補習班學員參與動機層面有部分顯著差異，如表 5-1-2 所示。

表 5-1-2 不同背景變項與就讀動機之差異情形

	滿足成就	社會性需求	身體健康	整體參與動機
性別				
職業／學生		學生 > 上班族	學生 > (上班族，其他)	
學舞年齡	6-10 > 1-5	11-15 > 1-5	6-10 > 1-5	
購買課程數量				
薪資所得／零用錢		一萬／月以下 > 二萬至三萬五／月	一萬／月以下 > 三萬六至四萬五／月	

由表 5-1-2 得知，在不同背景變項的舞蹈補習班學員參與動機層面有在「滿足成就」與「學舞年齡」達顯著差異，經

事後比較學舞6-10年參與動機的滿足成就需求層面高於學舞年齡1-5年；「社會性需求」與「職業／學生」、「社會性需求」與「學舞年齡」、「社會性需求」與「薪資所得／零用錢」層面達顯著差異，經事後比較得知學生參與動機的社會性需求高於上班族，學舞年齡11-15年參與動機的社會性需求高於1-5年，零用錢一萬元以下參與動機的社會性需求高於薪資所得二萬至三萬五；在「促進身體健康」與「職業／學生」、「促進身體健康」與「學舞年齡」、「促進身體健康」與「薪資所得／零用錢」達顯著差異，經事後比得知學生對促進身體健康需求動機高於上班族和其他（工、商），學舞年齡6-10年在促進身體健康需求動機高於學舞年齡1-5年，零用錢一萬元以下的促進身體健康需求動機高於薪資所得三萬六至四萬五。

#### 參、臺中市民眾參與舞蹈補習班的消費者行為分析

##### 一、舞蹈補習班學員的消費者行為現況

由舞蹈補習班學員的消費者行為三個層面因素來看，消費者行為因素層面由最高至最低的排序等級依序為：身心因素 > 舞蹈課程類型 > 價格考量。從整體消費者行為層面來看，整體平均得分為3.49，可見臺中市民眾參與舞蹈補習班的消費者行為屬於中等程度。

##### 二、不同背景變項的舞蹈補習班學員消費者行為之差異分析

不同背景變項的舞蹈補習班學員消費者行為層面有部分顯著差異，如表5-1-3所示。

表 5-1-3 不同背景變項與消費者行為之差異情形

	價格考量	身心因素	舞蹈課類型	整體消費 者行為
性別	女 > 男			
職業 / 學生				
學舞年齡	1-5 > 6-10	6-10, 16-20 > 1-5	16-20 > 1-5, 6-10	
購買課程 數量				
薪資所得 / 零用錢	二萬至三 萬五 / 月 > 一萬 / 月 以下			

在不同背景變項的舞蹈補習班學消費者行為層面有在「價格考量」與「性別」達顯著差異，女性消費行為對於價格考量高於男性，在「價格考量」與「學舞年齡」、「價格考量」與「薪資所得 / 零用錢」達顯著差異，經事後比較得知學舞年齡 1-5 年消費行為的價格考量因素高於學舞年齡 6-10 年，薪資所得二萬至三萬五消費行為的價格考量因素高於零用錢一萬元以下；在「身心因素」與「學舞年齡」達顯著差異，經事後比較得知學舞年齡 6-10 年和 16-20 年的消費者行為中身心因素高於學舞年齡 16-20 年；在「舞蹈課程類型」與「學舞年齡」達顯著差異，經事後比較得知學舞年齡 1-5 年的消費者行為中喜愛的舞蹈課程類型因素高於學舞年齡 1-5 年和學舞年齡 6-10 年。

#### 肆、臺中市民眾參與舞蹈補習班的滿意度分析

##### 一、臺中市民眾參與舞蹈補習班的滿意度現況分析

由舞蹈補習班學員的滿意度為四個層面因素來看，滿意度因素層面由最高至最低的排序等級依序為：教師專業教學能力 > 課程內容 > 舞蹈班提供的服務 > 學習效益。從整體滿意度層面來看，整體平均得分為4.19，可見臺中市民眾參與舞蹈補習班的消費者行為屬於高等程度。

##### 二、不同背景變項的舞蹈補習班學員消費者行為差異分析

不同背景變項的舞蹈補習班學員消費者行為層面有部分顯著差異，如表 5-1-4 所示。

表 5-1-4 不同背景變項與消費者行為之差異情形

	提供的服務	教學能力	課程內容	學習效益	整體滿意度
性別		女 > 男		女 > 男	
職業 / 學生					
學舞年齡			6-10 > 1-5	6-10 > 1-5	
購買課程數量					
薪資所得 / 零用錢					

在不同背景變項的舞蹈補習班學員滿意度層面有在「教師專業教學能力」與「性別」、「學習效益」與「性別」達顯著差異，女性滿意度中的教師專業教學能力和學習效益兩個

因素的高於男性；「課程內容」與「學舞年齡」達顯著差異，經事後比較得知學舞年齡 6-10 年滿意度中的課程內容因素滿意度高於學舞年齡 1-5 年；「學習效益」與「學舞年齡」達顯著差異，經事後比較得知學舞年齡 6-10 年滿意度中的學習效益因素滿意度高於學舞年齡 1-5 年。

#### 伍、臺中市民眾參與舞蹈補習班的動機、消費者行為及滿意度之相關分析

##### 一、舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為之關係

臺中市民眾參與舞蹈補習班整體動機與整體消費者行為達顯著正相關，而在整體舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為分層傾向中的「價格考量」未達相關；整體舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為分層傾向中的「身心因素」達顯著中程度正相關；整體舞蹈補習班參與動機與舞蹈補習班消費者行為分層傾向中的「舞蹈課類型」達顯著低程度正相關。

##### 二、舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為之關係

臺中市民眾參與舞蹈補習班整體滿意度與整體消費者行為達顯著正相關，而在整體舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為分層傾向中的「價格考量」未達相關；整體舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為分層傾向中的「身心因素」達顯著中程度正相關；整體舞蹈補習班滿意度與舞蹈補習班消費者行為分層傾向中的「舞蹈課類型」達顯著低程度正相關。

#### 陸、舞蹈補習班參與動機、消費者行為及滿意度之迴歸分析

以多元迴歸分析來分別探討舞蹈補習班參與動機、滿意

度與消費者行為之間的分析結果，以消費者行為為依變項，滿意度、參與動機為自變項，研究結果顯示，參與動機和滿意度達到顯著水準，參與動機和滿意度佔消費行為的14%為中程度相關，由原始迴歸係數得知臺中市民眾對參與舞蹈補習班的消費型為受參與動機和滿意度的影響。

根據研究目的所建構之四大項假設，經調查實證研究結果如下：

壹、臺中地區民眾參與舞蹈補習班的動機於各項不同背景變相上，有部分顯著差異。相關說明如下：

學生對於「社會性需求」和「身體健康需求」的動機表示重視，包括：因為欣賞知名舞團演出、好友學舞、同儕推薦、社會潮流影響；增加健康體能、身形之美、紓解壓力等，而學舞年齡越長的學舞動機越強，自己本身為學習者的受試者在各層面的參與動機是最為強烈。

貳、臺中地區民眾參與舞蹈補習班的消費者行為於各項不同背景變相上，有部分顯著差異。相關說明如下：

女性在消費者行為「價格考量」層面比男性重視，學舞年齡短的1-5年的對於「價格考量」最為在意，學舞年齡長的6-10和16-20年對於「身心因素」層面注重，如：喜愛舞蹈演出、對舞蹈有憧憬、享受在學舞的過程和個性活潑好動...等，學舞年齡16-20年消費者行為會因為對舞蹈課程類型的喜愛而考量，月薪二萬到三萬五的消費族群對於價格考量最為重視。

參、臺中地區民眾參與舞蹈補習班的滿意度於各項不同背景變相上，有部分顯著差異。相關說明如下：

女性在「教師專業教學能力」和「學習效益」比男性更為重視，如：教學能力、專業技能、教學態度、良好互動；增加社會競爭力、就業能力、思緒更有條理、啟發創造力等、學舞年齡長6-10年比學舞年齡短1-5年注重「課程內容」和「學習效益」，包括：課程的豐富性、引起學習興趣、結合專業與休閒舞蹈、符合社會需求和增加社會競爭力、就業能力、思緒更有條理、啟發創造力等。

肆、臺中市民眾參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之多元迴歸分析

臺中市民眾參與舞蹈補習班的消費行為經由研究受動機和滿意度的影響。影響動機包括了「滿足成就需求」、「社會性需求」、「促進身體健康」三個層面，和滿意度「舞蹈班提供的服務」、「教師專業教學能力」、「課程內容」、「學習效益」四個層面，由研究結果顯示動機的影響大於滿意度影響，其中以動機層面中的「滿足成就需求」的平均得分最高，由題項得知學員參與舞蹈課程出自於本身的興趣為最大的動力，而滿意度層面中的平均最高得分為「教師專業教學能力」，從題項得知學員對教師專業能力與技巧的教授為學習滿意度所最重視的部分，因此補習班的經營者在舞蹈教育的推廣和教師能力自我精進的部分更加的強化必定能滿足消費者的需求。

## 第二節 建議

本節旨在根據研究發現與結論提出建議，提供給補教業者及學術研究者未來之參考：

### 壹、對整體補教市場之建議

本研究發現家長期望的利益，已經由以前的價格取向延伸至價值層面，諸如專業教學、創造力的啟發、注重環境，以及補習班是否專業經營的層面，因此補教機構經營者除了要衡量本身的資源與目標，選擇合適的市場區隔外，還必須先將品牌定位清楚，以配合提供上項服務需求。本研究在此提出下列行銷建議：

#### 一、目標市場

在競爭日趨激烈的舞蹈補教市場中，以及少子化的影響，因此如何在眾多競爭對手裏脫穎而出，讓學生家長產生消費意願，是舞蹈補教業者面臨的一個重要課題。根據本研究結果建議舞蹈補教經營者，宜以專精化和多元教學的方式選擇、管理目標市場，並同時避免選擇衝突性太高的市場，造成削弱本身利基之遺憾。

#### 二、促銷宣傳

「只要本身做得好，家長會自動上門」的觀念已不合時宜，目前舞蹈補教市場面臨的是更萎縮的市場與激烈競爭的挑戰，故如想繼續在市場上佔有一席之地，則積極的促銷宣傳是絕對需要的，例如廣告製作、定期公開發表演出、商業活動的邀請表演等，將對舞蹈補習班的招生有正面影響。而擬定策略時，也必須將訊息作原則上的統一，才不會讓家長因接收到雜亂無章的資訊造成混淆，而使得之前的努力徒勞

無功。另外人際行為是傳播或蒐集產品訊息的重要部份，亦是學生家長主要的訊息來源。因此在口碑上，業者應善加運用意見領袖的影響力，例如學校老師、社區中之婦女組織團體、有經驗且具影響力之家長..等。

### 三、忠誠度

為了提高家長對舞蹈補習班的信任感，進而選擇該舞蹈班，建議業者可以讓小朋友試上舞蹈課的方式，並提供各種有關舞蹈學習的訊息及諮詢，也可邀請有名望具公信力的人為補習班背書，讓家長相信補習班是真心、用心地在推廣舞蹈教育，長期下來，對舞蹈班產生了信任感，增加舞蹈班的品牌資產、品牌知名度。

另，對現有家長而言，舞蹈補習班業者須謹慎評估學生人數，維持良好的品質水準與努力提昇服務品質，對自身教職員做更嚴格的要求與更完善的師資訓練。不但使每一位小朋友都有倍受呵護的感覺，更要隨時因應家長的需要調整服務內容。試想若是小朋友特別期待去舞蹈班學舞，做家長的又豈會輕易更換舞蹈班。

## 貳、選擇目標市場之建議

### 一、年輕家長群

此群家長是最趕流行的一群，補習班可針對該群家長大力推廣特色教學，例如：引進最新國外熱門舞蹈課程（如韓國MV舞、爵士芭蕾...等），不須特別強調補習班的歷史背景，除了特色教學訴求外再配合完善的安全措施來建立形象。

### 二、保守生活群

舞蹈班不須以特別的服務及特色教學來推廣，只須以本

身的實力資源提供一般傳統性服務，並定期舉辦表演活動增加小朋友自我展現的機會，並提昇服務水準來建立口碑。

### 參、對未來研究之建議

#### 一、區隔變數的建議

本研究此次人口統計變數以性別、職業／學生、學舞年齡、購買舞蹈課程種類數量、薪資所得／零用錢來分析，變數以參與動機、消費者行為及滿意度來分析。建議後續研究者人口統計變數可擴及到家庭的孩子人數及次文化變數、族群的分析，地理位置變數可將臺中市分區，以不同地理區域進行研究。

#### 二、研究範圍及樣本之選取

本研究研究範圍以大臺中地區之四家舞蹈補習班為主。建議後續研究者可針對不同的區域分區進行研究、擴大研究範圍或不同的產業做比較，相信對於研究之信度及效度定能更加提昇。

#### 三、施測對象的建議

本研究以目前在舞蹈補習班的學員和家長為問卷施測的對象。建議後續研究者施測對象可再細分為3類：低年級、中年級及高年級的學生家長，將低年級、中年級與高年級的學生家長再加以分析，比較三者之間在各變數上是否有差異。

肆、經由本研究之研究調查後，後續研究者可幫助業者對每個區隔進行產品定位策略之研究，則必然可對舞蹈補教市場有更深入的了解。

## 參考文獻

### 中文部分

- 王克芬 (1991)。中國舞蹈發展史。臺北市：南天。
- 王金醅 (2004)。精緻畫策略對顧客滿意度之研究 (未出版碩士論文)。國立暨南大學，南投市。
- 左文屏 (2011)。補習班選擇因素之研究以永康區文理補習班為例 (未出版碩士論文)。私立崑山科技大學，臺南市。
- 平行 (2000)。舞蹈欣賞。臺北市：三民。
- 伍曼麗 (1999)。舞蹈欣賞。臺北市：五南。
- 江佳樺 (2005)。彰化地區家長對其國小子女選擇安親才藝班消費決策傾向之探討 (未出版碩士論文)。私立大葉大學，彰化縣。
- 呂建政 (1994)。休閒教育的發展。台灣教育，523，18-20。
- 吳忠宏、范莉雯 (2002)。以九年一貫課程為架構之休閒教育模式與內容。戶外遊憩研究，16 (1)，1-23。
- 李天民、余國芳 (1998)。中國舞蹈史。臺北市：大卷文化。
- 李文題 (2001)。國中教師的代間流動及影響其休閒參與之因素分析 (未出版碩士論文)。私立朝陽科技大學，臺中市。
- 李紳孝 (2008)。高雄縣國小舞蹈才藝班中高年級學生參與時間、參與動機及學習滿意度之研究 (未出版碩士論文)。

- 國立臺東大學，臺東市。
- 兒童才藝班意見調查。(1986)。民生報。
- 林東泰(1992)。休閒覺知自由與工作滿足之研究。社會教育學刊，21，59-114。
- 林靈宏(1994)。消費者行為，臺北市：五南。
- 林正隆(1999)。臺灣地區國民小學舞蹈資優班畢業生追蹤調查研究(未出版碩士論文)。國立體育大學，桃園縣。
- 林絲緞(2004)。生活與舞蹈。臺北市：東方藝術舞蹈研究社。
- 高俊雄(1995)。臺北市健康體適能俱樂部經營管理型態初探。大專體育，22，39-53。
- 洪連進、韓大衛、(2010)。臺北市運動中心羽球、健身、舞蹈運動消費者休閒運動效益之研究。臺北市立教育大學學報，41(1)，27-48。
- 張春興(1994)。教育心理學。臺北市：東華。
- 張福壽(1995)。兒童參加珠心算補習班家長決策行為之研究(未出版碩士論文)。私立東吳大學，臺北市。
- 張中煖(1998)。幼兒舞蹈教學的探討。新竹師院兒童藝術教育學術研討會論文集(頁39-48)。新竹市：國立新竹教育大學。
- 張錦昌(2003)。舞蹈教師教學效能指標之研究(未出版碩士

- 論文)。國立臺灣體育運動大學，臺中市。
- 張春桂(2005)。國小學童課後補習狀況與家長決策行為之探討—以臺南市為例(未出版碩士論文)。國立臺南大學，臺南市。
- 張中煖(2007)。創造性舞蹈寶—打通九年一貫舞蹈教學之經脈。臺北市：國立臺北藝術大學。
- 張中煖(2008)。舞者·北藝大—給專業舞者的信。臺北市：國立臺北藝術大學。
- 張中煖(2008)。透過舞蹈的美感教育。教師天地，153，16-21。
- 黃郁宜(1984)。國中學生在學期間校外生活之研究(未出版碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 黃富順(1985)。成人的學習動機。高雄市：復文。
- 黃玉幸(1995)。家庭主婦參與非正規成人教育的動機與成效之研究(未出版碩士論文)。國立高雄師範大學，高雄市。
- 黃金柱(2002)。孩童身體活動參與的內在動機策略。研習資訊，19(4)，55-61。
- 黃鴻斌(2003)。健康體適能俱樂部會員參與動機、顧客滿意度及忠誠關性之研究-以金牌健康體適能俱樂部為例(未出版碩士論文)。私立南華大學，嘉義縣。
- 黃靄嘉(2010)。舞蹈學習消費行為、生活型態研究:以創市

- 際同源資料為例（未出版碩士論文）。私立世新大學，臺北市。
- 邱定雄（2001）。國小學生課後安親班服務市場消費行為之研究（未出版碩士論文）。私立大葉大學，彰化縣。
- 楊智強（2002）。國小學童對參與舞蹈運動之消費行為研究—以高雄市為例（未出版碩士論文）。國立臺灣體育運動大學，臺中市。
- 熊云（2010）。國標舞的美學價值。藝術評論，11，109~110。
- 葉雅馨（1989）。校外才藝補習教育與學齡兒童學業成就，創造力、自我概念及同儕關係之相關研（未出版碩士論文）。私立文化大學，臺北市。
- 葉智魁（1995）。工作與休閒—提昇生活素質的反省。戶外遊憩研究，8（2），31-46。
- 穆錦雯（1982）。臺北市兒童生活現況之調查研究（未出版碩士論文）。私立文化大學，臺北市。
- 簡美姿（2002）。我國國中舞蹈班學生就讀動機與學習滿意度之研究（未出版碩士論文）。國立臺灣體育運動大學，臺中市。
- 戴遐齡、洪乙仁（2006）。舞藝舞蹈補習班消費行為模式—徑路分析之研究。臺北市立教育大學學報，37，85-112。
- 盧俊宏（1995）：運動心理學。臺北：師大書苑。

- 陳學錦（2001）。舞蹈才藝班消費者行為之研究—以臺中市綿綿舞蹈班為例（未出版碩士論文）。國立臺灣體育運動大學，臺中市。
- 陳雅玟（2002）。大臺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）。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 陳冠伶（2010）。舞蹈系學生「專業課程需求」與畢業生「就業狀況」之相關探討—以一所大學舞蹈系為例（未出版碩士論文）。國立臺灣體育運動大學，臺中市。
- 劉子利（2000）。臺灣休閒教育初探。國立臺灣師範大學社會教育學系社會教育學刊，29，221-247。
- 劉子利（2001）。休閒教育的歷史發展。國立臺灣師範大學社會教育學系社會教育學刊，30，177-202。
- 魏錫鈴（1999）。行動電話消費者購買行為及其市場區隔之研究—以北部地區居民為例（未出版碩士論文）。國立交通大學，新竹市。
- 袁一如（2004）。兒童補教產業之市場區隔與購買行為（未出版碩士論文）。國立成功大學企，臺南市。
- 謝效昭（1987）。大臺北地區兒童才藝班之消費行為研究（未出版碩士論文）。國立政治大學，臺北市。
- 謝文真（2001）。公務人員休閒態度之研究—以臺北地區為例

(未出版碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。

鄒碧鶴、沈蓉娟(2008)。臺南地區女性消費者對休閒舞蹈課程需求之調查研究。真理大學運動知識學報，5，185-199。

戴君安(2004)。全球化時代的高等舞蹈教育改革。臺南女院學報，23，317-385。

藍雲瑾(1998)。樂趣化舞蹈教學活動設計。國民體育季刊，27，7-19。

## 英文部分

- Anderson, R. E. ( 1973 ) , *Consumer Dissatisfaction: The effect of Disconfirmed Expectancy on Perceived Product Performance*, *Journal of Marketing Research*, Vol. 10, pp.38-44.
- Aristotle ( 1981 ). *Politics*. London, England: Penguin Group.  
Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. ( 1986 ) .  
Consumer behavior. Fourth Worth: Dryden Press.
- Anderson, E. W., C. Fornell, and D. Lehmann ( 1994 ) .  
“Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability:  
Findings from Sweden.” *Journal of Marketing* 58, July :  
53-66.
- Churchill, G. A. Jr., & Surprenant, C. ( 1982 ) . An investigation  
into the determinants of consumer satisfaction. *Journal of  
Marketing Research* 19. 491~504.
- Festinger, L. ( 1957 ) . *A theory of cognitive dissonance*. Stanford,  
C.A. Stanford University Press.
- Kotler, P. ( 1976 ) . *Marketing Management, Analysis,  
Planning and Controls*. NJ: Prentice-Hall.
- Kelly, J. R. ( 1987 ) . *Freedom to be: A new sociology of  
leisure*. NY: Macmillan.
- Kelly, J.R. ( 1990 ) . *Leisure Englewood Cliff*. ( 2nd Ed. ) .  
NJ: Prentice Hall.
- Kelly, J. R., & Godbey, G. ( 1992 ) . *The Sociology of Leisure*.  
PA: Venture Publishing State College.
- Parker, S. ( 1976 ) . *The sociology of leisure*. London, England:  
George Allen & Unwin.

Oliver, R. L. and W. S. Desarbo ( 1988 ) , “Response determinants in satisfaction judgements,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 20, pp.418-430.

Sessoms, H. D. & Karla, A. H. ( 1994 ). *Introduction to leisure service*. PA: State College.

網路資料

( 新北市政府教育局社會教育科〔社教科〕，2002 )。

<http://163.20.154.245/111/new/index06.php>

附件一

專家效度表

親愛的專家您好：

本問卷旨在瞭解臺中市民眾參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之研究，以提供後續者及相關單位之參考依據。

今寄上研究的問卷初稿，期望藉由您豐富的專業知識及實務經驗，懇請撥冗惠予修正，相信本問卷在您的協助與指導之下，必能使問卷更具有效度，增加本研究之價值性與參考性。您的意見非常寶貴，對本研究提供莫大貢獻，感謝您的支持，多蒙協助，不勝感激。

敬祝

教安

國立臺灣體育運動大學舞蹈學系研究所理論組

研究生：劉怡文 敬上

聯絡電話：0911-125572

E-mail：ting760503@gmail.com

中華民國 一 百 年 十 一 月

附件二

臺中市市民參與舞蹈補習班動機、消費者行為及滿意度之研究問卷

你好：

非常感謝您撥空填寫此份問卷，本問卷主要目的在瞭解您對舞蹈補習班參與動機與選擇課程類別所產生的效益，期盼藉由您的協助來使研究順利進行，希望透過本次研究能提供後續讀者及相關單位之參考資料。

本問卷並非測驗，答案也無分對錯，所有問題均為匿名作答，資料均將完全保密，並僅供學術研究及統計分析之用，您不必擔心個人資料或意見曝光，敬請您放心填答。問卷填妥後，請交回聯絡人，衷心期盼您的支持與協助，感謝您！

※若您對本問卷有任何問題或建議，請隨時與我們聯絡。

(聯絡電話：0911-125-572, E-mail: bettergirls@hotmail.com)

敬祝 身體健康、萬事如意！

國立臺灣體育運動大學體育舞蹈學系碩士班

指導教授：羅雅柔 博士

研究生：劉怡文 敬上

一、個人基本資料

1.性別：男 女

2.職業：學生 上班族 公教人員 家庭主婦(夫)

其他(工、商)

3.學舞年齡：1-5年 6-10年 11-15年 16年~20年

4.購買舞蹈課程種類數量：1項舞蹈課程 2項舞蹈課程

3 項舞蹈課程  4 項舞蹈課程

5. 薪資所得 / 零用錢： 10,000 / 月以下  
 20,000~35,000 / 月  
 36,000~45,000 / 月  
 46,000~55,000 / 月  
 60,000 / 月以上

二、參與動機 依據實際的參與動機圈選數字，數字越大 表示認同越高		非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非常 不 同 意
※	滿足成就需求					
1.	我參與舞蹈課程是出於自我興趣	5	4	3	2	1
2.	我參與舞蹈課程是滿足學習慾	5	4	3	2	1
3.	我參與舞蹈課程讓我感到愉悅	5	4	3	2	1
4.	我參與舞蹈課程出自於實現自己的理想	5	4	3	2	1
5.	我參與舞蹈課程是為了自我成就感	5	4	3	2	1
※	社會性需求					
6.	因為欣賞知名舞團演出，所以我參與	5	4	3	2	1

	舞蹈課程					
7.	因為我的親朋好友有習舞，所以我參與舞蹈課程	5	4	3	2	1
8.	因為家長的安排，所以我參與舞蹈課程	5	4	3	2	1
9.	因為同儕大力推薦，所以我參與舞蹈課程	5	4	3	2	1
10.	因為社會潮流的影響，所以我參與舞蹈課程	5	4	3	2	1
※	促進身體健康					
11.	我參與舞蹈課程是為了增加健康體能	5	4	3	2	1
12.	我參與舞蹈課程是為了增進社交機會	5	4	3	2	1
13.	我參與舞蹈課程是為了身材形體之美	5	4	3	2	1
14.	我參與舞蹈課程是為了運動健身	5	4	3	2	1
15.	我參與舞蹈課程是為了紓解壓力	5	4	3	2	1
三、消費者行為 依據實際的消費習慣圈選數字，數字越大表示認同越高		非常同意	有點同意	同意	有點不同意	非常不同意
※	價格考量					
1.	會規劃每月部分薪水做為才藝學習開銷	5	4	3	2	1
2.	參與舞蹈課程學費的優惠方案，會有吸引力	5	4	3	2	1
3.	參與舞蹈課程而贈送禮品，會有吸引力	5	4	3	2	1
4.	參與舞蹈課程學費分期付款會有吸引力	5	4	3	2	1
5.	參與舞蹈課程贈送他類舞蹈課程會有吸引力	5	4	3	2	1

※	身心因素					
6.	欣賞喜愛舞蹈演出	5	4	3	2	1
7.	因為我的家人（兒女），喜歡舞蹈	5	4	3	2	1
8.	對舞蹈有憧憬，所以參與舞蹈課程	5	4	3	2	1
9.	享受在舞蹈學習的過程	5	4	3	2	1
10.	因為個性活潑好動，所以參與舞蹈課程	5	4	3	2	1
※	舞蹈課程類型					
11.	我喜歡參與民族舞蹈課程	5	4	3	2	1
12.	我喜歡參與芭蕾舞課程	5	4	3	2	1
13.	我喜歡參與現代舞蹈課程	5	4	3	2	1
14.	我喜歡參與流行街舞、踢踏舞蹈課程	5	4	3	2	1
15.	我喜歡參與有氧舞蹈、瑜珈舞蹈課程	5	4	3	2	1
四、學習滿意度 依據實際的行銷手法圈選數字，數字越大表示認同越高		非常 同意	有 點 同 意	同 意	有 點 不 同 意	非 常 不 同 意
※	舞蹈班提供的服務					
1.	行政人員能提供我所需的相關諮詢服務	5	4	3	2	1
2.	行政人員態度親切、誠懇	5	4	3	2	1
3.	我對舞蹈補習班上課地點感到滿意	5	4	3	2	1
4.	我對舞蹈補習班教室空間感到滿意	5	4	3	2	1

5.	我對舞蹈補習班的設備感到滿意	5	4	3	2	1
※	教師專業教學能力					
6.	老師的專業知識豐富	5	4	3	2	1
7.	老師的教學態度積極認真	5	4	3	2	1
8.	老師的授課內容很有趣	5	4	3	2	1
9.	老師們能學術啟發我舞蹈創作的能 力	5	4	3	2	1
10.	我與老師們在課堂上有良好的互動 與討論	5	4	3	2	1
※	課程內容					
11.	舞蹈補習班課程內容豐富	5	4	3	2	1
12.	舞蹈補習班課程內容很能引起我的 興趣	5	4	3	2	1
13.	舞蹈補習班課程內容能結合專業與 休閒舞蹈課程	5	4	3	2	1
14.	舞蹈補習班課程內容對我的未來學 業有幫助	5	4	3	2	1
15.	舞蹈補習班課程內容能符合社會需 求	5	4	3	2	1
※	學習效益					
16.	舞蹈補習班的學習可以增加自己的 社會競爭力	5	4	3	2	1
17.	舞蹈補習班的學習可以增進未來工 作或就業之能力	5	4	3	2	1
18.	舞蹈補習班的學習可以幫助我在表 達能力上的進步	5	4	3	2	1
19.	舞蹈補習班的學習可以讓自己的思	5	4	3	2	1

	緒更有條理					
20.	舞蹈補習班的學習可以啟發更多的 創造力	5	4	3	2	1

