

南華大學管理學院文化創意事業管理學系

碩士論文

Department of Cultural & Creative Enterprise Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

以 AHP 分析法探討家長選擇補習班考量因素之研究—

以嘉義市某補習班為例

A Study on the Consideration Factors of Parents' Choice of Cram

School Selection Using AHP Analysis Method

--Taking a Cram School in Chiayi City as an Example

蕭仁如

Ren-Ru Hsiao

指導教授：黃昱凱 博士

Advisor: Yu-Kai Huang, Ph.D.

中華民國 109 年 6 月

June 2020

南華大學

文化創意事業管理學系

碩士學位論文

以 AHP 分析法探討家長選擇補習班考量因素之研究—以
嘉義市某補習班為例

A Study on the Consideration Factors of Parents' Choice of
Cram School Selection Using AHP Analysis Method
--Taking a Cram School in Chiayi City as an Example

研究生：蕭仁如

經考試合格特此證明

口試委員：邱素媛

胡宗仁

黃昱凱

指導教授：黃昱凱

系主任(所長)：

口試日期：中華民國 109 年 05 月 31 日

中文摘要

社會出現了少子化現象、短期文理補習班未隨少子化因素而減少數量、補教業總平均薪資最低，對補習班而言，意味著需要面對僧多粥少招生不易的情況，也造成補教市場同業相對競爭，各家補習無不使出渾身解數，想盡辦法規劃招生策略，甚至殺價競爭，除了怕教學品質受到影響外，補習班經營者擬定對的經營策略方向，也成為經營補習班重要的課題。本文以嘉義市某補習班為例，探討學生之家長選擇補習班考量的因素，經相關文獻探討，將家長許多的選擇補習班考量因素建構層級架構關係，並建構出影響家長選擇補習班考量的四大構面，分別是「補習班口碑」、「補習班師資」、「補習班課程」、「補習班環境」，以及各構面的各項評估指標共十六項。經由專家問卷的發放與資料分析後，發現家長選擇補習班的考量因素重要性依序分別是「補習班師資」、「補習班課程」、「補習班口碑」、「補習班環境」。至於在十六項評估項目準則中，依其重要度的優先順序前六名為「授課方式」、「教學資歷」、「講義內容」、「課後輔導」、「成績進步」、「安全立案」。本研究家長問卷之分析進行探討，再與補習班老師經營者問卷之分析相對比較結果，將提供給補習班經營者，作為擬定經營策略，有助於補習班招生。

關鍵詞：補習班、少子化、成功關鍵因素、層級分析法

英文摘要

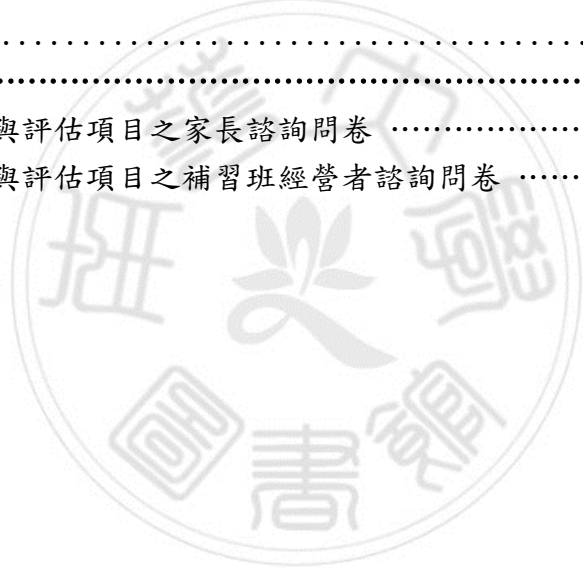
The children are getting fewer and fewer in society, but the number of cram schools has not decreased. For cram schools, enrollment is not easy, and the cram school market is highly competitive. Everyone in company has to make all-out effort of enrollment methods, even price-cutting competition. For cram school operators, it is an important topics to formulate enrollment strategies and maintain teaching quality. The article took a cram school in Chiayi City as an example to explore the consideration factors that parents are faced when choosing cram schools. After some investigation of relevant literature this paper constructed a hierarchical structural relation of parents' complex school-selection considerations and constructed four major aspects that influenced the decision-making factors of parents' cram school choices. They are "word of mouth", "teachers", "courses", and "environment", plus a total of 16 evaluation indicators for various aspects. After the issuance of the expert questionnaires, and the data analysis results, it was found that when parents are choosing the cram school, the importance of the considerations they placed are respectively in the order of "teachers", "courses", "word of mouth", and "environment". As for the sixteen assessment criteria, the top six in order of importance were "the way to teach", "teaching experiences", "handout", "after school tutoring", "performance improvement", and "safe filling". The results of this study will serve as a reference for cram school management, to assist them in marketing and business strategies.

Keywords: Chain Cramschool, low fertility rate, critical success factor, hierarchical analysis method

目 錄

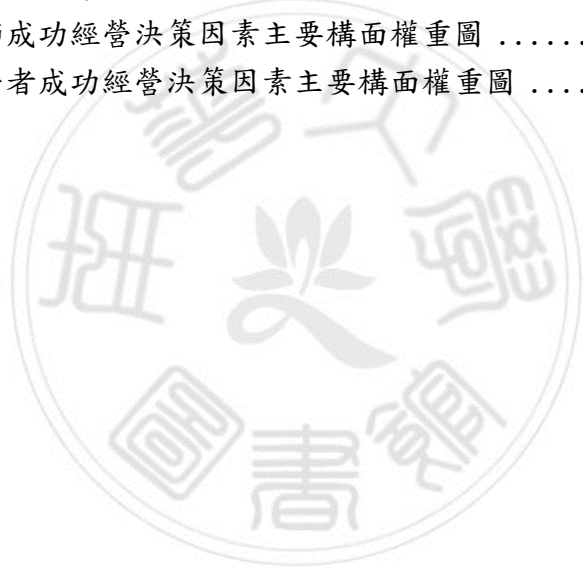
中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
目 錄.....	iii
圖目錄.....	v
表目錄.....	vi
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	5
1.3 研究流程.....	6
1.4 名詞解釋.....	7
1.5 研究範圍與限制.....	9
第二章 文獻探討	10
2.1 補習班.....	10
2.1.1 補習班類別.....	10
2.1.2 補習班歷史發展.....	11
2.1.3 補習班現況.....	14
2.2 補習班經營.....	17
2.2.1 補習班品牌形象.....	17
2.2.2 補習班口碑知名度.....	23
2.3 家長選擇補習班考量因素之相關研究.....	25
2.4 補習班成功經營決策因素之相關研究.....	32
2.5 層級分析法.....	37
第三章 研究方法	44
3.1 研究架構.....	44
3.1.1 建構家長選擇補習班考量因素之構面.....	44
3.1.2 設計專家問卷內容.....	45
3.2 研究對象.....	48
3.3 研究工具與實施.....	49
3.4 資料處理與分析.....	50
第四章 研究分析與討論	51
4.1 研究樣本背景描述.....	51
4.2 專家問卷檢定與分析.....	56
4.2.1 一致性檢定表.....	56
4.2.2 主構面權重分析.....	57
4.2.3 評估項目權重分析.....	58

4.3 選擇補習班考量因素結果整體排序與討論	66
4.3.1 問卷調查結果分析	66
4.3.2 選擇補習班考量及經營補習班決策因素整體排序	81
4.3.3 綜合討論	91
第五章 結論與建議	94
5.1 結論	94
5.1.1 主要構面之權重排序	94
5.1.2 評估項目之權重排序	95
5.2 建議	96
5.2.1 對某補習班經營策略建議	96
5.2.2 對後續研究之建議	98
參考文獻	100
壹、中文部分	100
貳、英文部分	104
附錄	106
附錄一：層級架構與評估項目之家長諮詢問卷	106
附錄二：層級架構與評估項目之補習班經營者諮詢問卷	114



圖目錄

圖 1.1 全國補習班最近十五年成長統計圖表	4
圖 1.2 全國文理類補習班最近十五年成長統計圖表	4
圖 1.3 研究流程圖	7
圖 2.1 典型層級架構圖	39
圖 3.1 本研究之評估項目層級架構圖	49
圖 4.1 家長選擇補習班考量因素評估項目權重長條圖	88
圖 4.2 補習班老師成功經營決策因素評估項目權重長條圖	89
圖 4.3 補習班經營者成功經營決策因素評估項目權重長條圖	90
圖 5.1 家長選擇補習班考量因素主要構面權重圖	94
圖 5.2 補習班老師成功經營決策因素主要構面權重圖	95
圖 5.3 補習班經營者成功經營決策因素主要構面權重圖	95



表目錄

表 1.1	民國 68-108 年全國新生兒出生登記數變化趨勢	3
表 1.2	各行各業總薪資平均	5
表 2.1	補教業發展重要記事	13
表 2.2	品牌定義	18
表 2.3	企業形象定義	20
表 2.4	品牌形象定義	21
表 2.5	口碑定義	23
表 2.6	家長選擇補習班考量因素各學者研究摘要表	28
表 2.7	補習班成功經營決策因素各學者研究摘要表	34
表 2.8	進行層級分析九個基本假設	38
表 2.9	AHP 評估尺度意義及說明	40
表 2.10	隨機指標表	43
表 3.1	評估項目建構表	47
表 3.2	問卷調查的對象和人數	48
表 4.1	嘉義市某補習班家長基本資料統計表	51
表 4.2	嘉義市某補習班老師基本資料統計表	53
表 4.3	嘉義市某補習班經營者基本資料統計表	55
表 4.4	層級分析補習班家長問卷一致性檢定表	56
表 4.5	層級分析補習班老師問卷一致性檢定表	56
表 4.6	層級分析補習班經營者問卷一致性檢定表	57
表 4.7	層級分析補習班家長問卷—主構面分析	57
表 4.8	層級分析補習班老師問卷—主構面分析	57
表 4.9	層級分析補習班經營者問卷—主構面分析	58
表 4.10	層級分析補習班家長問卷—「補習班口碑」評估項目分析	58
表 4.11	層級分析補習班家長問卷—「補習班師資」評估項目分析	59
表 4.12	層級分析補習班家長問卷—「補習班課程」評估項目分析	59
表 4.13	層級分析補習班家長問卷—「補習班設備」評估項目分析	59
表 4.14	層級分析補習班老師問卷—「補習班口碑」評估項目分析	60
表 4.15	層級分析補習班老師問卷—「補習班師資」評估項目分析	60
表 4.16	層級分析補習班老師問卷—「補習班課程」評估項目分析	60
表 4.17	層級分析補習班老師問卷—「補習班設備」評估項目分析	61
表 4.18	層級分析補習班經營者問卷—「補習班口碑」評估項目分析	61
表 4.19	層級分析補習班經營者問卷—「補習班師資」評估項目分析	61
表 4.20	層級分析補習班經營者問卷—「補習班課程」評估項目分析	62
表 4.21	層級分析補習班經營者問卷—「補習班設備」評估項目分析	62

表 4.22	層級分析家長問卷—評估項目權重表	63
表 4.23	層級分析補習班老師問卷—評估項目權重表	64
表 4.24	層級分析補習班經營者問卷—評估項目權重表	65
表 4.25	層級分析家長問卷—主構面權重排序與雷達圖	66
表 4.26	層級分析補習班老師問卷—主構面權重排序與雷達圖	67
表 4.27	層級分析補習班經營者問卷—主構面權重排序與雷達圖	68
表 4.28	「補習班口碑」家長問卷評估項目排序與雷達圖	69
表 4.29	「補習班口碑」補習班老師問卷評估項目排序與雷達圖	70
表 4.30	「補習班口碑」補習班經營者問卷評估項目排序與雷達圖	71
表 4.31	「補習班師資」家長問卷評估項目排序與雷達圖	72
表 4.32	「補習班師資」補習班老師問卷評估項目排序與雷達圖	73
表 4.33	「補習班師資」補習班經營者問卷評估項目排序與雷達圖	74
表 4.34	「補習班課程」家長問卷評估項目排序與雷達圖	75
表 4.35	「補習班課程」補習班老師問卷評估項目排序與雷達圖	76
表 4.36	「補習班課程」補習班經營者問卷評估項目排序與雷達圖	77
表 4.37	「補習班環境」家長問卷評估項目排序與雷達圖	78
表 4.38	「補習班環境」補習班老師問卷評估項目排序與雷達圖	79
表 4.39	「補習班環境」補習班經營者問卷評估項目排序與雷達圖	80
表 4.40	影響家長選擇補習班考量因素構面和評估項目整體權重分析表與雷達圖	81
表 4.41	影響家長選擇補習班考量因素之研究權重累計表	82
表 4.42	補習班老師成功經營決策因素問卷構面和評估項目整體權重分析表與雷達圖	83
表 4.43	補習班老師成功經營決策因素之研究權重累計表	84
表 4.44	補習班經營者成功經營決策因素問卷構面和評估項目整體權重分析表與雷達圖	85
表 4.45	補習班經營者成功經營決策因素問卷之研究權重累計表	86

第一章 緒論

根據內政部統計歷年的新生兒出生數，很明顯的可以觀察到，人口出生數逐年減少，造成少子化，直接影響到台灣的教育市場，除了各級學校招收新生人數不足而造成減班；同樣的情況在補習班，由早期班級人數動不動就 2、3 百人，甚至名師級品牌的補習班，班級人數更多，如今在新生兒出生數逐年減少影響下，補習班以前的興盛風光已不復見，隨著新生兒人數減少，補習班數量並沒有因此而減少，文理類補習班更是逐年增加，加上各級學校大量減班造成超額教師，紛紛轉戰加入補教業，補習班經營越來越激烈困難。補習班互相競爭面對同業的挑戰，要如何擬訂策略及方法，如何有效掌握對的經營方向，如何了解學生家長對補習班的真正需求，如何提高讓其子女前來入班意願，願意花錢前來就讀，這正是補習班經營者需面對的課題。本章敘述本研究之背景與動機、研究目的、研究流程、名詞釋義、研究範圍與限制等五小節。

1.1 研究背景與動機

根據中華民國內政部戶政司全球資訊網-人口統計資料，全國新生兒出生登記數從民國 68 年 42.4 萬人，減少到民國 108 年 17.7 萬人，最近十七年新生兒出生平均數（92~108 學年度）約為 20.1 萬人，其中民國 99 年因逢虎年，出生數降至 16.6 萬人為低點，民國 101 年則因龍年效應，達到 22.9 萬人則為高點，由此可以明確觀察到新生兒出生數減少，兒少子化趨勢影響，造成就學人口降低，已開始在各教育階段發酵，國中、小學校班級數已出現減班、學校學生招收不足現象，也因此衝擊了整個補教業，讓補教業者招生率情況愈來愈壞，如表 1-1。

補習班教育是社會教育的一個環節，在台灣地區補習教育的實施以補習班的型態最為常見(翁景德，2009)。依照教育部 2020 年直轄市及各縣市短期補習班資訊管理系統全國補習班與文理類補習班成長統計圖表顯示，最近十五年全國補習班數量從民國 95 年 15867 家，截至目前民國 109 年 2 月現有合法立案

為 17318 家，補習班數量並沒有減少；立案文理類補習班民國 95 年有 8445 家，民國 109 年 2 月合法立案有 11167 家，比較最近十五年增加了 2722 家，增加約 32%，近幾年數量持續維持高檔，如圖 1-1、圖 1-2。隨著出生率降低，升學主義的興盛，家長更不希望自己的小孩輸在起跑點上，因此包括家教、才藝班，都是家長願意投資的項目，發展無窮潛力(元世忠，2009)。臺灣社會的生育率逐年降低，進而造成家長對子女的期望升高，致使兒童文教機構的市場需求增加(陳健治、蘇慧萍、張冠楨，2009)。觀察少子化造成了就學人口降低，但是補習班數量不減反增，表示補教業相對競爭，招生越來越艱鉅。

出生率降低，現代爸爸媽媽生的少、每一個孩子都是寶貝，望子成龍、望女成鳳，加上升學主義掛帥、雙薪家庭因素，在學校聽不懂還不會的，課後補習繼續加強，同時在學校學習成績優異的，課後還是補習持續超前學習，學習課外資優教材，只要是學校無法滿足，放學後一律補習班報到，造成補習班迅速增加；另一方面，補教業進入門檻低，補習班從業人員快速增加，經營者紛紛成立補習班。然而，補教業面對少子化帶來的影響，招生越來越不容易，同時補習班不減反增，在僧多粥少情況下，補習班相對競爭者多，在補教市場裏不容易生存。108 年行政院主計處公布薪資統計，在各行各業總薪資平均以銀行業 10 萬 4934 元最高，航空運輸業 9 萬 7545 元居次，電力及燃氣供應業 9 萬 6110 元排名的第 3；墊底的分別是餐飲業 3 萬 4199 元較低，美髮及美容美體業為 2 萬 9625 元，最低教育業(不含公私立學校)2 萬 6971 元，如表 1-2。補教市場補習班競爭者多，在各行各業中總薪資平均最低，所以補習班要找到經營成功關鍵決策，對的經營方向，配合市場的導向，滿足學生家長的需求，才能永續經營，提高補習班營業利潤。

本研究背景為嘉義市的文理短期補習班，在少子化的情況下，就學人口降低，這段時期各階段學校開始減班，也衝擊到補習班的招生率，補習班一個課程學生數從早期動不動就上百人同時上課，經過上述時期，到現在一個班同時上課有五、六十人已是名師級的講師了，而現在普遍一個團班都是一、二十人居多，小型補習班一個團班則為十人以下，再加上補習班數量沒有減少，面對同業競爭挑戰，補習班要是沒有順應時勢變化、配合市場的需求、取得家長的

認同，便會在補教市場漸漸沒落，造成補習班經營困難、結束營運；研究動機即為探討瞭解學生家長選擇補習班考量的關鍵因素為何，另一方面也探討補習班成功經營關鍵決策項目為何，家長屬於消費者，補習班業者屬於經營者，比較討論消費者考量因素與經營者著重決策項目因素有無不同，進一步提出對的經營方向、行銷方式及經營策略，讓補習班經營者有效掌握經營模式，得到消費者信任度，提升消費者滿意度，在補教市場上能夠永續經營。

表 1-1 民國 68-108 年全國新生兒出生登記數變化趨勢

出生數按性別及粗出生率									
按登記日期統計								全國(登記)	
年 別	出 生 數 (人)			年 別	出 生 數 (人)				
	男	女	合計		男	女	合計		
民國68年	1979	424,034	民國89年	2000	159,726	145,586	305,312
民國69年	1980	213,205	200,676	413,881	民國90年	2001	135,596	124,758	260,354
民國70年	1981	213,948	200,121	414,069	民國91年	2002	129,537	117,993	247,530
民國71年	1982	209,457	195,806	405,263	民國92年	2003	118,984	108,086	227,070
民國72年	1983	198,240	185,199	383,439	民國93年	2004	113,639	102,780	216,419
民國73年	1984	192,034	178,974	371,008	民國94年	2005	107,378	98,476	205,854
民國74年	1985	178,336	167,872	346,208	民國95年	2006	106,936	97,523	204,459
民國75年	1986	160,226	149,004	309,230	民國96年	2007	106,898	97,516	204,414
民國76年	1987	163,331	150,693	314,024	民國97年	2008	103,937	94,796	198,733
民國77年	1988	177,687	164,344	342,031	民國98年	2009	99,492	91,818	191,310
民國78年	1989	164,147	151,152	315,299	民國99年	2010	87,213	79,673	166,886
民國79年	1990	176,029	159,589	335,618	民國100年	2011	101,943	94,684	196,627
民國80年	1991	168,865	153,067	321,932	民國101年	2012	118,848	110,633	229,481
民國81年	1992	168,488	153,144	321,632	民國102年	2013	103,120	95,993	199,113
民國82年	1993	169,486	156,127	325,613	民國103年	2014	108,817	101,566	210,383
民國83年	1994	168,444	154,494	322,938	民國104年	2015	111,041	102,557	213,598
民國84年	1995	171,118	158,463	329,581	民國105年	2016	108,133	100,307	208,440
民國85年	1996	169,484	156,061	325,545	民國106年	2017	100,477	93,367	193,844
民國86年	1997	170,047	155,955	326,002	民國107年	2018	93,876	87,725	181,601
民國87年	1998	141,462	129,988	271,450	民國108年	2019	92,237	85,530	177,767
民國88年	1999	148,042	135,619	283,661					

內政部戶政司編製

資料來源：內政部戶政司全球資訊網 - 人口統計資料 109 年 3 月 2 日

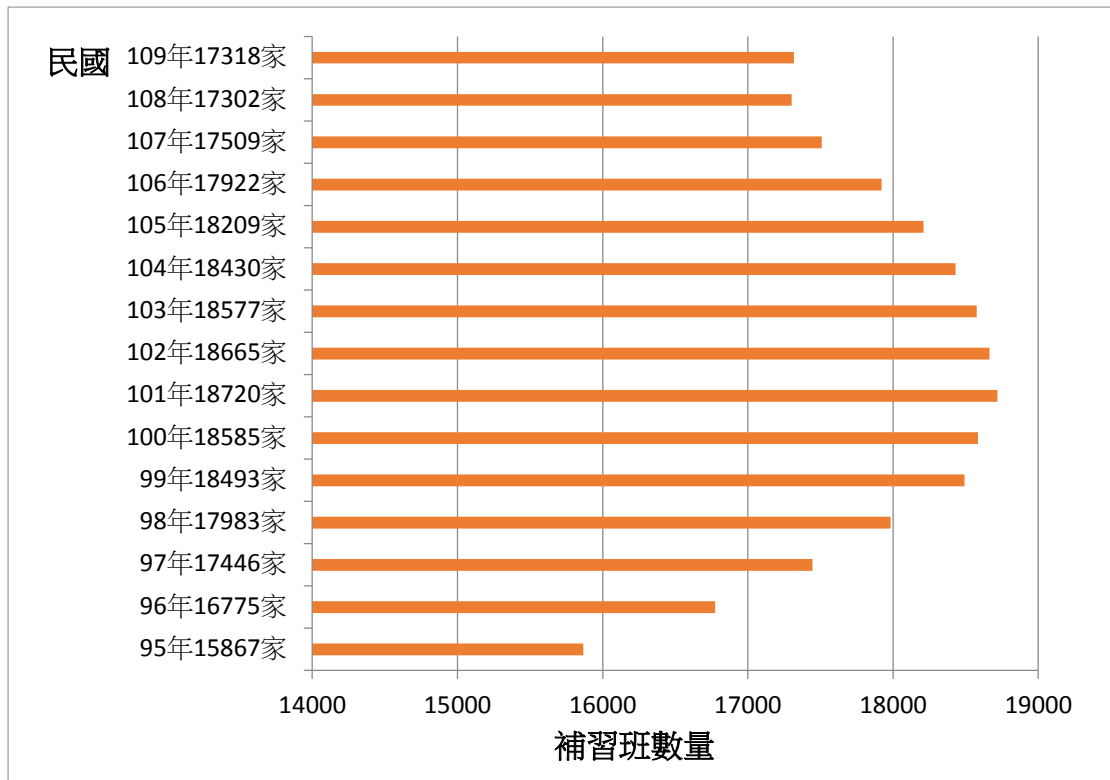


圖 1.1 全國補習班最近十五年成長統計圖表

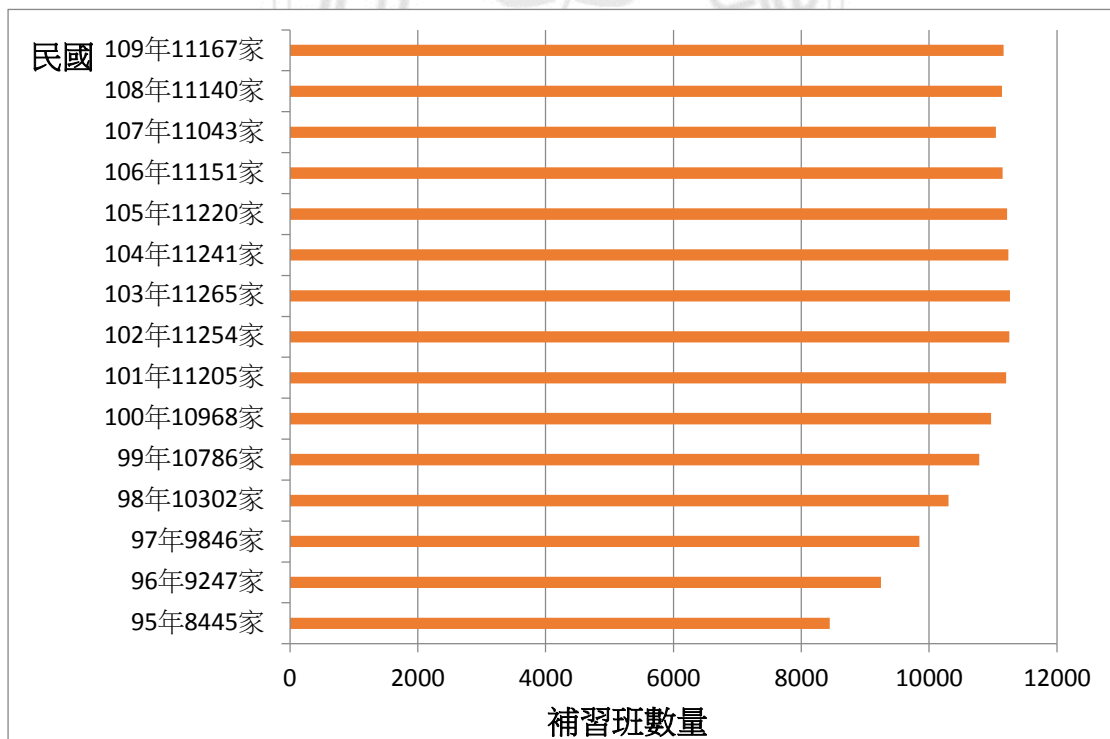


圖 1.2 全國文理類補習班最近十五年成長統計圖表

表 1-2 各行各業總薪資平均

		受僱員工每人每月總薪資－按行業分					單位：元
年 月 別		103年平均	104年平均	105年平均	106年平均	107年平均	108年平均
工業	礦業及土石採取業	54093	57198	55425	55098	56288	57360
	製造業	47018	48713	49162	50678	52948	53740
	電力及燃氣供應業	94111	96595	94453	94730	96054	96110
	用水供應及污染整治業	44919	44357	43216	44286	45319	45836
	營建工程業	43251	43346	42839	42506	43645	44862
服務業	批發及零售業	44377	45422	45345	47260	49798	51439
	運輸及倉儲業	50291	51579	52540	53314	54994	55525
	住宿及餐飲業	31676	32508	32498	33406	34077	34731
	出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	66386	66595	67749	69196	69909	72160
	金融及保險業	83085	84742	85452	86425	89215	93074
	不動產業	44786	44075	42897	44893	47658	50413
	專業、科學及技術服務業	55491	56132	56427	57585	58773	61272
	支援服務業	34689	35451	35855	36178	37133	37603
	教育業(不含各級公立學校等)	24226	24304	24876	25288	26033	26971
	醫療保健業	61298	64100	65236	65681	67014	68492
	藝術、娛樂及休閒服務業	35829	36184	36821	37535	38742	39520
其他服務業	34491	33901	33497	33860	34966	35583	

資料來源：108 年行政院主計處公布薪資統計 109 年 3 月 2 日

1.2 研究目的

本研究以嘉義市某補習班學生家長與從事補習班工作者為研究對象，探討學生家長選擇補習班考量因素及補教業者經營補習班著重決策因素有無差異性，經過彙整文獻資料設計問卷內容，藉由問卷調查方式進行資料蒐集，再運用 AHP 層級分析法，了解學生家長對補習班口碑知名度、師資教材、課程規劃及環境設備等相關因素看法之權重關係；同時也了解補習班經營者在營運上對補習班口碑、師資、課程及環境，所著重項目之權重關係，並將兩者構面依權重各自排序，然後一起比較學生家長考量因素與補習班經營者著重決策項目先後順序有無差異，可以提供給補習班經營者作為經營方向、營運策略，在相

對競爭的補教市場，維持競爭優勢，創造補習班的特色，獲得學生家長的信任度，提升補習班知名度，以達到補習班永續經營，並提高經營獲利，研究目的整理如下：

- 一、探討學生家長選擇補習與補教業者經營補習班考量因素。
- 二、探討補習班學生家長選擇補習班考量因素權重。
- 三、探討補教業者成功經營補習班決策因素權重。

1.3 研究流程

研究者本身從事補教業工作，少子化趨勢導致就學人口縮減，各階段學校開始減班，產生教師超額問題，進而轉戰已相對競爭的補教市場，補教業競爭者變多，補習班招生率降低，不容易經營，營運獲利無法提高，使總薪資平均無法提高，在此背景而產生研究動機，也確定研究主題與研究目的，接著彙整補習班經營相關資料文獻，針對補習班成功經營關鍵因素、學生家長選擇補習班考量因素相關文獻探討，以瞭解補習班成功經營決策、學生家長選擇補習班考量之因素和研究分析的理論基礎；接著規劃研究架構和方法，整理相關補習班成功經營決策和學生家長選擇補習班考量之因素研究文獻，彙整出兩者所著重要素作為評估構面項目，運用 Saaty(1971)發展出來的層級分析法(Analytic Hierarchy Process, AHP)，利用各構面項目設計問卷，進行問卷調查，接著回收問卷，將問案資料歸納統計，以具體數值顯示各構面因素的相對重要性，得到各層級評估因素的權重，找出補習班成功經營要素，利用此分析數據作出研究結論與建議，提供補教市場經營補習班規畫參考以達永續經營，提高獲利。本研究整體研究流程如圖 1-3 所示：

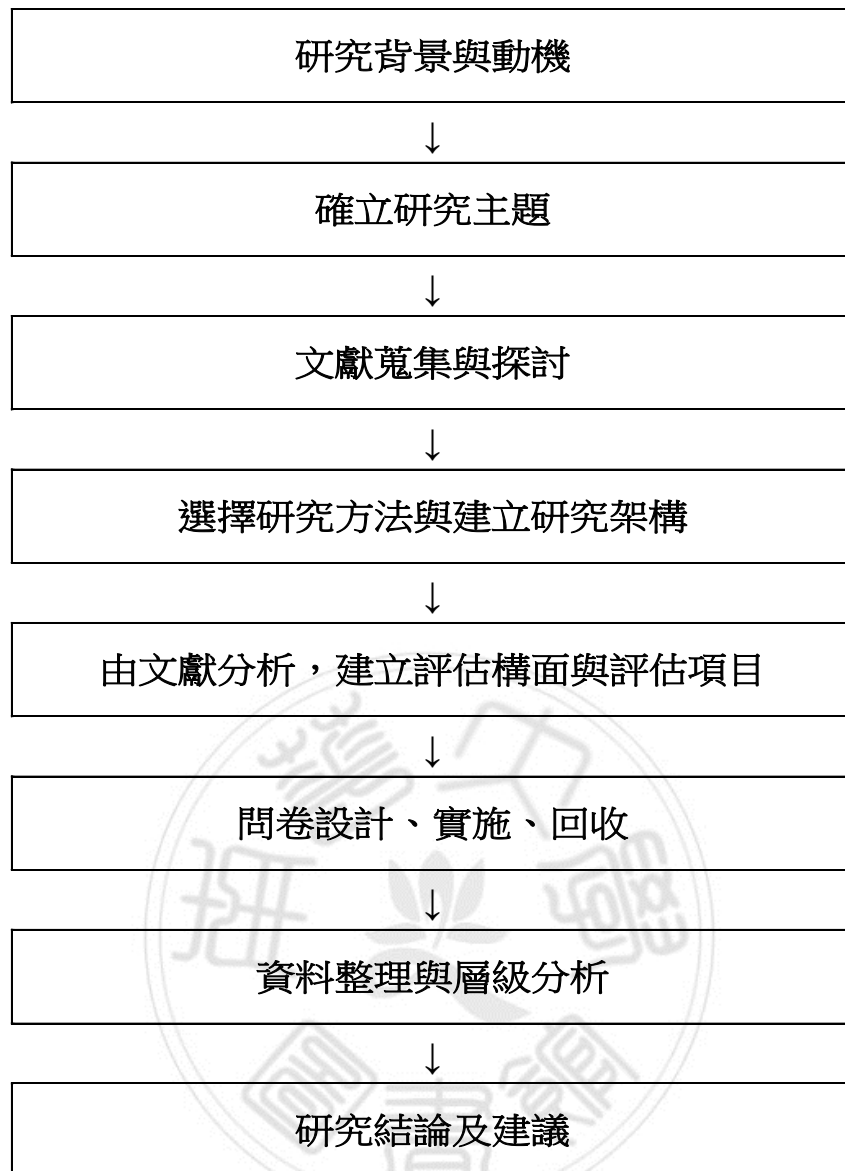


圖 1.3 研究流程圖

1.4 名詞解釋

一、補習班

依民國 107 年 2 月教育部最新修正短期補習班設立及管理準則，所稱短期補習班，指於固定場址，對外招生達五人以上，並收取費用，依第六條規定，學校、機關、團體或私人得依本準則及各直轄市、縣（市）補習班管理自治法規規定，申請設立補習班。

依教育部於民國 106 年 6 月最新修訂補習及進修教育法，第一條補習及進修教育，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，促進社會進步為目的，第三條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。第四條國民補習教育，由國民小學及國民中學附設國民補習學校實施之。第五條進修教育，由高級中等以上學校依需要附設進修學校實施之。第六條短期補習教育，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。本研究所探討的補教業是指文理短期補習班。

二、補習班學生家長

在本研究中係指十二年國民義務教育，就讀國小一至六年級與國中一至三年級學生，並於學校課後參加補習班教育學生的家長。

三、學生家長選擇補習班考量因素

補習班可以課後加強，補學校之不足，可以督促學生完成學校作業，減少親子間教學產生的摩擦，放學後可以幫忙雙薪家庭照顧孩子，減輕家長負擔，也可以讓學生超前學習，得到好成績；家長選擇補習班考量因素有補習班口碑知名度、授課師資、規劃課程、環境設備、交通便利等，學生家長考量上述因素而選擇一間適合自己需求補習班。

四、補習班成功經營決策

補習班在相對競爭的補教市場能存活下來，相信有一套成功經營關鍵決策，是能提供學生家長需求，以顧客為導向，進而提升學生家長滿意度，獲得家長們的信任，讓補習班得以永續經營。

五、總薪資平均

總薪資係指受僱員工每月經常性薪資（含本薪與按月給付之固定津貼及獎金）及非經常性薪資（含加班費、年終獎金、非按月發放之績效獎金與全勤獎

金等)之報酬總額，最後在平均換算每月所得；但不含雇主負擔或提撥之保險費、退休金與資遣費等非薪資報酬。

六、雙薪家庭因素

夫妻都在職場工作，工作時間往往與孩子放學休假無法配合，相處時間缺乏，影響到親子關係。

1.5 研究範圍與限制

本研究範圍和研究限制說明如下：

一、研究範圍

本研究對象為 108 學年度入學，就讀於國小一至六年級與國中一至三年級有參加嘉義市課後補習班國中、小學生的家長，以及嘉義市某三間文理短期補習班，從事補教業的補習班經營者、補習班資深教師。「家長」是指目前就讀於該校學生的父母，若父母不在身旁，以其法定監護人或祖父母為代表對象。

二、研究限制

本研究主要為探討學生家長選擇補習班考量因素及補習班成功經營決策因素權重關係，進一步比較有無落差，此研究結果可瞭解研究對象分別對重視的補習班口碑知名度、師資、課程規劃及環境設備，重要程度有無不一樣。探討區域以嘉義市為主，相較六都直轄市，嘉義市人口不多為南部縣轄市，會有城鄉差距存在，所以研究所探討內容以嘉義市補教業市場為主要，研究結果只能提供給條件接近的補習班參考，而不適合應用在其他縣市補習班。

第二章 文獻探討

補習班的類別很多，每個時代都有補習教育的存在，其名稱、意義和功能也有不同的地方。本研究以短期補習班文理類為探討對象，文理短期補習班是以升學為主，除了加強學校課業輔導，對跟不上學校進度學生實施補救教學，對於相對資優的學生，從小學階段開始實施加深加廣或超前學校課業，用來日後可以考取國小特殊班、國中資優班、明星高中及知名大學。研究者從補習班發展、補習班經營、家長選擇補習班考量因素、補習班成功經營決策、層級分析法文獻相關資料作探討。

2.1 補習班

依教育部於民國 106 年 6 月最新修訂補習及進修教育法，第三條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；第六條短期補習教育，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。嘉義市社會教育科於民國 101 年 5 月最新發布短期補習班設立及管理規則，第二十二條 補習班得設置之類科如下：一、技藝類：包括有關農、工、商、資訊、家政、藝術、運動等。二、文理類：包括升學文理、語文、歷史、地理、數學、生物、化學、物理、法政等。三、醫學類科及五術類不得設置。

2.1.1 補習班類別

補習班的類別，李盈縈(2017)認為近年來累積許多相關於學生參加課後補習班的研究，研究結果大致將補習班分為三大類，課後補習班、技藝補習班、安親班；課後補習班，又稱為文理補習班主要針對學校共同科目的基本課程，如國語、數學、自然、英文、社會等；技藝補習班為培養學生多元化的興趣與專長，提高往後的就業能力和專業實力，強化未來在社會上的競爭力，當然不只是學生才參加技藝補習班，近幾年來，連同許多就業人士或中高階經理人員

路報名並參加補習，因應不同職務性質，考取相關證照，例如電腦軟硬體認證及金融財務保險證照。

現在我們稱呼的安親班，在行政管理上它的名稱是課後照顧服務中心，簡稱課照中心，補習班、安親班、幼兒園三者的收托年齡、法源依據都不同，重點是安親班的活動範圍要比補習班來得大，平常看到的那些安親班，都是申請以補習班立案的。

依照何姿嫻(2008)將技藝補習班歸納為學術型才藝補習班及非學術型才藝補習班兩類；學術型才藝補習班，指的是奧林匹克數學、MPM 數學、奧林匹亞數學、全腦數學、公文式數學、珠心算、電腦、作文等，上述才藝是出現在國際(家)考試及公認比賽的；非學術型才藝班，包含美術類(繪畫、書法)、音樂類(聲樂、鋼琴、小提琴)、舞蹈類(芭蕾舞)、運動類(體操、柔術、游泳)、棋藝類(圍棋、西洋棋)，以上是學校正規課程以外的特定項目課程，皆屬需付費學習的補習教育課程。

在工作大贏家(2005)文章中提到，狹義之補習班的定義，則是指以升學為目的的升學文理補習班，可約略區分為升高中補習班、升大學補習班、升四技二專補習班及家教班等四類。

補習班種類眾多、範圍甚廣，由上述得知補習班有依照類型、科別、性質及各階段升學班別等作為區分；依據現階段短期補習班設立及管理規則，短期補習班主要分為技藝類及文理類。

2.1.2 補習班歷史發展

從古代的私塾或學堂，也叫私學，是早期的補習班或私立學校；清末的實業補習學堂、耕餘補習學堂、商業補習業館及半日學堂等(林孟紅，2007)；日據時代有各種日語補習教育、青少年團組織、青年訓練所、青年教習所、各種私設學術講習會(許綺婷，2002)，都是早期補習班的型態。民國三十八年政府自大陸播遷來台，為了加速台灣經濟發展及提升全民素質，此時開始有補習班

的設立，當初民間為了配合政府政策，協助政府培養國民一技之長，以增加就業機會，紛紛籌組開辦技藝訓練班，以技藝類為主，如語言、打字、農產加工、建築、機械電器、無線電、縫紉、美容等，藉此補習班培養出許多語言、打字、機械電器、建築、縫紉、美容等科目的人才，在市場上幾乎供不應求，此後十年技藝補習班持續蓬勃發展。到了民國四十二年，政府核發首張立案證書給建國補習班，是台灣最早的一家的補習班成立。民國 50-60 年台灣經濟起飛，政府與民間企業要求所屬員工學歷，文憑掛帥，升學主義盛行，因此以輔導升學為主的補習班因運而生，此後文理類補習班獨領風騷，幾已成補習班的代名詞(姜信安，2004)。政府針對公務員水準提升及企業界對所屬員工學歷的要求，公私部門員工為了追求更高之薪資，除了自己進修以外，並鼓勵兒女努力向學，以考取理想學府，因此以輔導升學為主的補習班也因而產生。

民國 50 年至 61 年間，文理補習班如雨後春筍般的設立，初期以建國、志成兩家補習班最具有代表性，中期有惠文、中華、大華等補習班，後期有台大、學人、北一等補習班。民國 62 年，政府為杜絕惡補歪風，暫時禁止全國升學文理補習班申請立案，一直到民國 77 年才恢復開放。同時在民國 77 年政府開放辦理高普考類科的補習班，許多各政府單位的公務人員、公營事業人員等，都曾進過高普考補習班補習。

建中人社(2005)於「補習文化?青澀歲月與補習-南陽街效應」中提到南陽街補習文化發展的歷史，自民國五〇年代建國補習班拿下第一張營業執照開始，一直到六〇年代北一、惠文等補習班的崛起，把補習事業推向高峰，補習事業成為當紅炸子雞；七〇年代的台大系列補習班更是締造了一年招生八千多人的空前紀錄。有關國內補習班發展的重要記事如表 2-1。

表 2-1 補教業發展重要記事

年代	歷史背景	重要影響
民國38年	政府為加速台灣經濟發展及提升全民素質，「補習班」的設立應時而生	第一家補習班－「建國補習班」於民國42年5月立案
民國50年至60年	針對公務員水準提升及企業界對所屬員工學歷的要求，家長開始鼓勵兒女努力向學，以考取理想學府，因此以輔導升學為主的補習班也因而產生	初期以建國、志成兩家補習班最具代表性
民國62年	政府為杜絕惡補歪風，暫時禁止全國升學文理補習班申請立案，一直到民國77年才恢復開放	升學考試壓力並未因此減輕，也未見學校或考試制度有何改變
民國60年至70年	補習班鼎盛時期，文理類補習班獨領風騷	
民國70年代	留學風潮促使許多大學畢業學生想到國外留學	托福補習班應運而生
民國78年以後	所有補習班類別中以文理類居大多數，文理類補習班幾乎已成為補習班狹義的代名詞	
民國79年	補教界之連鎖加盟開始運作	兒童美語補習班進入連鎖加盟市場
民國85年間	政府才用國中在校成績計點之多元入學方案	影響以招收重考生作為主要對象的「國四班」
民國86年	政府明確宣示開始試辦將美語教育併入國小課程之中，87年擴大實施，90年全面辦理	對現有兒童補教業者已經造成相當幅度的衝擊；但仍有部分學生為使在校美語成績更優良，坊間美語補習班的招生率更高，強調美語補強功能

表 2-1 補教業發展重要記事(續)

民國87年	教育部宣布自90學年度起高中高職及五專聯招同步廢除改以國中基本學力測驗取代由各校自主招生	對文理補習班的衝擊雖沒有很大，但因入學方式變成不再只是考試主導教學，且配合各校招生，補習班經營方向已略為不同，也要更多元
民國99年	增加免試入學管道，學生不需參加國中基測，即可進入高中高職或五專就讀	對於不想考基測的同學而言，很早就有學校可以就讀，補習班的招生人數就更少，勢必提早開設升高一先修班來另闢招生來源
民國103年	十二年國民基本教育全面實施，由會考取代基測，入學管道也分為免試入學及特色招生	補習班已非以往單純教學即可須因應各種考試管道設計各種課程，才能符合家長及學生的需求

資料來源: 楊淑美(2014)

2.1.3 補習班現況

補習教育在學術上又稱為影子教育，因為補習班總是提供跟正式學校相同或類似課程，學校教育存在補習教育才會跟著存在，學校的課程一但改變，補習班也隨之變動，故補習班教育有影子教育之稱(Bray, 1999)。直轄市及各縣市短期補習班管理資訊系統顯示，民國 108 年全國立案補習班有 17301 家，其中文理類有 11149 家占全國立案補習班約六成，加上外語類 3755 家占全國立案補習班約二成，文理類加上外語類兩者占全國補習班八成以上，由數據統計可以得到，目前短期補習班大多數都是以升學補習班為主。

目前國中補習班因應教育政策的改變，除了協助家長瞭解教育政策的變化，幫助學生面對十二年國教，也不斷轉型朝向連鎖商店化的經營，以統合各地資訊有利於不同的家長需求(蕭秀珠，2012)。也有研究指出參加補習班對升高中及升大學有顯著影響，因此，無論教育政策如何改變，多年來深植國人心中的升學掛帥及文憑主義，選擇一間適合孩子的補習班對國中家長還是相對明顯重

要，因為孩子若在國中畢業後能進入一所國立高中，相對考上國立大學的機會就提高許多(孫清山、黃毅志，1996)。

台灣生活水準的提高,家長投資在子女身上教育預算提高,多元化的社會，部分家長對於體制內的教學感覺不足，認為單靠學校教育，小朋友的程度是無法趕上時代，因此家長肯多花金錢，讓子女進入坊間的補習班，另台灣學生上補習班，在年齡層方面正不斷地向上延伸,向下蔓延，補習班的教學內容也日益多元化(Aidman，1995)。補習不僅一方面可能影響到學生的成績、升學、甚至是未來的工作，又雙薪家庭激增，含課後輔導的補習班隨之興起，再加家長「望子成龍、望女成鳳」的觀念，使補習班迅速增加(柯正峰，1990)。

何志平(2014)於中時電子報中所分析的「活化數位教學，補教轉型生機」一文中提到，十二年國教均質化高中的實施，開始出現大型連鎖補習班式微，進而由功能型的社區型補習班取代的趨勢，甚至已開始蔓延到高中端。文中引述貝立國際教育集團執行長賴俊瑋指出，以前常會說補習班是學校課餘的加強，但其實補習班扮演著輔助學校的重要角色。補習班除課後加強輔導學校所學，也需補充學校不足的地方，補習班須隨著學校的腳步進行和進化。未來都會區所謂補習班的戰區，在十二年國教政策下，會形成什麼樣的變化呢？文中引述中華數位內容發展協會理事長陳國恩指出，十二年國教強調高中在地化、均質化，所以當學校要開始區域化，補習班當然要跟著有所轉變，特別是朝向更區域化和精緻化，以往大型補習班興盛時，大家去補習班為的就是可以上到名師的課程，但是請名師費用很高，對小補習班是無法承受的負擔，因此，現在補習班主要著重在輔導機制，把省下請名師的龐大費用花在學生的輔導上面，企圖讓學生的學習效果快速反應在成績上，以留住學生，這種客製化輔導普遍存在區域型補習班。然而，這種型態經營方式的關鍵，在於學生成績，如果學生成績不佳，學生自然留不住。文中引述門得揚科技總經理吳承晏表示，當戰場燒到社區型補習班時，會面臨到3大問題，第一是差異化，補習班就像是一項商品般，在勁敵環繞下，各家業者都趨向同質性，提供相同的服務內容，爭取學生，無法創造自己的差異特色價值；第二是師資，補習班名譽和品牌是多年逐步累積而成，但師資流動率卻高，且無法負擔每科都是名師的成本，造成許

多老師非本科出身，卻仍需身兼多科授課；第三是建置教學情境內容，創造情境容易引領學生進入課程單元的氛圍，並提高學生的專心力，但補習班受限時間因素，只能以快速重點方式，將課程教授完畢，無法妥善照顧每個學生。上述區域化、精緻化、客製化和微型補習班，讓一對一到一對二的補習班或家教班，在目前補教業也占有一席之地；接著數位教學也是補習班另一項發展重點，課後輔導機制，學生能夠反覆聆聽不懂的概念，或受環境因素影響所採取的遠距離線上教學和線上學習。

政府宣布推動十二年國民基本教育的總體目標，有效舒緩過度升學壓力，引導國中正常教學與五育均衡發展，多元化入學方式，每個學生都有高中職可念。之前國中基測，因為考試範圍涵蓋一綱多本，學生不知道如何準備，所以創造相當大的國中生補習市場，然而十二年國教實施後，國中會考取代國中基測角色，免試入學仍採計會考成績，國中生考試壓力並沒有減少；家長仍然希望孩子可以進明星高中、上好大學，補習風氣沒有因為實施十二年國教而減少。私立學校國中部學生可以直升高中部，而高中部又標榜進台、清、交等名校比率高，家長一窩蜂讓孩子搶進私校國中部，取得直升高中部門票，各個地方私校每年利用多元智能測驗、心理測驗及舉辦競賽方式，作為考試招生之用；很多小四、小五學生、甚至從小學三年級就被家長送升私中班補習，補習風氣會愈來愈盛。現在學校老師不能管學生太多，小孩子如果不想讀書，學校老師著力空間愈來愈有限，在這種情況下，家長會將小孩送到補習班，藉補習班自然形成的情境壓力，讓小孩努力讀書。在少子化情況下，就讀學生數大量減少，觀察目前全國各縣市已立案的短期補習班數量並沒有減少，從民國 95 年 15867 家，至民國 108 年為 17302 家，還增加 1435 家，然而教育部全球資訊網顯示 6~11 歲國小教育學齡人口數，民國 95 年為 1826824 人(約 182.6 萬人)，至民國 108 年為 1199171 人(約 119.9 萬人)，國小教育學齡人口數減少約 62.7 萬人，減少約 34%，可見招生不易的環境下，補教業競爭相對激烈，只求學生不要流失。

2.2 補習班經營

補習班是屬於商業化的教育服務業，少子化現象，加上補習班沒有減少情況下，補習班經營相對不易，有對的經營策略會直接影響補習班的運作，可以提高利潤和聲望，並創造良好的口碑及形象；補教業者在經營上最重要的是招生，招生人數多寡會影響補習班的生存，如果沒有學生上門，補習班便面臨經營上的困難，補習班必須提供符合市場需要的產品，獲得顧客滿足，才能在如此競爭環境下生存。

教師教學服務及教學課程是補習班所賣的商品，為了能達到學生家長需求，要靠補習班師資與教學成效，然後建立良好口碑，重視售後服務，讓家長能隨時掌握學生學習情況，補習班常以電話聯繫或課後交談，讓家長了解，提高消費者滿意度。學費收入是補習班主要且唯一的營業收入來源，補習班追求穩定成長，可以永續經營，而不是一時的招生率，便要以市場導向及顧客導向為主，以學生家長需求為策略，及用心的服務，方能達到。

2.2.1 補習班品牌形象

吳永琪(2009)，品牌應包含具體及抽象兩層面，前者是具體可見可感受到的產品、屬性、品質、用途、功能或服務，包含名稱、符號、圖案、標誌、設計等有形的形體，用以區別其他競爭者的產品；後者是在消費者心理產生的價值感受及印象，包含情感以及顧客與製造者的關係，兩者皆能提供顧客品質與附加價值的效益。品牌經營為企業或組織在分析內外環境後，透過策略性品牌管理的歷程，執行品牌經營的策略，獲得顧客品牌形象認同、提升顧客的忠誠度與促進感性經驗等，進而厚植企業或組織品牌資產與價值。品牌定義彙整如表 2-2。

表 2-2 品牌定義

研究者	年代	品牌定義
Chernatony and Mc William	1989	品牌是消費者做決策的輔助工具,人類在面臨各式各樣產品時,無法處理產品所帶給消費者大量的訊息,人們將這些訊息組成「塊狀」資訊,以便記憶這些經過編碼得資訊。
Kotler	2003	一個名字、名詞、記號、象徵、或設計、或這些的組合,為了定義個人或團體的產品或服務,並從競爭者中區隔開來
陳玉君	2003	品牌分為實體與抽象兩面向,而其中實體指的是一個具特殊性的名字、術語、符號、標誌、設計的綜合體,是可感受、可看見與產品相關的功能或服務;抽象則代表一個組織性或社會性的文化,為內存於顧客心中的綜合性經驗,是公司一項無形資產,顧客可據以區別與其他競爭者的差異。
林嘉君	2004	一種名稱、名詞、標記、符號或設計,將產品或所提供的服務與其他競爭者區隔開來,而化成消費者心理產生對使用產品的形象、承諾或經驗的綜合感受,能縮短與顧客間的溝通距離。
彭建彰、呂旺坤	2005	品牌絕非只是一個商標、一個廣告、或是一個促銷活動,而是消費者(顧客)根據他們所認知的心理和功能上所產生的收穫、所有印象內化後的總合。並放在他們的「心理位置」中所產生的獨特地位,必須是所有從上到下的員工、顧客及所有利益關係人(代理商、經銷商和外聘專業人員)都要努力的,其中包括產品和服務的品質、財物表現、顧客忠誠度、滿意度及對品牌整體評價的感覺。品牌是抽象的,是消費者對產品一切感受的總和,如果產品無法和消費者建立強韌而且親密的關係,就不能稱之為品牌。

表 2-2 品牌定義(續)

侯佳伶	2012	品牌為名字、符號、設計的運用，同時擁有品質的保證，更是企業用來與其他競爭對手做區別的利器。
BrandZ	2013	品牌除了是一個口號、符號及在消費者的心目中的印象外,更是一個企業價值核心的所在。

資料來源:研究者自行整理。

歸納多位專家論者的觀點，提出品牌的意涵及其功能有五：一、品牌是有形的，是一種辨識工具，與競爭者的產品或服務作為區別用。二、品牌是無形的，是顧客對產品或服務的記憶、感受、信賴和經驗，對顧客具有特別意義，有情感、自我表達等方面的益處，也反映一種文化、使用者身份象徵或形象。三、是品質一致性承諾與保證。四、品牌是一種契約，反應製造者賦予產品的意念或價值，也反應企業經營的思考過程、策略與承諾，顯示顧客和提供者的關係。五、是一組關於產品相對定位，為顧客購買時輔助工具與決策的線索。

葉連祺(2003)簡單來說，若一個組織或產品可以用清楚簡潔的字、詞或符號來表示自己的特質與定位，它就在作品牌塑造。品牌是品質的象徵，有品牌之後，即可標榜此產品與他產品不同之處，有品質保證之意味，讓消費者購買時有選擇之依據。

企業本身最易被消費者引發的重要聯想，最主要涵蓋四大構面分別為：(一)商品形象：如補教業的家長，對補習班的產品服務特性、價格、利潤等所形成的態度、看法；(二)顧客導向的形象：如補教業的家長，對補習班行政人員服務態度以及師生互動的關係等，皆會影響消費者對補習班的看法；(三)企業公民形象：補習班的行為活動，是否考量到社會大眾福祉或是確實做好企業的社會責任等；(四)企業信譽：補習班是否具有專業的知識能力、是否具有誠信度，足以讓家長完全放心的將孩子送到補習班；文獻研究結果指出，服務品質對企業

形象及企業形象對顧客滿意度具有顯著影響，所以如要提高補習班的企業形象，可先提高補習班的服務品質，補習班業者透過服務方式、內容，經由學生、家長所知覺的服務品質愈高，則能贏得學生、家長的認同，提高滿意度(蔡麗琪、鈕方頤、林政德，2015)。所以補習班家長感覺補習班的服務品質愈好的時候，會提升補習班的形象，同時家長所感受的滿意度也愈高。企業形象定義彙整如表 2-3。

表 2-3 企業形象定義

研究者	年代	企業形象定義
Walters & Paul	1970	指出企業形象係消費者透過對企業機構及企業機構所從事之活動後，產生較主觀的情感、印象，與企業本身的態度、行為相關。
Keller	1993	企業形象是消費者經由心中對企業的聯想所產生的認知層面。
Gray and Balmer	1998	認為企業形象是一種消費者對公司、公司的產品、以及公司相關服務之整體概念的相關記憶。
顏美玉	2014	將企業形象定義為學生與補習班接觸之後，補習班給予該學生對補習班所塑造出的相關形象之印象。

資料來源:研究者自行整理。

補習班的品牌形象在家長的選擇補習班中佔了重要的因素，建立良好的口碑是品牌是行銷中重要的策略，成功的塑造補教業的形象，可以獲得顧客更高的信任度與忠誠度。林淑玫(2013)根據迴歸分析結果顯示，能發現品牌形象對購買意願有所影響。因為家長與家長之間會相互討論在該地區哪間補習班名聲、口碑、教育與服務等最好，因此認為補習班品牌形象最快速的傳遞方式就是以家長與家長之間的交流，補習班的品牌形象愈好，家長對購買該補習班的意願則會愈大。品牌形象定義彙整如表 2-4。

表 2-4 品牌形象定義

研究者	年代	品牌形象定義
Biel	1992	消費者對於品牌名稱所產生的一組屬性與聯想。
Keller	2001	品牌形象在品牌資產建立的階段扮演著重要角色，它是關於品牌的一種知覺，反應出消費者記憶中的品牌聯想。
Kotler and ertner	2002	認為消費者根據每個屬性對每個品牌發展出品牌信念，而對某一特定品牌的品牌信念組合即為品牌形象，可與競爭者的產品與服務有所區隔。
Perry and Wisnom	2002	指出品牌形象包含優點、缺點、長處、短處等不可控制意識集合體，這些意識是經過一段時間與品牌產生直接或間接的接觸經驗累積而成。
Jenni and Byron	2003	將品牌形象定義為顧客經驗、市場訊息及口碑等各種來源的品牌知覺，包含資訊、利益、品牌特殊觀點的評估與購買情境，並驗證了單一品牌屬性無法構成顯著的品牌形象。
Magid Cox	2006	認為品牌形象包括消費者對品牌名稱、標誌或印象的回應，也代表著產品品質的象徵。
彭偉族	2006	品牌形象係以消費者對品牌的認知與記憶中品牌聯想的關係,反映對產品特色或產品本身的獨特概念,所呈現出對企業核心品牌之全部知覺總和而言。

表 2-4 品牌形象定義(續)

林文傑	2011	企業形象與顧客忠誠度方面,該研究發現,一般消費者心目中之企業形象越高,其顧客忠誠度也會越高,但其結果未達到顯著影響;該研究也發現,企業顧客心目中之企業形象越高,其顧客忠誠度也會越高,其結果達到顯著正向影響。
曾胤霖	2013	此研究探討體驗行銷與品牌形象對顧客價值認知影響之研究。研究實證結果顯示,體驗行銷與顧客價值之直接關係存在,且在加入品牌形象為中介變數之後,體驗行銷便會透過品牌形象進而與顧客價值之間建立顯著之關係型式,由此得知,品牌形象為體驗行銷與顧客價值之間一座無形陸橋。

資料來源:研究者自行整理。

品牌形象攸關企業的生存，品牌形象佳，則能永續生存，不佳可能導致關閉的危機。若消費者對於商品不了解時，則會強烈依賴品牌形象來決定商品的品質及購買，故品牌形象是商品的重要指標(楊緒永，2009)。品牌形象較高者，則該商品的整體評價及知覺品質也會相對提(李鑫鋒，2009)。

郭俐嬪(2015)研究結果發現:品牌形象之功能性、象徵性與經驗性越高，則經營績效也會隨之提高。換句話說，屏東縣文理補習班的管理階層人員，努力維護良好的補習班環境，提升補習班的形象，以創造補習班老師的價值，進而回饋社區，以提高補習班之整體經營績效。銷也會隨之提高。文理補習班經由學生透過成績來提升補習班的口碑，再透過家長之間的交流，家長以及行政人員有良好的互動，也使家長幫補習班宣傳，以提高補習班品牌形象。

大家正處在一個充滿機遇和挑戰的品牌時代，食、衣、住、行、育、樂，無時無刻都在與各種各樣的 brand 打交道，百年大計的教育自然也不能例外。補習班的經營加上了品牌的進駐，對家長而言，也有了更多的選擇，使補習班更注重自行經營的品牌形象。既然補習班家長注重品牌形象，品牌強，造成了有

些補習班大排長龍，爭先恐後劃位，表示其補習班的口碑良好，吸引家長和學生品牌的經營是需要時間及口碑。

2.2.2 補習班口碑知名度

卓建丞(2008)研究中發現，對於補教界的經營最主要關鍵因素的內在因素在於產品，其產品最主要包含的部分有師資、行政系統、輔導系統，在訪談的對話過程中發現家長最重視的是效果，不論師資或行政系統的好壞，只要效果能忠實的呈現在家面前並且使其滿意，家長便會繼續購買其服務，只是效果是須三方同時努力達成的，三者配合的越緊密，所呈現出來的成果越好。相較於內在因素，補習班經營關鍵的外在因素在於口碑。口碑定義彙整如表 2-5。

表 2-5 口碑定義

研究者	年代	口碑定義
Arndt	1967	口碑傳播是指資訊傳遞端與資訊接收端談論有關某一品牌、產品或服務的對話過程，並未具有商業性的人際互動溝通行為。
Westbrook	1987	消費者在使用某項特定產品或服務過後，將其對產品或服務之評價透過非正式管道傳達給其他消費者的行為。
Sundaram	1998	顧客告知家人、朋友或同事過去所經歷之事件，進而創造出某種程度的滿意度之過程。

資料來源:研究者自行整理。

雖說產品與口碑是息息相關的，但是口碑的好壞卻是會直接影響到招生。透過推薦、介紹與口耳相傳是吸引新顧客最有效利的方法(吳幸玲譯，2004)。研究中發現影響補習班招生好壞的因素最重要的是口碑，藉由口碑不斷的傳遞，消費者對補習班的評價也不斷的累積，因此當所累積及傳遞的口碑為正向口碑

時，則補習班的招生則越來越好，並且直接的影響到補習班的經營及獲利。

近年來許多研究紛紛提出口碑行銷的重要性，證實口碑對於消費者行為決策的影響，例如病人在選擇醫生時，多半依賴別人的經驗建議。口碑行銷是世上最具效率的行銷策略顧客尋求口碑其主要原因在於，以便減少風險、成本及不確定性，風險越大的消費行為，越容易向外尋求建議。口碑是消費者收集資訊的主要來源之一，相較於其他訊息來源，口碑被視為更具有勸服的功效，主要在於口碑的非商業化性質，且因傳遞者與接收者往往具有一定的社會關係，所以口碑訊息通常被認為是較為可信。

口碑行銷的模式中，向顧客傳遞訊息，由顧客告訴他的朋友，再由顧客的朋友告訴顧客的朋友。陳美莉(2005)指出口碑可分為兩個類型，一種是主動散佈的口碑傳播，另一種是詢問脈絡下的口碑傳播:主動散佈的口碑傳遞者係指消費者在購買產品或服務後，根據其預期產品所帶給其利益與實際上帶給其利益上的差距，若是超出預期則會有滿意的情況產生，相反的，若是不如預期則會有失望的情況產生，並且在產生滿意或失望之後經由口碑傳遞來告知接受者其自身的感受；詢問脈絡下的口碑傳播則是指由口碑接受者所主動啟動的口碑傳播。當消費者在購買決策過程中，為降低本身的不確定感、風險與購後認知失調，詢問者向對口碑傳播者尋求口碑意見。亦即傳播者在被動的情況下，提供口碑訊息給口碑詢問者。

許多補習班在口碑行銷方面，都是只靠著學校派發宣傳單來開始進行宣傳，接著才以人員的勞力活動方式來招攬客源。許多研究均指出在補教業裡，學生家長選擇補習班首先徵詢的意見是周遭的親朋好友，而補習班最主要的新顧客來源也是透過家長學生的介紹(邱永富，2002；邱定雄，2001；姜信安，2004；江佳樺，2004)。由此可知，口碑在補教業的招生裡，實質上佔有決定性的地位，所以對於補習班的經營行銷裡，首要的重點應該放在如何創造並促使正向口碑的推動。一般而言，補習班經營者對口碑行銷均只能採取被動的方式，市場上目前所採取的方案是，鼓勵同學間相互介紹，介紹者便可獲得獎學金，所以對於口碑行銷的掌握推動僅止於此。

2.3 家長選擇補習班考量因素之相關研究

補習班是屬於以人為主的服務業，需具展示商品的場所也就是教室，但商品無實體存在也就是教師的授課與教學服務，家長會依個人觀感、喜好及認知程度、或當下心境感受、或衝動等意向決定是否消費，且國中、小補習班服務的對象為學生，但真正決定是否購買者卻為學生的家長，所以補習班要讓真正決定消費的家長對補習班滿意，才能讓家長繼續讓孩子留在補習班(袁一如，2004)。

補習班快速的成長，家長在孩子的教育環境選擇條件也更加重視。因此怎麼選擇?成為家長逐一檢視補習班考量的重要因素了。賴麗秋(1997)歸納各專家學者的建議，提出幾點選擇課後補習班的因素提供家長和學生參考:1.安全性、2.空間設計是否人性化、3.師資選擇、4.課程設計、5.硬體設備、6.教學品質等。

由邱永富(2002)的訪談結果發現，家長在為學生選擇課後補習班所考慮的因素有:口碑、學生過去的補習經驗、親友的推薦、試讀、政府立案、師資；研究指出家長認為課後補習班應具有課後輔導或教學、學童安全、學童管教、減少親子因數學問題造成的不愉快。

謝三寶(2002)探討消費者在進行補習班的可行性方案評估之考慮因素時，國中生在選擇課後補習班的考量因素，最重視的是老師敬業態度和課程內容的實用性。袁一如(2002)於兒童補教產業之市場區隔與購買行為研究中指出，家長選擇補習班重視的為教學、環境安全、行政服務。

洪郁年(2005)對高雄縣林園地區國小學童家長的研究也同樣提到，價格高低是家長選擇課後補習班的主要考量，其他還包括外在形象所建立的口碑、學童家長自身的經驗、教師學經歷與授課能力、教學內容、補習班設置的安全性與合法性等因素。

張春桂(2005)研究中可見，家長及學生選擇補習班的考慮因素，依次是補習班教學、補習班設備、補習班師資、接送與價格和外來資訊。許國光(2005) 研究中指出顧客參與補習班以文理類別居多，從親友告知與同學口碑介紹為主要決

定因素。謝文德(2006)研究中發現，家長及學生選擇補習班的評估準則主要是以師資、教學，其次是以行政服務品質、環境設備等。

陳嘉良(2007)研究中顯示，55.3%的家長和學生選擇到有政府立案的補習班參加補習，持普通意見佔 28.2%，無意見者佔 16.5%，因此，有政府立案認可的補習班是大多數家長及學生一致認為的最佳選擇。家長及學生在選擇補習班的考慮因素中，親友推薦或補習班的聲譽佔 63.1%，不論是家長或學生在選擇補習班時，皆會詢問周遭親朋好友，不時藉由街訪鄰居口耳相傳的渲染，大多數家長仍很重視補習班的聲譽，作為參考選擇補習班的指標之一。林志勇(2007)研究分析結果顯示，家長或學生選擇補習班的優先考量因素為：首先是環境設備、其次是教學服務、再者為教學資源、最後是師資和補習費等。

張義雄(2007)研究中顯示 1.家長觀點分析得知家長認為最重要的關鍵成功因素分別為專業師資、學生生活管理、具合法性、經營管理。2.北縣家長明顯較北市家長希望孩子在補習班能夠快樂學習，所以若補習班在台北市者，經營方向應擺在如何讓孩子在補習班獲得最大的成長；若補習班在台北縣，就得注意孩子學習的過程是否是快樂學習。3.家庭月平均收入越高者越重視補習班聘請的是否為專業的師資，所以補習班經營的方向應該是要走向專業高品質。4.從問卷中分析得知較認同補習班存在價值的家長較重視的關鍵成功因素有以下八項 a.具熱忱與高 EQ 師資 b.敬業師資與多管道師資來源 c.優良硬體 d.廣告招生宣傳 e.教務 f.充分瞭解家長對補教業期望 g.充分瞭解家長對子女能力培養期望 h.充分瞭解父母對子女學習過程期望。

陳莒輝(2009)研究中顯示 1.年齡大、學歷較高、職業為公職、家管的家長在購買行為上以環境安全與設備方面最為重視，家長最首要的重視項目是補習班整體環境乾淨舒適。反映出該集群的家長重視學習環境的硬體設備完善與公共安全的檢查 2.其他人口統計變項的家長均以師資教學服務方面最為重視，老師的教學進度安排適當、老師會主動關心學生的身心狀況、老師具有良好的口頭表達能力、老師和學生常會相互溝通感情良好等是學生家長最重視的幾個項目 3.高重視教育集群的受訪者中，所有人口統計變項的家長對於補習班的購買行為均一致最重

視是師資教學服務，其次是行政服務、環境安全與設備、課程安排。此集群的家長代表著對本身子女教育的關心度與參與度較高購買行為的也較值得深入研究及參考。

蔡秋金(2010) 研究中顯示家長對補習班的期望與認知有多方面上的需求，約可分為課業的需求、照顧管教的需求、避免浪費時間的需求。從期望的服務而言，補習班就必須具有上述的功能。並且發現出家長所要的補習班功能是：應該加強學校的課業，在補習班就完成學校的作業，使學生的在校成績有所進步或保持領先，補習上課時間內照顧學生的安全，並減少學生看電視及玩電腦的時間，更應善盡教導之責，避免學生學習偏差，如此可減少親子教學問題而產生的不愉快磨擦。

曾月娥(2011)有關補習班研究文獻分析得知：補習班的學習方式，已儼然成為家長積極培養孩子的重點項目之一，雖然多數家長選擇補習班仍以區域之便利性為主，也普遍重視環境安全與設備，整體環境整潔與舒適度，但仍有不少的家長會因教師的專業性與品牌形象而影響其選擇。而補教業除了為善盡一份社會責任外，同時也藉由塑造良好的形象，增加普羅大眾的認同感，這也是補教業可積極參與的。另外有關師資素質與專業也是家長甚為重視，舉凡老師教學進度的適當安排、主動關心學生身心狀況、良好的口頭表達能力以及和學生的情感交流與互動均是學生家長考量與重視的項目。

李盈縈(2011)選擇課後補習班的考量因素，包括：環境設備、師資課程、教學服務、教學資源、師資、補習費、知名度等，皆是家長或學生優先考量的選擇。林淑惠(2015)家長替孩子選擇補習班的條件不外乎是：補教業的行政措施、課業輔導或教學、學生安全、學童管教、環境安全、危機處理、設備資源的提供、額外提供的附加價值、學童品格教育的提升、以及親師生之間的互動狀況等。另外品牌、口碑、環境、費用高低等都是重要條件之一。補教業者在管控教學績效和軟硬體上服務品質的提升，也是家長影響選擇讓學童就讀的因素。因此補教業者在教導學生學習成效展現方面是相當重要的環節，滿足家長的需求，同時也是增加被選擇就讀的機會點。

林翠蓮、陳恒毅(2015)以社會交換理論探討國中家長選擇補習班行為研究中顯示，國中家長選擇補習班行為之評量指標為形象口碑、課程內容多元、價格合理、週邊交通便利、補習班教師教學專業、補習班設備環境、補習班課後輔導、主動告知孩子情形、定時安排孩子事宜、危機事件處理與獎學金制度。

經由上述文獻整理可知，補習班的口碑、知名度、環境、設備、師資、課程、收費、合法立案、安全等都可能是家長和學生選擇課後補習班的重要選項。有關家長為子女選擇補習班所考量因素，彙整如表 2-6。

表 2-6 家長選擇補習班考量因素各學者研究摘要表

研究者	研就主題	選擇補習班考量因素
賴麗秋(1997)	選擇兒童電腦補習班六大要訣	<ol style="list-style-type: none"> 1. 安全性 2. 空間設計是否人性化 3. 師資選擇 4. 課程設計 5. 硬體設備 6. 教學品質等
邱永富(2002)	補習班之服務品質-以屏東縣某立案補習班為例	<ol style="list-style-type: none"> 1. 口碑 2. 學生過去的補習經驗 3. 親友的推薦 4. 試讀 5. 政府立案 6. 師資
謝三寶(2002)	國中小補習班學生家長之市場區隔差異分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 師敬業態度 2. 課程內容的實用性

表 2-6 家長選擇補習班考量因素各學者研究摘要表(續)

<p>袁一如(2002)</p>	<p>兒童補教產業之市場區隔與購買行為</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教學 2. 環境安全 3. 行政服務
<p>洪郁年(2005)</p>	<p>國小學童家長選擇補習班因素分析-以林園地區為例</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 價格高低 2. 口碑 3. 學童家長自身的經驗 4. 教師學經歷與授課能力 5. 教學內容 6. 補習班設置的安全性與合法性
<p>張春桂(2005)</p>	<p>國小學童課後補習狀況與家長決策行為之探討-以台南市為例</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 補習班教學 2. 補習班設備 3. 補習班師資 4. 接送與價格 5. 外來資訊
<p>許國光(2005)</p>	<p>國中生參與補習行為之研究-以屏東市學生為例</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 親友告知 2. 同學告知 3. 口碑介紹
<p>謝文德(2006)</p>	<p>高雄市國小學生課外輔導家長消費決策行為之研究</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 師資 2. 教學 3. 行政服務品質 4. 環境設備

表 2-6 家長選擇補習班考量因素各學者研究摘要表(續)

<p>陳嘉良(2007)</p>	<p>九年一貫課程政策實施後家長對補習教育之態度調查研究-以屏東市為例</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 政府立案 2. 親友推薦 3. 補習班的聲譽
<p>林志勇(2007)</p>	<p>屏東市國小課後補習班與安親課輔班經營策略之研究</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 環境設備 2. 教學服務 3. 教學資源 4. 師資 5. 補習費
<p>張義雄(2007)</p>	<p>從家長觀點探討補教業關鍵成功因素-以大臺北地區補習班為例</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 專業師資 2. 學生生活管理 3. 具合法性 4. 經營管理 5. 快樂學習優良硬體 6. 優良硬體
<p>陳菡輝(2009)</p>	<p>國小補教產業之購買行為—以台中補習班為例</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 環境安全 2. 設備方面 3. 補習班整體環境乾淨舒適 4. 硬體設備完善 5. 公共安全 6. 師資教學服務 7. 行政服務 8. 課程安排

表 2-6 家長選擇補習班考量因素各學者研究摘要表(續)

<p>李盈縈(2011)</p>	<p>運用 QFD 和 AHP 探討國中生選擇補習教育之研究</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 環境設備 2. 師資課程 3. 教學資源 4. 教學服務 5. 補習費 6. 師資 7. 知名度
<p>林淑惠(2015)</p>	<p>如何在市場少子化創造補教業紫牛</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 補教業的行政措施 2. 課業輔導或教學 3. 學生安全 4. 學童管教 5. 環境安全 6. 危機處理 7. 設備資源的提供 8. 額外提供的附加價值 9. 親師生之間的互動狀況 10. 品牌、口碑、環境、費用高低
<p>林翠蓮、陳恒毅 (2015)</p>	<p>以社會交換理論探討國中家長選擇補習班行為</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 形象口碑 2. 課程內容多元 3. 價格合理 4. 週邊交通便利 5. 補習班教師教學專業

表 2-6 家長選擇補習班考量因素各學者研究摘要表(續)

<p>林翠蓮、陳恒毅 (2015)</p>	<p>以社會交換理論探討國中家長選擇補習班行為</p>	<p>6. 補習班設備環境 7. 補習班課後輔導 8. 主動告知孩子情形 9. 定時安排孩子事宜 10. 危機事件處理與獎學金制度</p>
---------------------------	-----------------------------	---

資料來源:研究者自行整理。

2.4 補習班成功經營決策因素之相關研究

關鍵成功因素是產業競爭分析時最需優先考量的要項，是企業管理者在決策上的變數，而這些變數通常會隨著產業別的不同而有不同程度的差異(楊淑美，2014)。

補習班少子化後面臨的市場競爭，本研究除了探討成功經營決策因素外，連結文獻歸納分析出補習班經營發展上相關影響因素，補習市場當中有大型連鎖式補習班，也有比較中小型的社區補習班，其所面對的市場環境條件不同，且各補習班所設定的目標可能也有差異，影響補習班經營的因素也會不一樣。

陳慶得(2001)以連鎖美語補習業為對象，透過專家的意見訪談，認為影響連鎖美語補習業的關鍵成功因素包括:1.人力素質因素、2.師資因素、3.行銷因素、4.連鎖因素、5.設備與教材因素、6 企業因素、7.學習品質因素、8.營運因素。為了能夠成功的永續經營，員工與師資的低流動率、師資之素質、管理人員之素質、業主或店長之素質即成為連鎖美語補習業最重要的成功經營之因素；師資因素則相當重視人員之招募、師資的培訓，以及同業市場情報收集及市場預測；至於行銷方式以改良教學方法、建立使用者的口碑，以及利用廣告及舉辦促銷活動等等，以招收更多的學生。

尚艾偉(2003)的研究中提出經營管理架構及經營策略，包括經營態度、設置

地點評估、師資績效評估、設機構網站、統計學員滿意度等，都是文教機構經營管理的重點。陳耀龍(2003)研究中指出，新設補習班評估項目有地點、市場潛力、投資報酬率、合法立案、服務行銷。黃金貞(2003)於連鎖事業之品牌經營與管理—以美商吉的堡教育為例研究中，注重教學品質提升、品牌成功關鍵、設備、教材、口碑、行銷、師資。程貳隆(2005)研究顯示，提升品質應著重人員專業訓練、教師評鑑、提升教學技巧、聘用優良教師。

許國光(2006)研究指出 1.學生覺得有必要補習的科目，比例依序分別為數學、英文與理化。2.學生對假日或放學後去補習的看法，認為有其必要性，可以提升學業成績，還可以滿足社交功能。3.學生對加入目前補習班的原因，以「同學介紹」和「親友告知」佔大多數比例。4.學生會離開以前的補習班，原因最主要為「成績沒進步」和「老師講解方法不理想」。5.補習班老師教課時，必須講解清晰，態度認真嚴謹以及授課時風趣幽默。

徐玉珍(2006)認為補教業者在經營上最為困擾的是招留率。所謂的招留率就是指補習班能夠招收到多少學生並且能夠留下來補習的比率，因為學費收入是補習班主要且唯一的營業收入來源。補習班需要靠師資與教學成效建立良好口碑，還有大多數家長希望補習班能每週一或二次電話聯繫以了解學生學習情況，學生和家長對補習班的滿意度也會直接影響招留率，此外價格和地點也是家長重視的項目。林志勇(2007)研究指出，經營策略注意價格反映教學、服務品質、強調師生的穩定性、面對競爭的事實、顧客滿意度和忠誠度的建立。

吳郁萱(2008)對補習班來說，較注重的是所聘僱的老師是否能有效教學，提升學生成績，教學效能的定義為：教師透過教學自我效能信念、系統呈現教材內容、多元有效教學技巧、有效運用教學時間、建立和諧師生關係、營造良好班級氣氛等六個向度來創造一個有效的學習環境，營造良好的學習氣氛，促進有效教學與成功學習。一般來說教師教學效能則包括班級經營、教學計畫、教學策略及教學評量等方面。

張九浩(2012)的研究中指出，教學效能是指教師在教學歷程中，自我知覺預期的心理及自我能力認知的程度，在教學環境各種因素下，有效運用教學策略和

良好的班級經營方式，使師生互動關係融洽，營造優質的學習氣氛，在得心應手的教學行為下，選擇適當的多元評量，使學生達到預期的教學目標。以有效教學為重心，意指在教師的教學過程中，能運用教學技巧、教學策略、教材、班級經營等，達到有效教學之目標，使學生在學習或行為上能有更好的表現。

楊淑美(2014)研究中指出，在補習班林立、競爭激烈的情況下，價格高低往往是一般家長心中選擇補習班時第一個考量的因素，畢竟子女到了補習班上課後的學習成效受到個人學習態度、能力等因素影響，是無法事先預估的，在成效不明的情況下，自然容易偏向先選擇較便宜的補習班。長期來說補教業乃高度接觸的服務業，售後服務的加強會對顧客滿意度、利潤、口碑、形象，對於追求穩定經營的業者來說，如能更重視售後服務，不光是重視一時的招生率，才能在長期上帶來績效的提升。因為補習班的商品是教育，故教師的教學能力跟學生的學習成效往往也是家長選擇補習班實的考量，亦是影響補習班是否能成功經營的重要因素。

經由上述文獻整理，補習班的口碑、設備、教材、環境、師資、課程、價格高低、合法立案等都是補習班成功經營重要關鍵因素選項。有關補習班經營決策因素及影響補習班經營因素，彙整如表 2-7。

表 2-7 補習班成功經營決策因素各學者研究摘要表

研究者	研就主題	成功經營決策因素
陳慶得(2001)	連鎖式經營關鍵成功因素之探討-以美語補習業為例	1. 人力素質因素 2. 師資因素 3. 行銷因素 4. 連鎖因素 5. 設備與教材因素 6. 企業因素

表 2-7 補習班成功經營決策因素各學者研究摘要表(續)

<p>陳慶得(2001)</p>	<p>連鎖式經營關鍵成功因素之探討-以美語補習業為例</p>	<p>7. 學習品質因素 8. 營運因素 9. 建立使用者的口碑</p>
<p>尚艾偉(2003)</p>	<p>文教機構經營管理之研究</p>	<p>1. 經營態度 2. 設置地點評估 3. 師資績效評估 4. 設機構網站 5. 統計學員滿意度</p>
<p>陳耀龍(2003)</p>	<p>新設兒童美語補習班經營管理之個案研究</p>	<p>1. 地點 2. 市場潛力 3. 投資報酬率 4. 合法立案 5. 服務行銷</p>
<p>黃金貞(2003)</p>	<p>連鎖事業之品牌經營與管理—以美商吉的堡教育為例</p>	<p>1. 教學品質提升 2. 品牌成功關鍵 3. 設備 4. 教材 5. 口碑 6. 行銷 7. 師資</p>

表 2-7 補習班成功經營決策因素各學者研究摘要表(續)

程貳隆(2005)	應用品質機能展開於文教產業服務品質之提昇	<ol style="list-style-type: none"> 1. 著重人員專業訓練 2. 教師評鑑 3. 提升教學技巧 4. 聘用優良教師
許國光(2006)	國中生參與補習行為之研究-以屏東市學生為例	<ol style="list-style-type: none"> 1. 必須講解清晰 2. 態度認真嚴謹 3. 授課時風趣幽默
徐玉珍(2006)	補教業的經營策略-以桃園縣某補習班為例	<ol style="list-style-type: none"> 1. 師資與教學成效 2. 建立良好口碑 3. 價格 4. 地點
林志勇(2007)	屏東市國小課後補習班與安親課輔班經營策略之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1. 注意價格 2. 服務品質 3. 強調師生的穩定性 4. 面對競爭的事實 5. 建立顧客滿意度 6. 建立忠誠度 7. 反映教學
吳郁萱(2008)	補習班教師教學效能之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1. 有效的學習環境 2. 營造良好的學習氣氛 3. 促進有效教學與成功學習

表 2-7 補習班成功經營決策因素各學者研究摘要表(續)

張丸浩(2012)	教師教學信念與教學效能關係之研究-統合分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 有效運用教學策略 2. 良好的班級經營方式 3. 師生互動關係融洽 4. 營造優質的學習氣氛 5. 得心應手的教學行為 6. 選擇適當的多元評量
楊淑美(2014)	國中文理補習班經營管理關鍵成功因素探討-以台北市某文理補習班經營者的心路歷程為例	<ol style="list-style-type: none"> 1. 價格高低 2. 售後服務 3. 顧客滿意度、利潤、口碑、形象

資料來源:研究者自行整理。

2.5 層級分析法

層級分析法(Analytic Hierarchy Process, AHP)是美國匹茲堡大學教授, Saaty 在 1971 年所創用發展出來, 主要是應用在不確定情況下及具有多數個評估準則的決策問題上(曾國雄、鄧振源, 1989)。層級分析法採用階層式架構, 把複雜關係的因素建立階層結構, 再把可能的因素做成兩兩成對的重要性比較, 透過量化讓研究者做出評比, 層級分析法的特色在於理論清楚簡單, 使用方法較為容易, 且具實用性, 並可以同時參考多位專家和學者的意見, 近年來廣受學術界採用。層級分析法在進行層級分析時, 包括幾個基本假設, 如表 2-8。

表 2-8 進行層級分析九個基本假設

項目	基本假設
假設 1	一個系統可被分解成許多種類(Classes)或成分(Components)，並形成有網路的層級結構。
假設 2	層級結構中，每一層級的要素均假設具獨立性(Independence)。
假設 3	每一層級內的要素，可以用上一層級內某些或所有要素作為評準，進行評估。
假設 4	進行比較評估時，可將絕對數值尺度轉換成比例尺度(Ratio Scale)。
假設 5	成對比較後，可使用正倒值矩陣(Positive Reciprocal Matrix)處理。
假設 6	偏好關係滿足遞移性(Transitivity)。不僅優劣關係滿足遞移性(A 優於 B，B 優於 C，則 A 優於 C)，同時強度關係也滿足遞移性(A 優於 B 二倍，B 優於 C 三倍，則 A 優於 C 六倍)。
假設 7	完全具遞移性不容易，因此容易不具遞移性的存在，但需測試其一致性(Consistency)的程度。
假設 8	要素的優勢程度，經由加權法則(Weighting Principle)而求得。
假設 9	任何要素只要出現在階層結構中，不論其優勢程度是如何小，均被認為與整個評估結構有關，而並非檢核階層結構的獨立性。

資料來源：曾國雄、鄧振源(1989)

層級分析法(AHP)之操作模式可分為以下幾的步驟，第一先進行問題的描述，接著找出影響要素建立層級關係，再採用成對比較的方式以其比例尺度，找出各層級之決策屬性相對重要性，依此建立成對比較矩陣，最後計算出矩陣之特徵值與特徵向量，求取各屬性的權重，重要步驟敘述如下：

一、問題描述：

在進行層級分析法運作時，對於問題所處的系统應該儘量詳細了解分析，將可能影響問題的要素全部納入問題中，同時決定問題的主要目標，還可藉由德爾菲法、文獻蒐集彙集專家學者的意見，但要注意要素間的相互關係和獨立性。

二、建立層級關係：

這個階段必須決定問題的目標和總目標的各項指標，並決定各指標的評估準則和列入方案的考量，在此可以利用德菲法或其他可行性評估，來決定挑選出重要的評估準則，其典型之層級結構圖，如圖 2-1 所示。

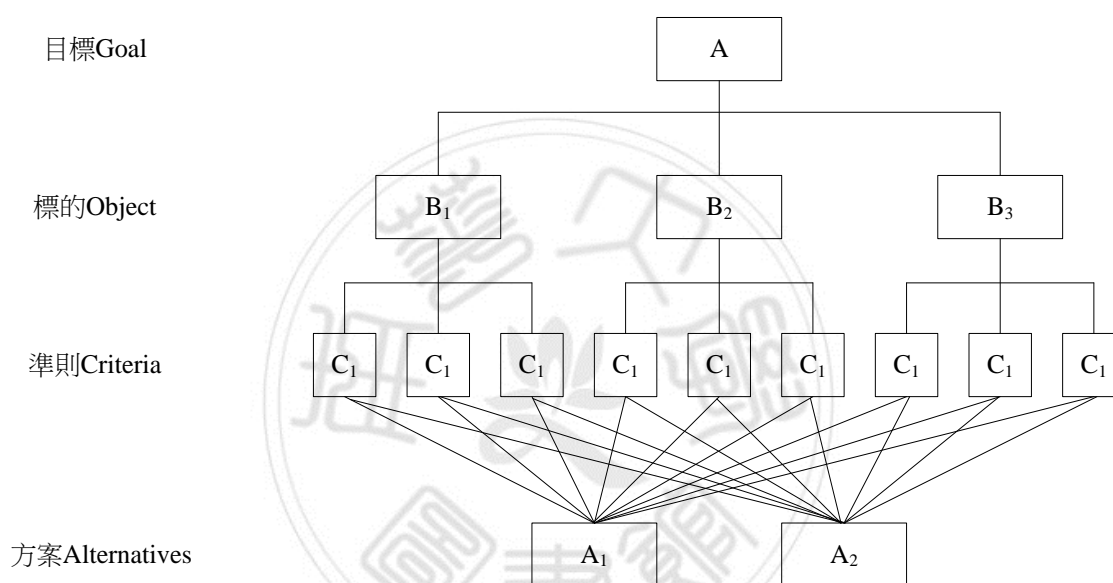


圖 2.1 典型層級架構圖

理論上層級架構的階層以及同一階層的要素個數，可依據系統之需求來訂定，不過 Saaty 建議，為了避免決策者對決策準則之相對重要性之判斷產生偏差，同一階層最好不宜超過 7 個。

三、問卷設計與調查：

在建立目標分析之層級和評估要素指標後，將同一層級內個要素間進行兩兩相互比較的方式製成問卷，若某一層級中有 n 個要素時，則決策者必須進行 $n(n-1)/2$ 次的成對比較。AHP 在問卷上設計上評估尺度劃分五項：同等重要、稍微重要、頗為重要、極為重要、絕對重要，並給予 1、3、5、7、9 衡量值，其餘評比值 2、4、6、8 為介於兩尺度間的中間值，如表 2-2。尺度的選取依 Saaty (1980)

研究建議，以不超過九個評比尺度為原則，否則將造成判斷者之負擔。

表 2-9 AHP 評估尺度意義及說明

評估尺度	定義	說明
1	同等重要	兩方比較準則貢獻程度具同等重要性
3	稍微重要	經驗與判斷稍微傾向喜好某一準則
5	頗重要	經驗與判斷稍微傾向喜好某一準則
7	極重要	實際顯示非常強烈傾向喜好某一準則
9	絕對重要	有足夠證據肯定決策
2,4,6,8	相鄰尺度之中間值	

資料來源：Saaty，1980

四、建立成對比較矩陣：

將問卷兩兩準則要素比較結果的衡量，建立成對比較矩陣形成。將 n 個因素兩兩比較結果，製做成對比較矩陣 A 的上三角部分，而下三角部分數值為上三角部份相對位置數值的倒數，形成成對比較矩陣形式，如下所示：

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1 & 1/a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ 1/a_{21} & 1 & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & 1 & \vdots \\ 1/a_{n1} & 1/a_{n2} & \cdots & 1 \end{bmatrix} \quad (1)$$

五、計算特徵向量與最大徵值：

將取得成對矩陣 A ，採用特徵向量的理論基礎，來計算出特徵向量（eigenvector）與特徵值（eigenvalue），而求得元素之間的相對權重。成對比較矩陣 A 建立後，即可計算各層級要素的權重或稱特徵向量，Saaty 提出四種近

似法計算，其中又以行向量平均值的標準化方式可求得較精確之結果。首先將各行要素標準化，再將標準化後之各列要素加總，最後再除以各列要素之個數即可求得各項要素之特徵向量。計算過程說明如下：首先形成準則成對比較矩陣 A ，如 (2) 式

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} w_1/w_1 & w_1/w_2 & \cdots & w_1/w_n \\ w_2/w_1 & w_2/w_2 & \cdots & w_2/w_n \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ w_n/w_1 & w_n/w_2 & \cdots & w_n/w_n \end{bmatrix} \quad (2)$$

其中 $a_{ij} = w_i/w_j$ ， w_i, w_j 各為準則 i 與 j 的權重。

準則成對比較矩陣 A 為一正倒值矩陣，符合矩陣中各要素為正數，且具倒數特性，如 (3) 式與 (4) 式：

$$a_{ij} = 1/a_{ji} \quad (3)$$

$$a_{ij} = a_{ik} / a_{jk} \quad (4)$$

將準則成對比較矩陣 A 乘上各準則權重所成之向量 w ：

$$\bar{w} = (w_1, w_2, \dots, w_n)^t \quad (5)$$

可得(6)式與(7)式

$$AW = \begin{bmatrix} w_1/w_1 & w_1/w_2 & \cdots & w_1/w_n \\ w_2/w_1 & w_2/w_2 & \cdots & w_2/w_n \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ w_n/w_1 & w_n/w_2 & \cdots & w_n/w_n \end{bmatrix} \cdot \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \vdots \\ w_n \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \hat{w}_1 \\ \hat{w}_2 \\ \vdots \\ \hat{w}_n \end{bmatrix} \quad (6)$$

$$\lambda_{\max} = \frac{1}{n} \left(\frac{\hat{w}_1}{w_1} + \frac{\hat{w}_2}{w_2} + \cdots + \frac{\hat{w}_n}{w_n} \right) \quad (7)$$

因為 a_{ij} 乃為決策者進行成對比較時主觀判斷所給予的評比，與真實的 w_i/w_j 值，必有某程度的差異，故 $Aw = mw$ 便無法成立，因此，Saaty 建議以 A 矩陣中最大特徵值來取代 n 。

$$\text{亦即 } A\bar{w} = \lambda_{\max} \bar{w} \quad (8)$$

$$(A - \lambda_{\max} I) \bar{w} = 0 \quad (9)$$

矩陣 A 的最大特徵值之求法，由 (9) 式求算出來，所得之最大特徵向量，即為各準則之權重。而最大特徵值之求算，Saaty 提出四種近似法求取，其中又以行向量平均值的標準化方式 (10) 式可求得較精準之結果。

$$w_i = \frac{1}{n} \sum_j \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}} \quad i, j = 1, 2, \dots, n \quad (10)$$

六、一致性檢定

在此理論之基礎假設上，假設 A 為符合一致性的矩陣，但是由於填卷者主觀之判斷，使其矩陣 A 可能不符合一致性，但評估的結果要能通過一致性檢定，方能顯是填卷者的判斷前後一致，否則視為無效的問卷。因此 Saaty 建議以一致性指標 (Consistence Index, C.I.) 與一致性比例 (Consistence Raatio, C.R.) 來檢定成對比較矩陣的一致性。

(一) 一致性指標 (C.I.)

一致性指標由特徵向量法中求得之與 n (矩陣維數) 與兩者的差異程度可作為判斷一致性程度高低的衡量基準。

$$C.I. = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1} \quad (11)$$

當 $C.I.=0$ 表是前後判斷完全具一致性，而 $C.I>0$ 則表是前後判斷不一致。

Saaty 認為 $C.I. \leq 0.1$ 為可容許的偏誤。

(二) 一致性比例 (C.R.)

根據 Oak Ridge National Laboratory & Wharton School 進行的研究，從評估尺度 1-9 所產生的正倒值矩陣，在不同的階數下所產生的一致性指標稱為隨機性指標 (Random Index ; R.I.)，見表 2-3。

在相同階數的矩陣下 C.I. 值與 R.I. 值的比率，稱為一致性比率 C.R.(Consistency Ratio)即：

$$C.R. = \frac{C.I.}{R.I.} \quad (12)$$

若 $C.R. \leq 0.1$ ，則矩陣的一致性程度使人滿意。

表 2-10 隨機指標表

階數	1	2	3	4	5	6	7	8
R.I	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41

資料來源：Satty, 1980

七、求解各因素之優勢比重值

若矩陣與整體層級符合一致性檢定要求，即可進一步計算各層級要素的相對權值，以求取各方案的優勢向量，優勢比重值愈大表示該要素被採納的優先順序愈高，優勢比重值可由各層次的權重相成加總而得。

第三章 研究方法

經由上述文獻探討，歸納分析出影響家長選擇補習班考量因素，再利用層級架構分析法，建構出影響家長選擇補習班考量因素的構面和評估項目整體架構，接著設計本研究專家問卷，透過問卷調查深入瞭解重要性排序，得到研究結果可做為經營補習班發展及經營方向之參考。本章首先解釋研究架構，說明構面和評估因素設計的專家問卷內容，再陳述研究對象之抽樣與研究工具和實施，最後說明問卷的資料處理與分析。

3.1 研究架構

3.1.1 建構家長選擇補習班考量因素之構面

依第二章國內相關家長選補習班考量因素的文獻研究，發現家長為子女選擇補習班的考量因素理由各有不同，可見家長的考量是有其自主性、多元性和區域性，本研究為嘉義市中心周圍的三間國中、小補習班（108 年度每間補習班學生人數皆為 100~150 人），依目前國小就學人數及新生兒出生登記數估算，未來六年國小學生就學人數不會增加，補習班數量也未因隨少子化而減少，補習業相對競爭，補習班經營策略方向便影響補習班的營運，其中補習班師資品質所佔的影響力則會變大，教師之個人教學專業能力、服務態度、個性特質、班級經營能力等，會為學生家長所討論進而口耳相傳，還有補習班整體課程規劃特色，是否同時兼顧到課後輔導加強和成績升學的要求，也是家長所重視的課題；本研究簡化家長之選擇考量因素選項，將高知名度、優良榜單、成績進步與價格高低等因素泛稱為「補習班口碑」，另外將選擇補習班考量因素獨立區分出「補習班師資」、「補習班課程」、「補習班環境」等共四個構面，另以此四大構面延伸出十六個評估準則，以作為研究問卷內容選項。分述如下：

一、補習班口碑

補習班學生家長對補習班及補習班所展現出來的特徵和面貌，長時間累積在心目中，產生較主觀的整體評價總和，包括在地經營時間長短有無知名度、行政櫃檯人員服務品質、有無親朋好友同學家長推薦、補習班學生家長滿意度高不高、學生升學成績表現等。

二、補習班師資

包含教師教學資歷，個人不同之特質，表現於專業教學能力、班級經營能力、教學魅力、服務態度等；家長到補習班詢問課程時，總會詢問師資如何、授課老師學歷、教學多久時間了、老師個性與學生互動如何、老師有無耐心、授課學生成績表現如何。

三、補習班課程

係指補習班整體課程內容規劃與品質，教材講義精簡度、學校段考前總複習、學生的課後輔導...等；補習班課程規劃上課人數多寡、老師有無自編教材、授課內容有無符合學校版本、有無課外補充、學習落後有無再加強輔導、學校月考前有無考前加強複習等。

四、補習班環境

指補習班空間環境設備、學習環境安全舒適和地理位置交通便利；亦包含補習班有無合法立案、上課環境清潔舒適度、請假時補課輔助教學設備、家長接送學生好不好停車整體、交通狀況安全狀況等。

3.1.2 設計專家問卷內容

本研究資料問卷收集內容分為兩部分，第一為問卷填寫人背景資料，第二為影響家長選擇補習班考量因素之評估項目、相同評估項目另一份稱為補習班成功經營決策因素，茲說明如下：

一、家長背景：

- 1.性別、2.教育程度、3. 教育程度、4. .職業、5. 家庭月收入、6. 子女數、
- 7.居家是否屬於嘉義市、8. 選擇補習班決定者。

二、影響家長選擇補習班考量因素：

(一) 補習班口碑

- 1.高知名度：同學家長的推薦、有良好的口碑；補習班為全國加盟連鎖、具有高知名度，容易取得學生家長信任。
- 2.優良榜單：補習班歷年皆獲得優良成績，所公佈的成績榜單或升學榜單，是學生與家長最能直接判斷補習班是否有效的依據。
- 3.成績進步：補習班辦學用心績效好，大多數學生皆有一定幅度的進步。
- 4.價格高低：補習班能主動介紹課程與公開收費、合理的收費價格、有無優惠方案。

(二) 補習班師資

- 1.名師魅力：教師已在補教界執教有年，常出現在廣告文宣上，隨便打聽就可以知道教學風格與評價。
- 2.教學資歷：教授過各種大小型補習班，具有熟練教學技巧，教學經驗相當豐富。
- 3.教師學歷：教師標榜高學歷、於任教科目具有相當豐富專業知識。
- 4.授課方式：教師教學態度認真，具教學熱忱、能瞭解學生問題因材施教，主動與家長溝通互動，突破學習瓶頸，教師具有因材施教、耐心和同理心。

(三) 補習班課程

- 1.小班教學：上課班級人數的多寡，小班制教學，較能增進師生互動，提升學習效率。

- 2.講義內容：補習班教學團隊專屬自編上課教材，講義內容豐富詳盡、解說方式簡潔易懂、重點整理及補充資料題庫。
- 3.課後輔導：補習班有完整的輔導制度，利用課後時間對學生實施輔導加強或解決問題等措施，提升學習效果。
- 4.考前複習：學校段考前補習科目作考前總複習、考前衝刺。

(四) 補習班環境

- 1.安全立案：安全至上，補習班必須合法立案，定期消防及公共安全檢查，學習環境安全才能放心讓孩子去學習。
- 2.環境舒適：學習環境整齊乾淨、燈光照明亮度、提供自修教室、附設飲水機。
- 3.教學設備：教室具有多媒體、資訊設備或智慧教學軟硬體設備，輔助教學及補課系統設置。
- 4.交通便利：補習班離住家的距離、子女自行到補習班的交通狀況皆方便且安全、接送子女停車便利性。

綜合以上所述，本研究「探討家長選擇補習班考量因素之研究：以嘉義市某補習班為例」其建構模式如表 3-1。

表 3-1 評估項目建構表

主要構面	評估項目	參考文獻
A 補習班口碑	A1 高知名度 A2 優良榜單 A3 成績進步 A4 價格高低	邱永富(2002)、洪郁年(2005)、許國光(2005)、李盈縈(2011)、林淑惠(2015)、林翠蓮、陳恒毅(2015)、黃金貞(2003)、楊淑美(2014)
B 補習班師資	B1 名師魅力 B2 教學資歷 B3 教師學歷 B4 授課方式	賴麗秋(1997)、邱永富(2002)、洪郁年(2005)、張春桂(2005)、謝文德(2006)、林志勇(2007)、張義雄(2007)、陳苜輝(2009)、陳慶得(2001)

表 3-1 評估項目建構表(續)

C 補習班課程	C1 小班教學 C2 講義內容 C3 課後輔導 C4 考前複習	賴麗秋(1997)、謝三寶(2002)、張春桂(2005)、陳莒輝(2009)、李盈縈(2011)、林淑惠(2015)、林翠蓮、陳恒毅(2015)、許國光(2006)
D 補習班環境	D1 安全立案 D2 環境舒適 D3 教學設備 D4 交通便利	賴麗秋(1997)、袁一如(2002)、洪郁年(2005)、張春桂(2005)、謝文德(2006)、陳嘉良(2007)、林志勇(2007)、張義雄(2007)、陳莒輝(2009)

3.2 研究對象

本研究範圍以嘉義市某補習班學生之家長為限，補習班位於嘉義市中心周圍，學生來源無區域性的限制（補習班周圍國中、小學校學生居多），亦包含從鄰近縣市之學生。研究對象僅針對一〇八學年度嘉義市三間私立補習班在學之學生家長、補習班經營者和授課老師，該學年度此三間補習班學生人數均落在 100 至 150 人之間，選擇與補習班互動良好的學生家長，且較主動積極關心孩子學習狀況與補習班互動頻繁，共十六人，協請該學生家長，將其選擇補習班考量因素透過問卷調查方式來進行研究，如表 3-2。

表 3-2 問卷調查的對象和人數

單位	補習班	受測家長 人數	受測老師 人數	受測經營 者人數	回收率
嘉義市中心 周圍私立國 中、小短期 文理補習班	A 班	6	7	1	
	B 班	6	5	1	
	C 班	4	4	1	
合計		16	16	3	100%

3.3 研究工具與實施

依據文獻探討，整理出影響家長選擇補習班考量因素，且因應本研究嘉義市補習班特性，建構出符合某補習班家長選擇補習班考量因素之主要構面及評估項目，編製「以AHP分析法探討家長選擇補習班考量因素之研究—以嘉義市某補習班為例」之層級分析問卷（見附錄一）。

此問卷分為「問卷填寫說明」及「問卷內容」兩部分。「問卷填寫說明」主要闡述研究目的、研究方法及問卷架構，讓填問卷之家長能了解本問卷之研究方向實施步驟。問卷內容結構為「A補習班口碑」、「B補習班師資」、「C補習班課程」、「D補習班環境」等四構面與十六個關鍵因素評估項目，建構模式如圖3-1。

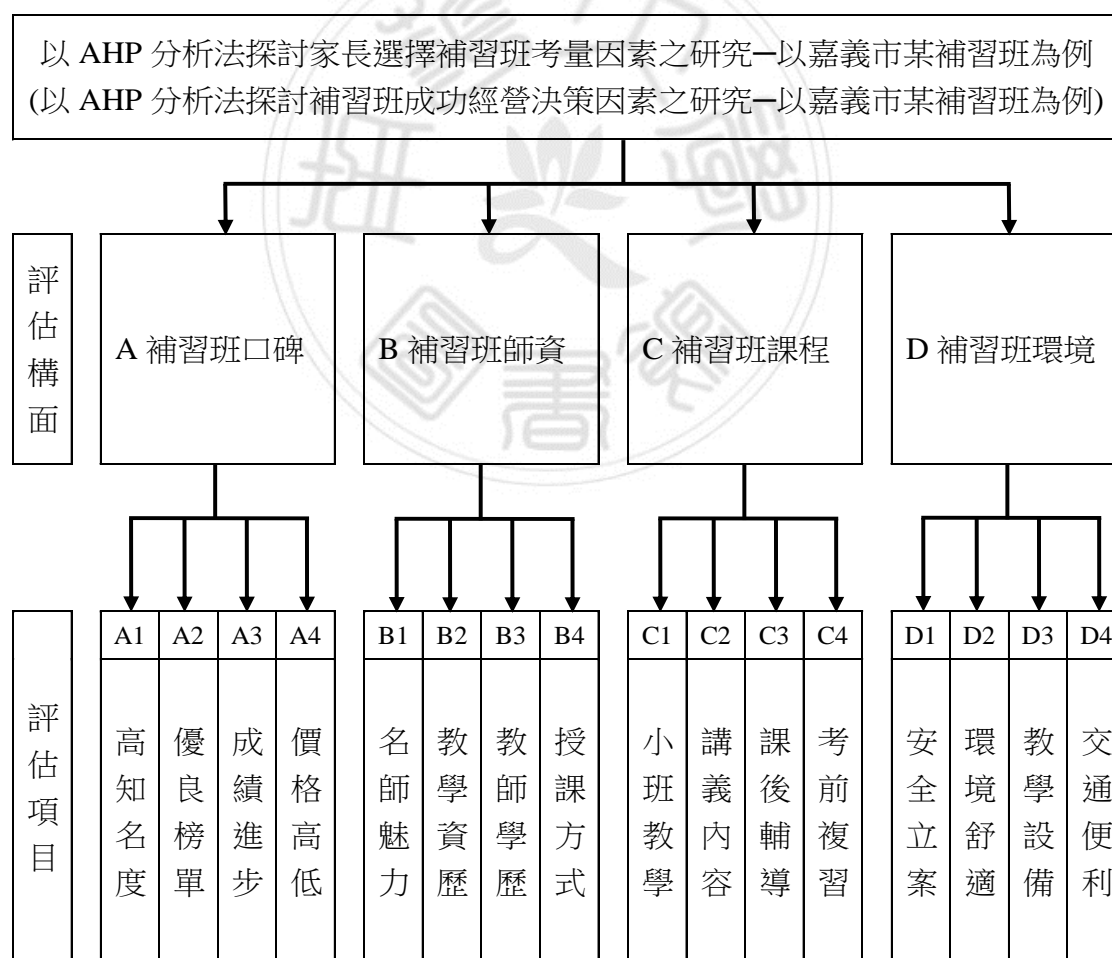


圖 3.1 本研究之評估項目層級架構圖

3.4 資料處理與分析

層級分析問卷資料處理與分析中，為了避免填卷者主觀的判斷，而形成在做成對比較時的前後無法達到一貫性，Saaty 建議以一致性指標 (Consistence Index, C. I.) 與一致性比例 (Consistence Ratio, C. R.) 來檢定對偶比較矩陣的一致性。評估的結果要能通過一致性檢定，才能顯示填卷者的判斷前後一致，被視為有效的問卷。

因此本研究所有問卷皆經過一致性指標 (C. I.) 與一致性比率 (C. R.) 之檢定，其篩檢原則為：一致性指標 $C. I. < 0.1$ ；一致性比率 $C. R. < 0.1$ 。回收之問卷使用 Goepel (2013) 為 AHP 設計之 Excel 試算表，計算各構面與各評估項目間之相對權重。



第四章 研究分析與討論

本研究藉由文獻探討，找出影響家長選擇補習班考量之關鍵因素，相對此關鍵因素亦是補習班經營成功策略之方向，建立起四項評估構面和十六項關鍵評估項目之AHP層級架構，接著設計問卷，針對三間補習班內家長與補習班互動較為頻繁，且關心孩子在班學習成效的家長合計十六名、補習班老師十六名和補習班經營者三名，共十六位學生家長、十六位補習班老師和三位經營者為研究樣本，進行補習班家長、老師和經營者問卷調查；另一部分問卷的發放填寫，為避免影響本問卷的效度，由研究者親自向填寫者說明各構面、評估項目的意義，並提醒填寫重點。問卷一共發出三十五份，回收三十五份，回收率為100%，有效問卷三十五份。最後依據調查資料歸納進行統計分析，並加以討論。本章內容分為三部分說明：第一節說明研究樣本之背景資料，第二節說明層級分析問卷相對權重計算過程與結果，並將各構面評估項目排序與分析，第三節彙整研究結果整體排序與分析討論。

4.1 研究樣本背景描述

本研究家長問卷研究樣本背景調查之內容包含性別、年齡、教育程度、職業、家庭年月收入、子女數、居住區域、選擇補習班決定者，共計八項，資料統計如表 4-1 所示。

表 4-1 嘉義市某補習班家長基本資料統計表

背景描述	內容	人數統計	百分比(100%)
性別	男性	3	18.75 %
	女性	13	81.25 %
年齡	30 歲以下	2	12.50 %
	31-40 歲	4	25.00 %
	41 歲以上	10	62.50 %

表 4-1 嘉義市某補習班家長基本資料統計表(續)

教育程度	國中(含)以下	0	0 %
	高中職(五專)	4	25.00 %
	大學	8	50.00 %
	研究所以上	4	25.00 %
職業類別	公教	3	18.75 %
	軍警	0	0 %
	工	0	0 %
	商	2	12.50 %
	服務業	5	31.25 %
	家管	5	31.25 %
	其他	1	6.25 %
家庭平均月收入	4 萬以下	0	0 %
	4 萬-6 萬	4	25.00 %
	6 萬-8 萬	2	12.25 %
	8 萬-10 萬	4	25.00 %
	10 萬以上	6	37.25 %
子女數	1 位	4	25.00 %
	2 位	8	50.00 %
	3 位	2	12.25 %
	4 位以上	2	12.25 %
居住區域	嘉義市	14	87.50 %
	外縣市	2	12.50 %
選擇補習班決定者	父	1	6.25 %
	母	4	25.00 %
	父母	10	62.50 %
	祖父母	0	0 %
	其他	1	6.25 %

資料來源：本研究整理

本研究家長問卷填寫者為男性家長有 3 人，女性家長有 13 人；年齡分布以 41 歲以上最多（10 位，62.50%），其次為 31 歲至 40 歲（4 位，25.00%）；教育程度以大學學歷比例最高（8 位，50.00%），其次為研究所以上（4 位，25.00%）和高中職（五專）國中學歷（皆各有 4 位，25.00%）；職業部分以服務業和家管農業較多（皆各有 5 人，31.25%），其次為公教（有 3 位，18.75%）；家庭月收入方面部分以 10 萬以上較多（6 位，37.25%），其次為四萬~六萬和八萬~十萬（皆各有 4 位，25.00%）；子女數以二位子女最多（8 位，50.00%），其次為一位子女（有 4 位，25.00%）；居住區域在嘉義市最多（14 位，87.50%），居住區域在外縣市狀況較少（2 位，12.50%）；選校決定以父母共同決定最多（10 位，62.50%），其次為母親決定（4 位，25.00%）。

本研究補習班老師和經營者問卷研究樣本背景調查之內容包含性別、年齡、教育程度、從事補習班職務、平均月收入、從事補習班學生數、居住區域、補教業年資，共計八項，資料統計如表 4-2、4-3 所示。

表 4-2 嘉義市某補習班老師基本資料統計表

背景描述	內容	人數統計	百分比(100%)
性別	男性	6	37.50 %
	女性	10	62.50 %
年齡	30 歲以下	11	68.75 %
	31-40 歲	4	25.00 %
	41 歲以上	1	6.25 %
教育程度	專科	0	0 %
	大學	11	68.75 %
	研究所以上	5	31.25 %
從事補習班職務	股東	0	0 %
	主任	0	0 %
	老師	14	87.50 %
	櫃台老師	2	12.50 %

表 4-2 嘉義市某補習班老師基本資料統計表 (續)

背景描述	內容	人數統計	百分比(100%)
平均月收入	4 萬以下	14	87.50 %
	4 萬-6 萬	2	12.50 %
	6 萬-8 萬	0	0 %
	8 萬-10 萬	0	0 %
	10 萬以上	0	0 %
從事補習班學生數	51~100 人	0	0 %
	101~150 人	16	100.00 %
	151 人以上	0	0 %
居住區域	嘉義市	12	75.00 %
	外縣市	4	25.00 %
補教業年資	1 年以下	0	0 %
	1~3 年	1	6.25 %
	3~10 年	13	81.25 %
	10~20 年	1	6.25 %
	20 年以上	1	6.25 %

資料來源：本研究整理

本研究補習班工作人員問卷填寫者為男性家長有 6 人，女性家長有 10 人；年齡分布以 30 歲以上最多(11 位, 68.75%)，其次為 31 歲至 40 歲(4 位, 25.00%)；教育程度以大學學歷比例最高(11 位, 68.75%)，其次為研究所以上(4 位, 25.00%)；從事補習班職務部分老師較多（皆各有 14 人，87.50%），其次為櫃台老師（有 2 位，12.50%）；月收入方面以 4 萬以下較多（14 位，87.50%），其次為四萬~六萬（有 4 位，12.50%）；從事補習班學生數均為相同約 100 至 150 人（16 位，100.00%）；居住區域在嘉義市最多（12 位，75.00%），居住區域在外縣市狀況較少（4 位，25.00%）；補教業年資以 3~10 年最多（13 位，81.25%），其次為 1~3 年、10~20 年和 20 年以上（皆各 1 位，6.75%）。

表 4-3 嘉義市某補習班經營者基本資料統計表

背景描述	內容	人數統計	百分比(100%)
性別	男性	2	66.67 %
	女性	1	33.33 %
年齡	31-40 歲	1	33.33 %
	41 歲以上	2	66.67 %
教育程度	高中職	0	0 %
	專科	1	33.33 %
	大學	1	33.33 %
	研究所以上	1	33.33 %
從事補習班職務	股東	3	100.00 %
	主任	0	0 %
平均月收入	4 萬-6 萬	0	0 %
	6 萬-8 萬	2	66.67 %
	8 萬-10 萬	1	33.33 %
	10 萬以上	0	0 %
從事補習班學生數	51~100 人	0	0 %
	101~150 人	3	100.00 %
	151 人以上	0	0 %
居住區域	嘉義市	3	100.00 %
	外縣市	0	0 %
補教業年資	10~20 年	1	33.33 %
	20 年以上	2	66.67 %

資料來源：本研究整理

本研究補習班經營者問卷填寫者為男性家長有 2 人，女性家長有 1 人；年齡分布以 41 歲以上最多（2 位，66.67%），其次為 31 歲至 40 歲（1 位，33.33%）；教育程度均相同研究所、大學和專科（皆各 1 位，33.33%）；從事補習班職務部分都是股東兼補習班主任（3 人，100.00%）；月收入方面以 6 萬-8 萬較多（2 位，66.67%），其次為 8 萬-10 萬（有 1 位，33.33%）；從事補習班學生數均為

相同約 100 至 150 人（3 位，100.00%）；居住區域在嘉義市最多（3 位，100.00%）；補教業年資以 20 年以上最多（2 位，66.67%），其次為 10~20 年（1 位，33.33%）。

4.2 專家問卷檢定與分析

4.2.1 一致性檢定表

本研究將回收問卷填答數據輸入 AHP Excel 試算表，運算結果各個構面和評估項目之一致性檢定(C. I.)和(C. R.)值都小於 0.1，顯示填卷者的判斷前後一致，通過一致性檢定，顯示本研究問卷結果一致性良好，主構面分析表數據如表 4-4 ~表 4-6 所示：

表 4-4 層級分析補習班家長問卷一致性檢定表

	整體構面	A 構面項目	B 構面項目	C 構面項目	D 構面項目
一致性指標 (C. I.)	0.011 < 0.1	0.006 < 0.1	0.014 < 0.1	0.005 < 0.1	0.036 < 0.1
一致性比率 (C. R.)	0.012 < 0.1	0.007 < 0.1	0.016 < 0.1	0.005 < 0.1	0.040 < 0.1
通過/不通過	通過	通過	通過	通過	通過

表 4-5 層級分析補習班老師問卷一致性檢定表

	整體構面	A 構面項目	B 構面項目	C 構面項目	D 構面項目
一致性指標 (C. I.)	0.004 < 0.1	0.003 < 0.1	0.033 < 0.1	0.008 < 0.1	0.030 < 0.1
一致性比率 (C. R.)	0.004 < 0.1	0.003 < 0.1	0.036 < 0.1	0.009 < 0.1	0.034 < 0.1
通過/不通過	通過	通過	通過	通過	通過

表 4-6 層級分析補習班經營者問卷一致性檢定表

	整體構面	A 構面項目	B 構面項目	C 構面項目	D 構面項目
一致性指標 (C. I.)	0.063 < 0.1	0.027 < 0.1	0.063 < 0.1	0.025 < 0.1	0.057 < 0.1
一致性比率 (C. R.)	0.069 < 0.1	0.030 < 0.1	0.070 < 0.1	0.028 < 0.1	0.063 < 0.1
通過/不通過	通過	通過	通過	通過	通過

4.2.2 主構面權重分析

依層級分析法計算主構面之相對權重，結果如下列表 4-7~表 4-9 所示。

表 4-7 層級分析補習班家長問卷—主構面分析

構面	A.補習班口碑	B.補習班師資	C.補習班課程	D.補習班設備	權重
A.補習班口碑	1	0.4821	0.4671	1.0164	0.160
B.補習班師資	2.0740	1	1.6879	2.3559	0.390
C.補習班課程	2.1407	0.5925	1	2.1746	0.298
D.補習班設備	0.9839	0.4245	0.4599	1	0.152

($\lambda = 4.032$ C. I. = 0.011 C. R. = 0.012)

表 4-8 層級分析補習班老師問卷—主構面分析

構面	A.補習班口碑	B.補習班師資	C.補習班課程	D.補習班設備	權重
A.補習班口碑	1	0.5708	0.4893	1.5596	0.180
B.補習班師資	1.7519	1	1.0324	3.9124	0.361

表 4-8 層級分析補習班老師問卷—主構面分析(續)

C.補習班課程	2.0437	0.9686	1	3.3752	0.355
D.補習班設備	0.6412	0.2556	0.2963	1	0.104

($\lambda=4.011$ C. I.= 0.004 C. R.= 0.004)

表 4-9 層級分析補習班經營者問卷—主構面分析

構面	A.補習班口碑	B.補習班師資	C.補習班課程	D.補習班設備	權重
A.補習班口碑	1	0.3420	1.4422	1.4422	0.206
B.補習班師資	2.9240	1	3.5569	1.4422	0.446
C.補習班課程	0.6934	0.2811	1	1.4422	0.168
D.補習班設備	0.6934	0.6934	0.6934	1	0.180

($\lambda=4.188$ C. I.= 0.063 C. R.= 0.069)

4.2.3 評估項目權重分析

依層級分析法計算補習班家長問卷各評估項目間之相對權重，結果如下列表 4-10~表 4-13 所示。

表 4-10 層級分析補習班家長問卷—「補習班口碑」評估項目分析

評估項目	A1 高知名度	A2 優良榜單	A3 成績進步	A4 價格高低	權重
A1 高知名度	1	0.2796	0.6793	0.3364	0.099
A2 優良榜單	3.5759	1	2.3068	0.6084	0.259
A3 成績進步	1.4720	0.4335	1	0.3509	0.497
A4 價格高低	2.9728	1.6436	2.8497	1	0.146

($\lambda=4.042$ C. I.= 0.014 C. R.= 0.016)

表 4-11 層級分析補習班家長問卷—「補習班師資」評估項目分析

評估項目	B1 名師魅力	B2 教學資歷	B3 教師學歷	B4 授課方式	權重
B1 名師魅力	1	0.2797	0.6793	0.3364	0.110
B2 教學資歷	3.5759	1	2.3068	0.6084	0.324
B3 教師學歷	0.8936	0.5774	1	1.1752	0.148
B4 授課方式	0.8936	0.5770	0.8509	1	0.418

($\lambda = 4.024$ C. I.= 0.008 C. R.= 0.009)

表 4-12 層級分析補習班家長問卷—「補習班課程」評估項目分析

評估項目	C1 小班教學	C2 講義內容	C3 課後輔導	C4 考前複習	權重
C1 小班教學	1	0.2797	0.3944	0.6980	0.121
C2 講義內容	3.5759	1	1.1598	1.7519	0.376
C3 課後輔導	2.5355	0.8622	1	1.4103	0.303
C4 考前複習	1.4327	0.5708	0.7090	1	0.200

($\lambda = 4.014$ C. I.= 0.005 C. R.= 0.005)

表 4-13 層級分析補習班家長問卷—「補習班設備」評估項目分析

評估項目	D1 安全立案	D2 環境舒適	D3 教學設備	D4 交通便利	權重
D1 安全立案	1	2.7720	2.4035	2.2079	0.441
D2 環境舒適	0.3608	1	0.8898	1.7698	0.193
D3 教學設備	0.4161	1.1239	1	2.4827	0.235
D4 交通便利	0.4529	0.5650	0.4028	1	0.132

($\lambda = 4.107$ C. I.= 0.036 C. R.= 0.040)

依層級分析法計算補習班老師問卷各評估項目間之相對權重，結果如下列表 4-14～表 4-17 所示。

表 4-14 層級分析補習班老師問卷—「補習班口碑」評估項目分析

評估項目	A1 高知名度	A2 優良榜單	A3 成績進步	A4 價格高低	權重
A1 高知名度	1	0.4819	0.3697	1.3660	0.150
A2 優良榜單	2.0750	1	0.8577	3.4268	0.335
A3 成績進步	2.7047	1.1660	1	4.6328	0.416
A4 價格高低	0.7320	0.2918	0.2159	1	0.099

($\lambda=4.008$ C. I.= 0.003 C. R.= 0.003)

表 4-15 層級分析補習班老師問卷—「補習班師資」評估項目分析

評估項目	B1 名師魅力	B2 教學資歷	B3 教師學歷	B4 授課方式	權重
B1 名師魅力	1	0.7598	2.3309	0.5444	0.213
B2 教學資歷	1.3161	1	4.7097	0.5385	0.299
B3 教師學歷	0.4290	0.2123	1	0.3330	0.094
B4 授課方式	1.8369	1.8570	3.0031	1	0.393

($\lambda=4.098$ C. I.= 0.033 C. R.= 0.036)

表 4-16 層級分析補習班老師問卷—「補習班課程」評估項目分析

評估項目	C1 小班教學	C2 講義內容	C3 課後輔導	C4 考前複習	權重
C1 小班教學	1	0.3528	1.2956	0.9535	0.189
C2 講義內容	2.8345	1	2.4194	1.7604	0.432
C3 課後輔導	0.7719	0.4133	1	0.8484	0.167

表 4-16 層級分析補習班老師問卷—「補習班課程」評估項目分析(續)

C4 考前複習	1.0488	0.5681	1.1787	1	0.212
---------	--------	--------	--------	---	-------

($\lambda=4.025$ C. I.= 0.008 C. R.= 0.009)

表 4-17 層級分析補習班老師問卷—「補習班設備」評估項目分析

評估項目	D1 安全立案	D2 環境舒適	D3 教學設備	D4 交通便利	權重
D1 安全立案	1	1.9880	1.8369	1.4258	0.363
D2 環境舒適	0.5030	1	1.5106	1.4251	0.245
D3 教學設備	0.5444	0.6620	1	1.5513	0.209
D4 交通便利	0.7014	0.7017	0.6446	1	0.183

($\lambda=4.091$ C. I.= 0.030 C. R.= 0.034)

依層級分析法計算補習班經營者問卷各評估項目間之相對權重，結果如下列表 4-18~表 4-21 所示。

表 4-18 層級分析補習班經營者問卷—「補習班口碑」評估項目分析

評估項目	A1 高知名度	A2 優良榜單	A3 成績進步	A4 價格高低	權重
A1 高知名度	1	0.4055	1.2164	0.5848	0.175
A2 優良榜單	2.4662	1	1.7100	2.4662	0.416
A3 成績進步	0.8221	0.5848	1	1	0.196
A4 價格高低	1.7100	0.4055	1	1	0.214

($\lambda=4.081$ C. I.= 0.027 C. R.= 0.030)

表 4-19 層級分析補習班經營者問卷—「補習班師資」評估項目分析

評估項目	B1 名師魅力	B2 教學資歷	B3 教師學歷	B4 授課方式	權重
B1 名師魅力	1	1.4423	4.2172	1	0.313

表 4-19 層級分析補習班經營者問卷—「補習班師資」評估項目分析(續)

B2 教學資歷	0.6933	1	4.2172	0.2371	0.193
B3 教師學歷	0.2371	0.2371	1	0.2	0.067
B4 授課方式	1	4.2172	5	1	0.427

($\lambda=4.189$ C. I.= 0.063 C. R.= 0.070)

表 4-20 層級分析補習班經營者問卷—「補習班課程」評估項目分析

評估項目	C1 小班教學	C2 講義內容	C3 課後輔導	C4 考前複習	權重
C1 小班教學	1	0.5848	1.7100	1.7100	0.253
C2 講義內容	1.7100	1	2.4662	3.5569	0.440
C3 課後輔導	0.5848	0.4055	1	0.5848	0.140
C4 考前複習	0.5848	0.2811	1.7100	1	0.167

($\lambda=4.075$ C. I.= 0.025 C. R.= 0.028)

表 4-21 層級分析補習班經營者問卷—「補習班設備」評估項目分析

評估項目	D1 安全立案	D2 環境舒適	D3 教學設備	D4 交通便利	權重
D1 安全立案	1	4.3267	5.7388	4.3267	0.578
D2 環境舒適	0.2311	1	4.2171	0.8434	0.176
D3 教學設備	0.1743	0.2371	1	0.2513	0.062
D4 交通便利	0.2311	1.1856	3.9791	1	0.185

($\lambda=4.170$ C. I.= 0.057 C. R.= 0.063)

綜合家長選擇補習班考量因素(補習班成功經營決策因素)之 4 個主構面和 16 項評估項目分析如表 4-22~表 4-24 所示。

表 4-22 層級分析家長問卷—評估項目權重表

構面	構面權重	關鍵因素評估項目	評估項目權重
A. 補習班口碑	0.160	A1 高知名度	0.099
		A2 優良榜單	0.259
		A3 成績進步	0.496
		A4 價格高低	0.146
B. 補習班師資	0.390	B1 名師魅力	0.110
		B2 教學資歷	0.324
		B3 教師學歷	0.148
		B4 授課方式	0.418
C. 補習班課程	0.298	C1 小班教學	0.121
		C2 講義內容	0.376
		C3 課後輔導	0.303
		C4 考前複習	0.200
D. 補習班環境	0.152	D1 安全立案	0.441
		D2 環境舒適	0.193
		D3 教學設備	0.234
		D4 交通便利	0.132

表 4-23 層級分析補習班老師問卷—評估項目權重表

構面	構面權重	關鍵因素評估項目	評估項目權重
A. 補習班口碑	0.180	A1 高知名度	0.150
		A2 優良榜單	0.335
		A3 成績進步	0.416
		A4 價格高低	0.099
B. 補習班師資	0.361	B1 名師魅力	0.213
		B2 教學資歷	0.299
		B3 教師學歷	0.094
		B4 授課方式	0.393
C. 補習班課程	0.355	C1 小班教學	0.189
		C2 講義內容	0.432
		C3 課後輔導	0.167
		C4 考前複習	0.212
D. 補習班環境	0.104	D1 安全立案	0.363
		D2 環境舒適	0.245
		D3 教學設備	0.209
		D4 交通便利	0.183

表 4-24 層級分析補習班經營者問卷—評估項目權重表

構面	構面權重	關鍵因素評估項目	評估項目權重
A. 補習班口碑	0.206	A1 高知名度	0.175
		A2 優良榜單	0.416
		A3 成績進步	0.196
		A4 價格高低	0.214
B. 補習班師資	0.446	B1 名師魅力	0.313
		B2 教學資歷	0.193
		B3 教師學歷	0.067
		B4 授課方式	0.427
C. 補習班課程	0.168	C1 小班教學	0.253
		C2 講義內容	0.440
		C3 課後輔導	0.140
		C4 考前複習	0.167
D. 補習班環境	0.180	D1 安全立案	0.577
		D2 環境舒適	0.176
		D3 教學設備	0.062
		D4 交通便利	0.185

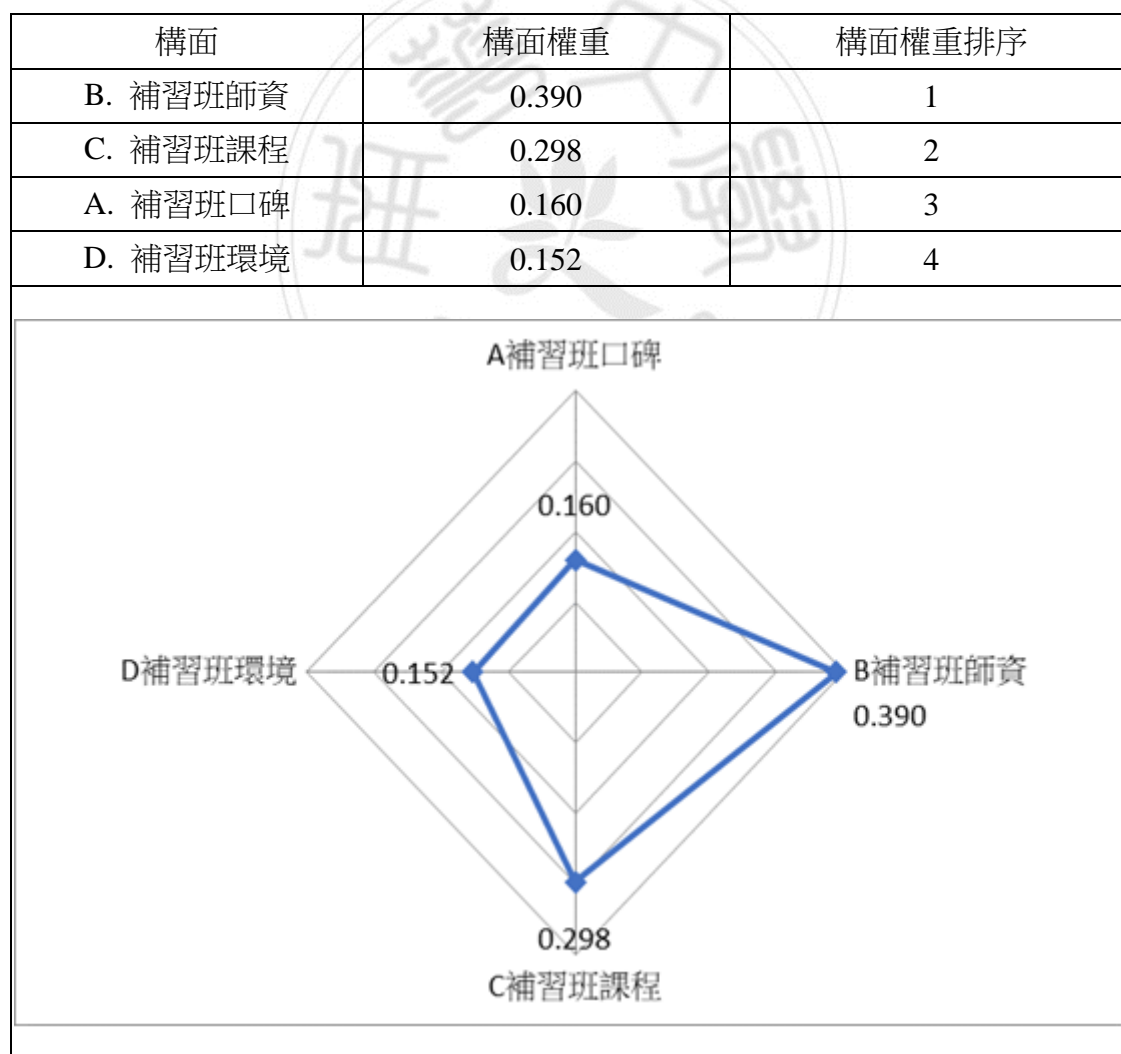
4.3 選擇補習班考量因素結果整體排序與討論

4.3.1 問卷調查結果分析

一、主構面相對權重分析

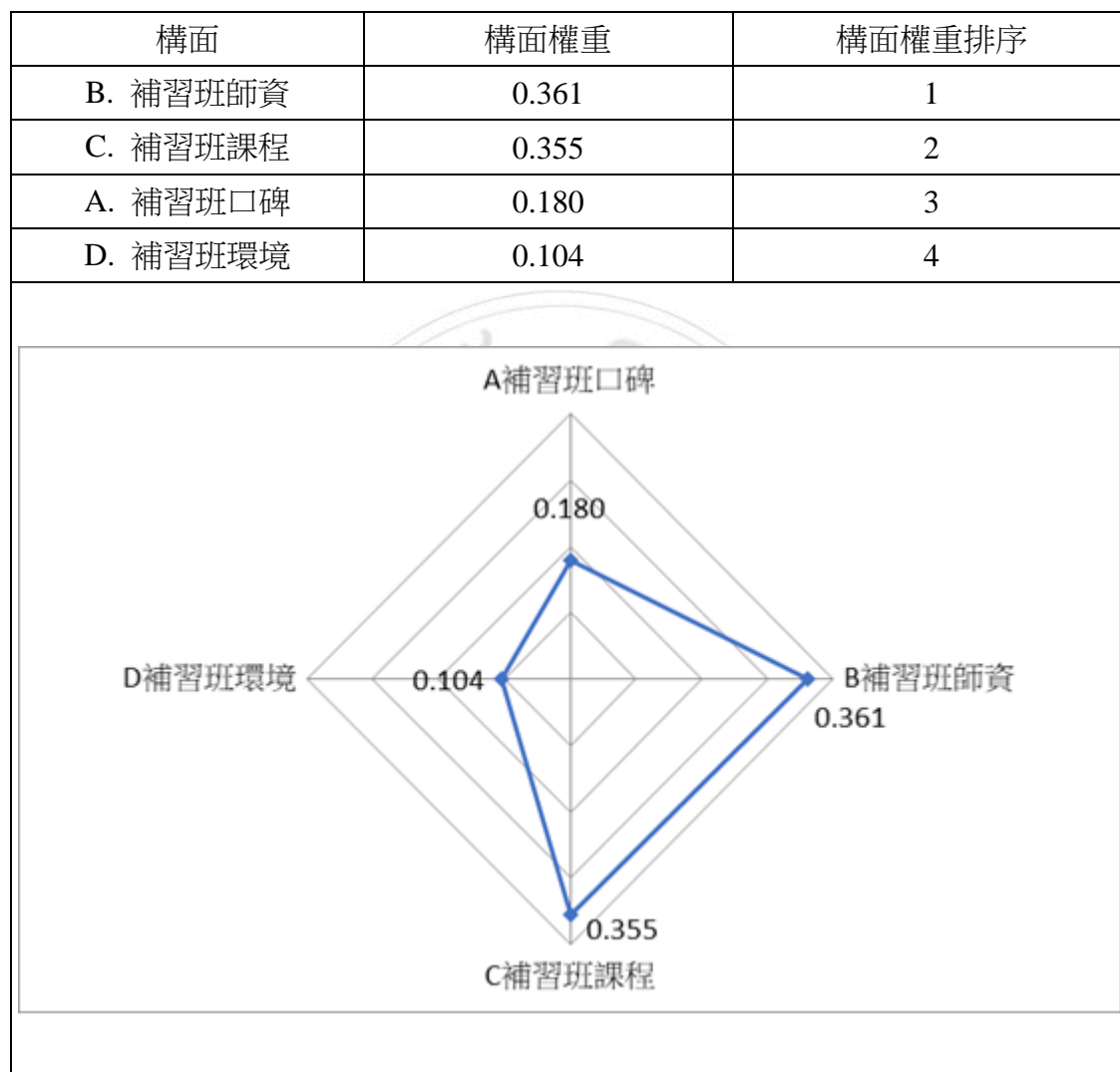
本研究在構面評估上可分為「補習班口碑」、「補習班師資」、「補習班課程」、「補習班環境」四種項目。歸納家長問卷四個構面相互比較權重分析結果，按照權重數值的排序分別為：第一「B.補習班師資」權重 0.390，第二「C.補習班課程」權重 0.298，第三「A.補習班口碑」權重 0.160，第四「D.補習班環境」權重 0.152，結果如表 4-25 所示。

表 4-25 層級分析家長問卷—主構面權重排序與雷達圖



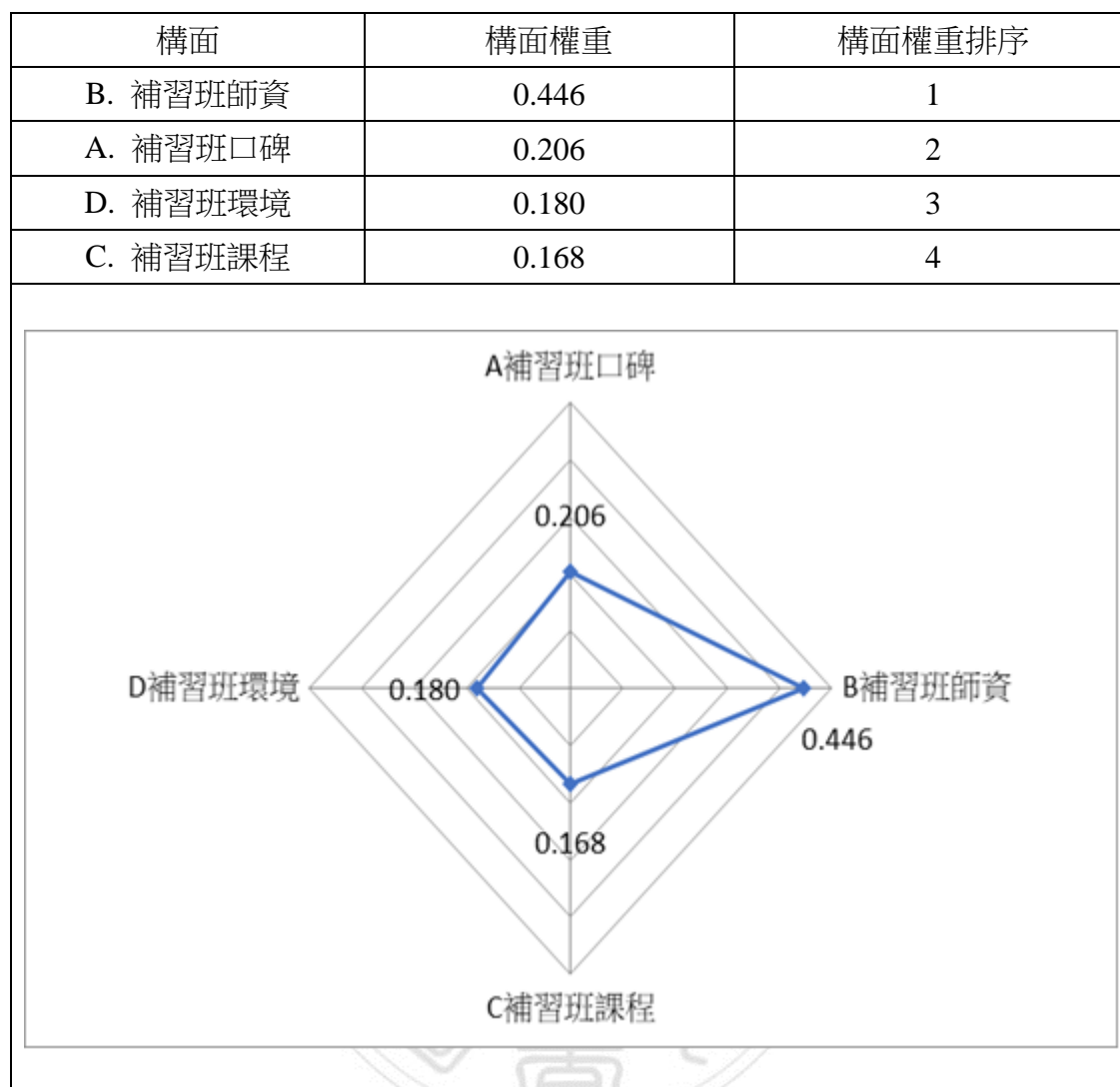
歸納補習班老師問卷四個構面相互比較權重分析結果，按照權重數值的排序分別為：第一「B.補習班師資」權重 0.361，第二「C.補習班課程」權重 0.355，第三「A.補習班口碑」權重 0.180，第四「D.補習班環境」權重 0.104，結果如表 4-26 所示。

表 4-26 層級分析補習班老師問卷—主構面權重排序與雷達圖



歸納補習班經營者問卷四個構面相互比較權重分析結果，按照權重數值的排序分別為：第一「B.補習班師資」權重 0.446，第二「A.補習班口碑」權重 0.206，第三「D.補習班環境」權重 0.180，第四「C.補習班課程」權重 0.168，結果如表 4-27 所示。

表 4-27 層級分析補習班經營者問卷—主構面權重排序與雷達圖



由分析結果可知家長選擇補習班考量因素的選擇認知中，主構面中所佔權重最高者為「補習班師資」，另外補習班老師與經營者在補習班成功經營決策因素認知中，主構面中所佔權重最高者也是為「補習班師資」；「補習班課程」在家長和補習班老師問卷中為第二關鍵影響因素；其次為補習班口碑與補習班環境兩個構面，家長認為一般補習班口碑與環境，並非選擇補習班的關鍵影響因素，此項與在補習班工作的老師觀點相同；除了「補習班師資」在家長、老師與補習班經營者問卷都是最主要關鍵因素，補習班經營者認為「補習班口碑」為接續的重要關鍵，其次才是為「補習班環境」和「補習班課程」，此排序與家長和老師認知不相同，補習班經營者經營策略上認為在補習班師資之後，應強化補習班口碑以

利招生，提高知名度吸引學生家長目光。

二、「補習班口碑」評估項目相對權重分析

在「補習班口碑」之下的四個評估項目，家長問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別為：第一「A3 成績進度」權重 0.496，第二「A2 優良榜單」權重 0.259，第三「A4 價格高低」權重 0.146，第四「A1 高知名度」權重 0.099，結果如表 4-28 所示。

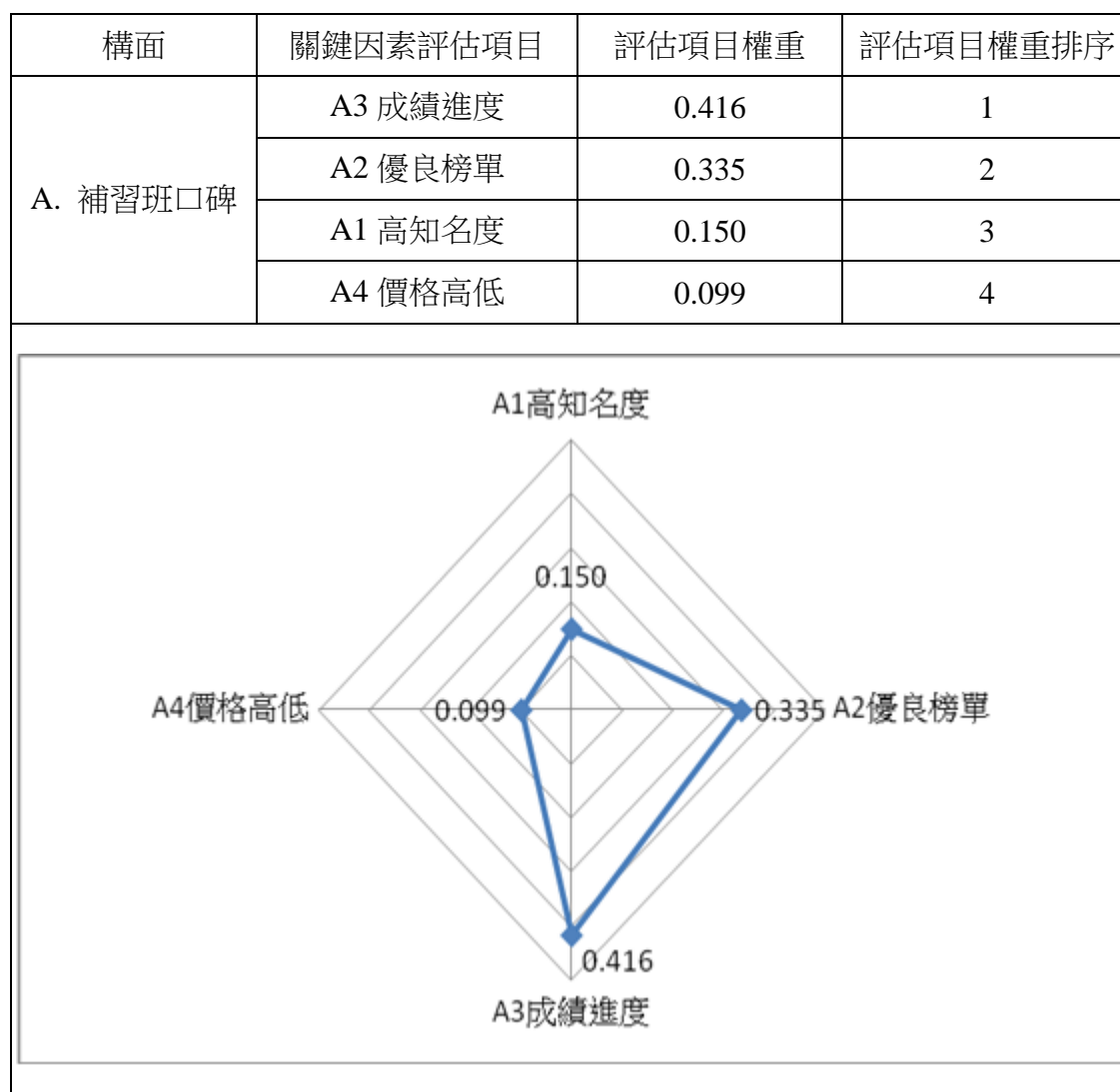
表 4-28 「補習班口碑」家長問卷評估項目排序與雷達圖



補習班老師問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別

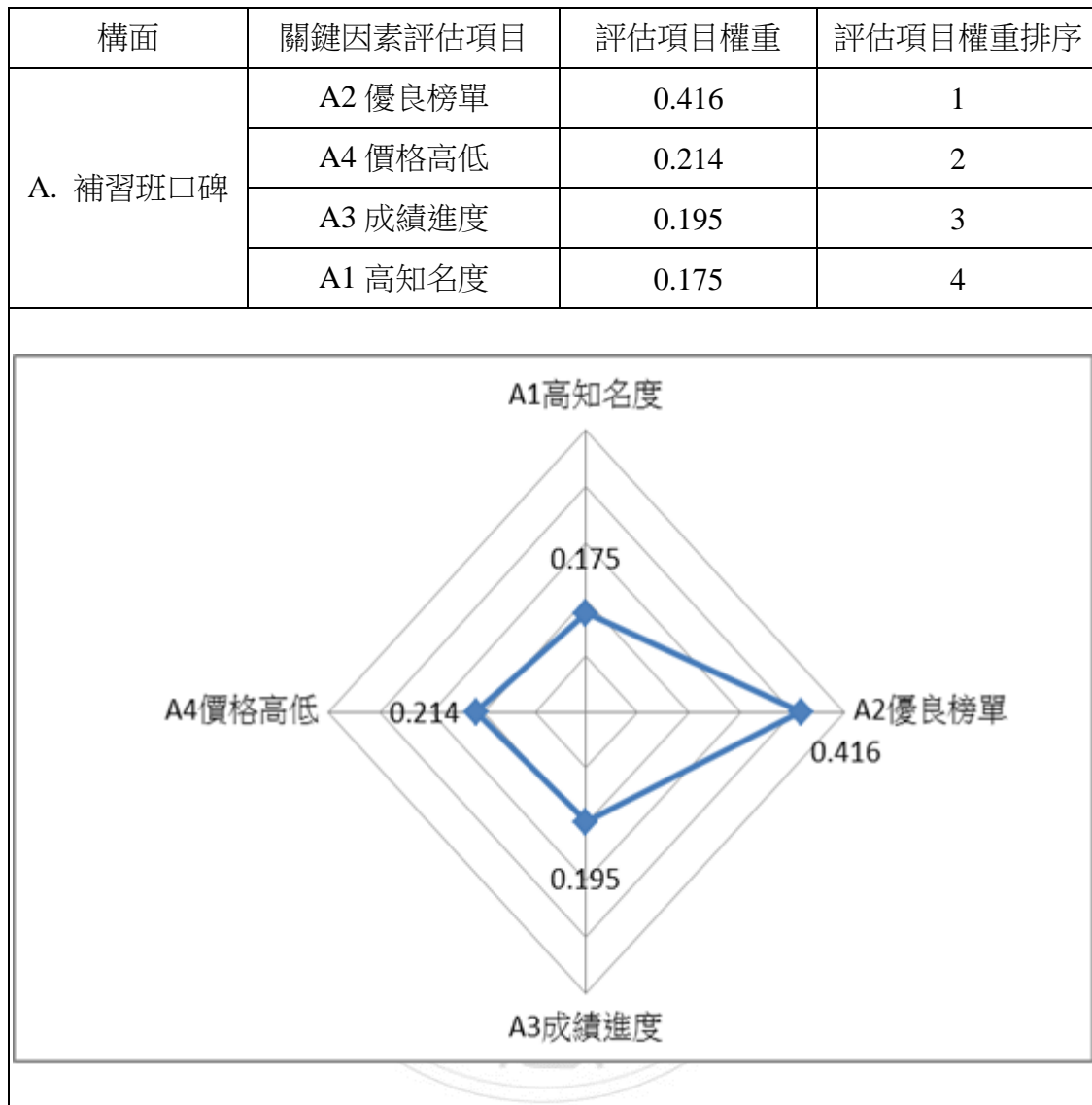
為：第一「A3 成績進度」權重 0.416，第二「A2 優良榜單」權重 0.335，第三「A1 高知名度」權重 0.150，第四「A4 價格高低」權重 0.099，結果如表 4-29 所示。

表 4-29 「補習班口碑」補習班老師問卷評估項目排序與雷達圖



補習班經營者問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別為：第一「A2 優良榜單」權重 0.416，第二「A4 價格高低」權重 0.214，第三「A3 成績進度」權重 0.196，第四「A1 高知名度」權重 0.175，結果如表 4-30 所示。

表 4-30 「補習班口碑」補習班經營者問卷評估項目排序與雷達圖



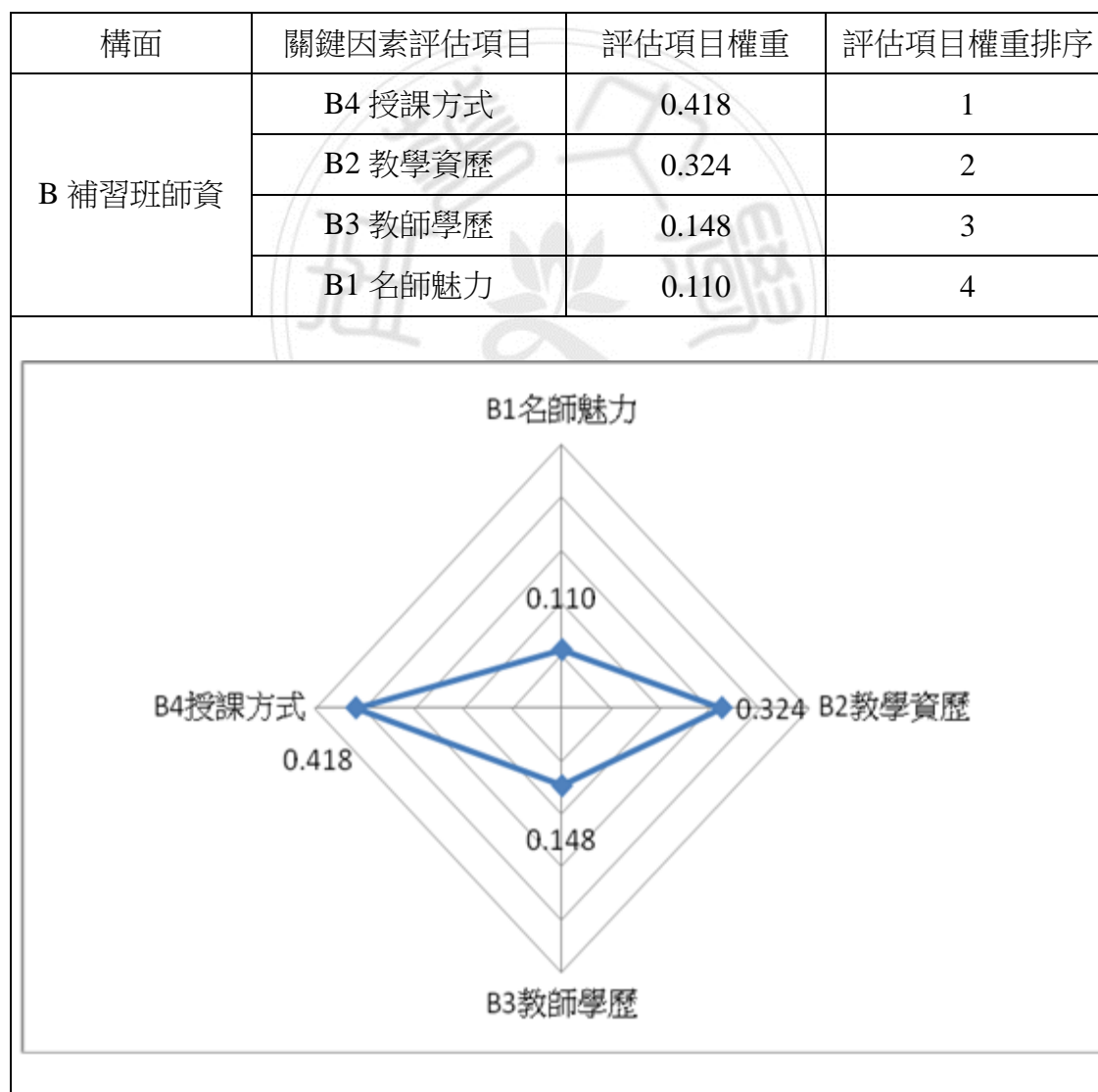
家長和老師於「補習班口碑」構面的四個評估因素中，家長和老師最重視「成績進步」，也就是說家長選擇補習班考量因素時，本研究補習班給予家長的口碑評價中，給予較高的「成績進步」權重，於選擇補習班因素中是家長信任的影響因子，此項和補習班老師工作重點讓學生「成績進步」相同；其次是「優良榜單」，補習班以往能不能交出亮眼的成績讓家長有信心，此評估項目在老師問卷中也與家長相同，其餘則偏低；然而在補習班經營者與家長、老師便不相同，補習班在評估項目「優良榜單」因素為最主要，接續為「價格高低」，其次才為成績進度、高知名度，經營者將創造優良榜單及補習優惠費用價格高低放在招生策略主要項

目。故補習班經營方向，讓孩子課業成績不斷進步，學習有成效，並且創造優異榜單，提高補習班教學品質，便可提升知名度，取得家長所信任。

三、「補習班師資」評估項目相對權重分析

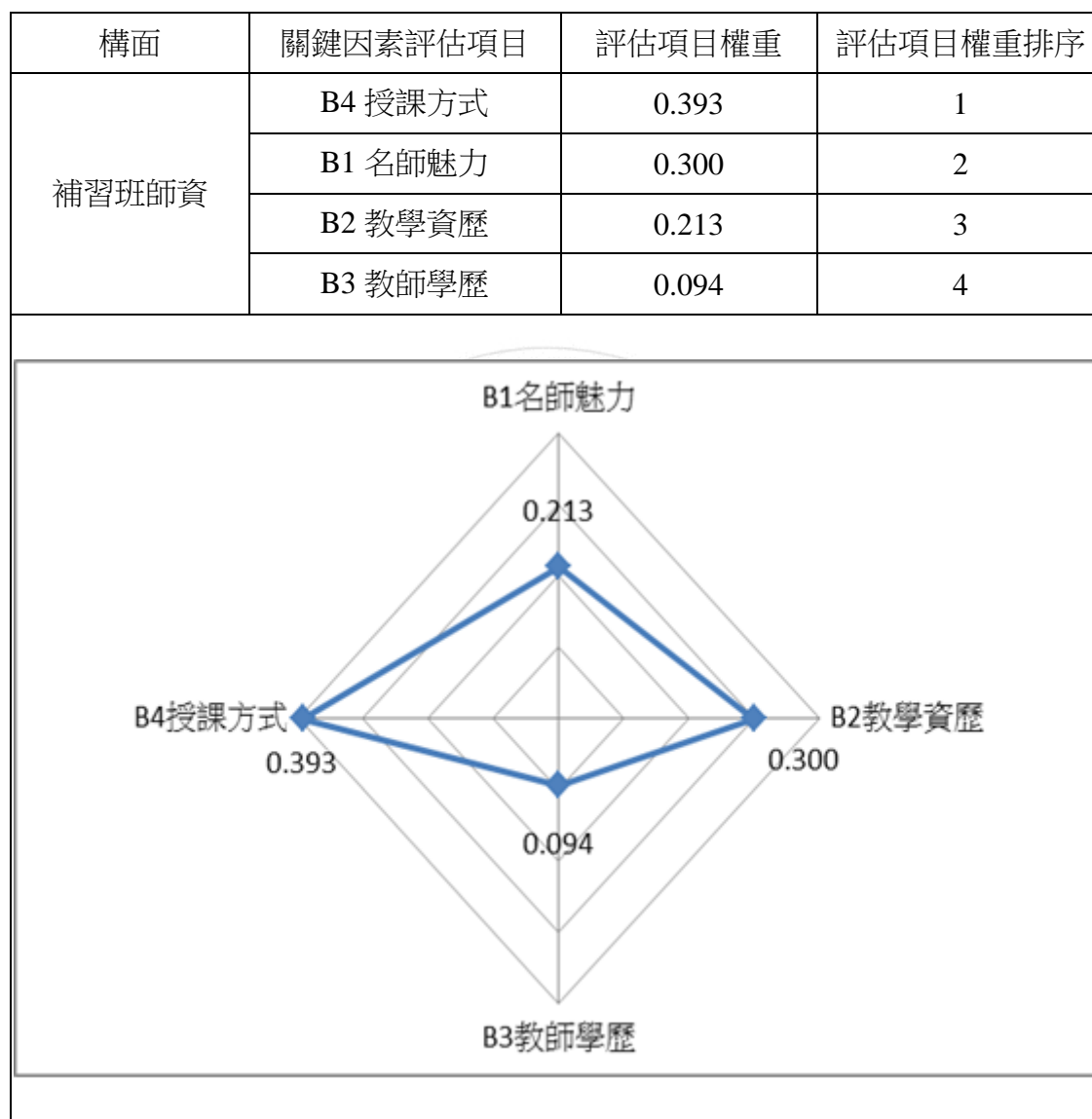
在「補習班師資」之下的四個評估項目，家長問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別為：第一「B4 授課方式」權重 0.418，第二「B2 教學資歷」權重 0.324，第三「B3 教師學歷」權重 0.148，第四「B1 名師魅力」權重 0.110，結如表 4-31 所示。

表 4-31 「補習班師資」家長問卷評估項目排序與雷達圖



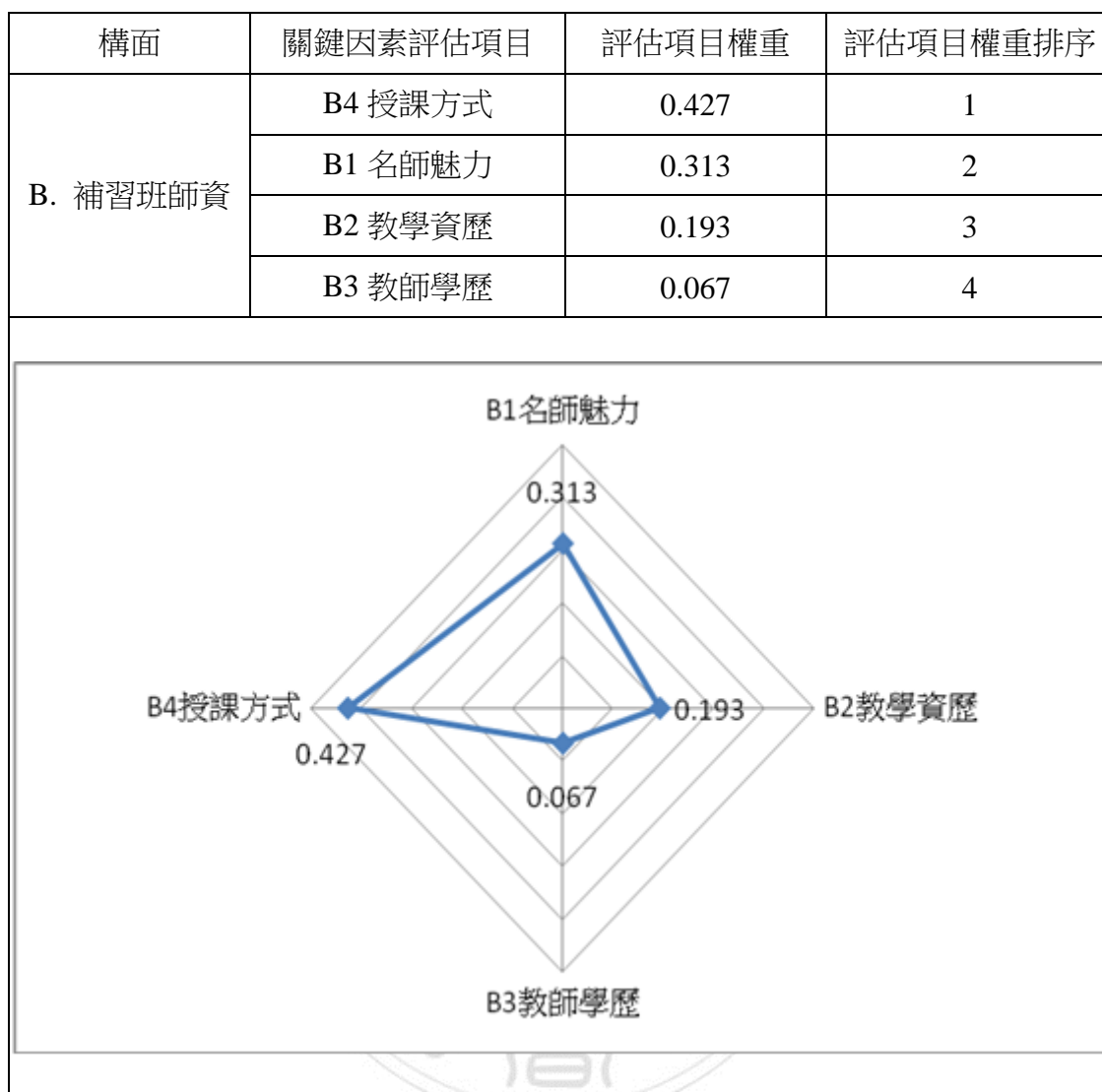
補習班老師問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別為：第一「B4 授課方式」權重 0.393，第二「B2 教學資歷」權重 0.300，第三「B1 名師魅力」權重 0.213，第四「B3 教師學歷」權重 0.094，結如表 4-32 所示。

表 4-32 「補習班師資」補習班老師問卷評估項目排序與雷達圖



補習班經營者問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別為：第一「B4 授課方式」權重 0.427，第二「B1 名師魅力」權重 0.313，第三「B2 教學資歷」權重 0.193，第四「B3 教師學歷」權重 0.067，結如表 4-33 所示。

表 4-33 「補習班師資」補習班經營者問卷評估項目排序與雷達圖



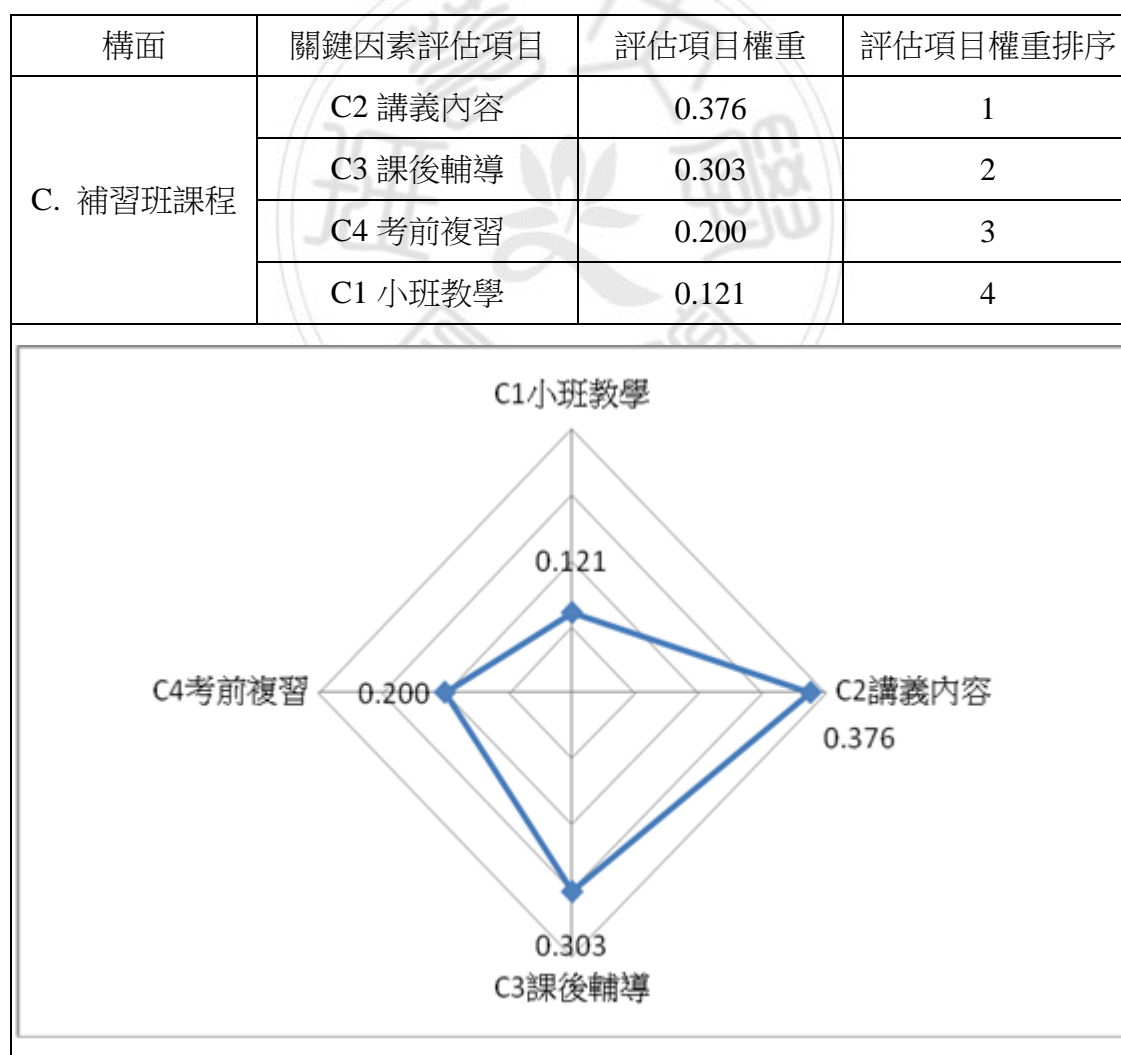
在家長、老師和經營者於「補習班師資」構面中，在四個評估因素中，三者都給予「授課方式」的權重較高，顯示家長重視補習班教師的授課方式，對於教學過程中與學生互動情況是否良好，能表現出用心、耐心、愛心樂於教學，達到最佳學習效果，此評估因素也是補習班老師和經營者所重視項目；其次是「教學資歷」，在家長認知中老師有無一定授課經驗相對重要，顯示對於孩子課後輔導加強，甚至教師能否讓孩子超強學習，在有限時間裡達到最高效益，這都必須仰賴有經驗的老師，而不在浪費孩子的時間，在老師問卷評估項目也是排序第二影響因素，其餘才是教師學歷和名師魅力；然而在補習班經營者除了「授課方式」

的權重較高，緊接著為「名師魅力」，最後才是教學資歷和教師學歷，經營者認為較佳的授課方式可以讓補習班有特色，名師魅力可以讓學生喜歡上課，吸引更多學生報名上課，其次因素才是教學資歷和教師學歷。

四、「補習班課程」評估項目相對權重分析

在「補習班課程」之下的四個評估項目，家長問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別為：第一「C2 講義內容」權重 0.376，第二「C3 課後輔導」權重 0.303，第三「C4 考前複習」權重 0.200，第四「C1 小班教學」權重 0.121，結果如表 4-34 所示。

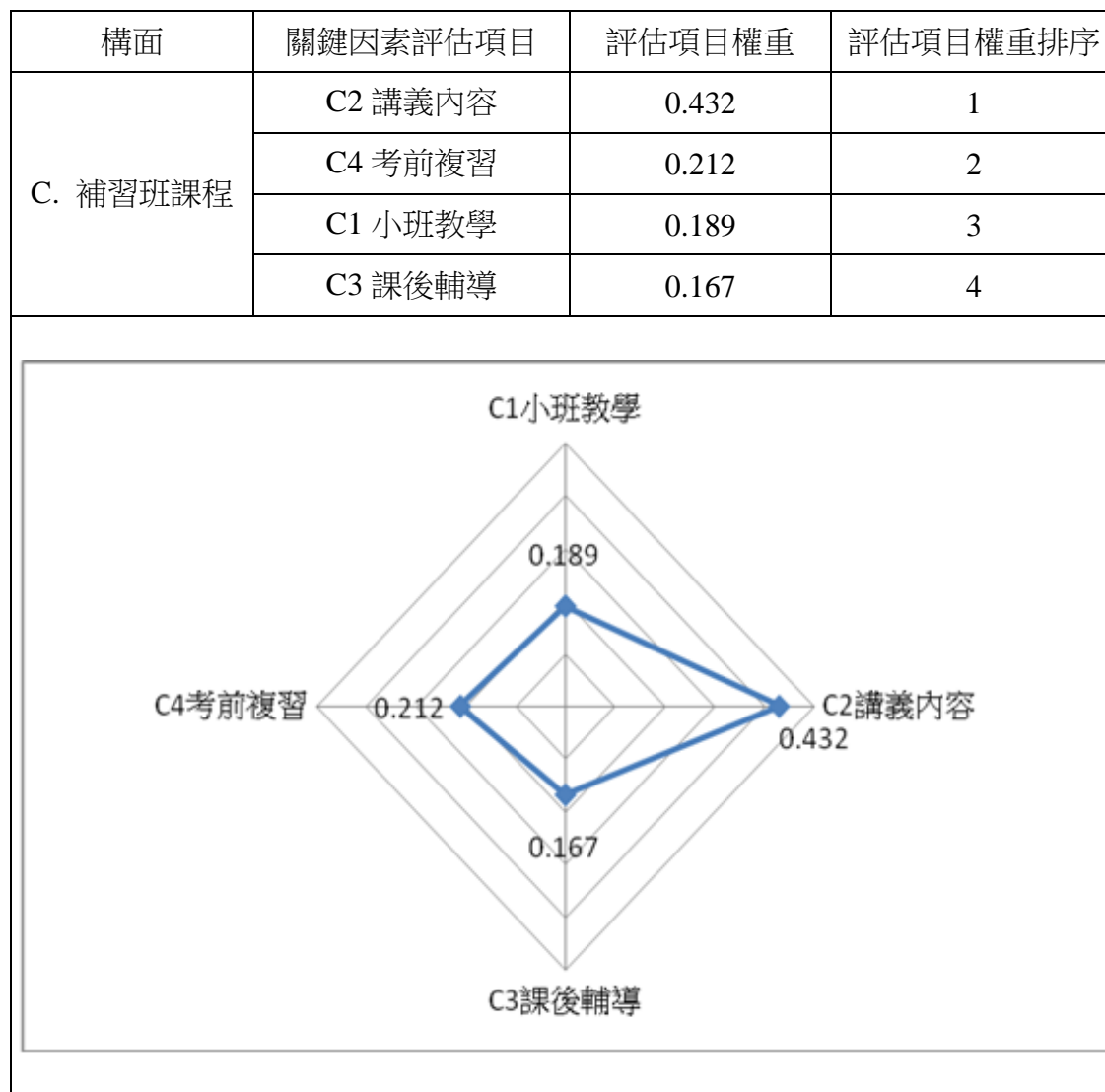
表 4-34 「補習班課程」家長問卷評估項目排序與雷達圖



補習班老師問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別

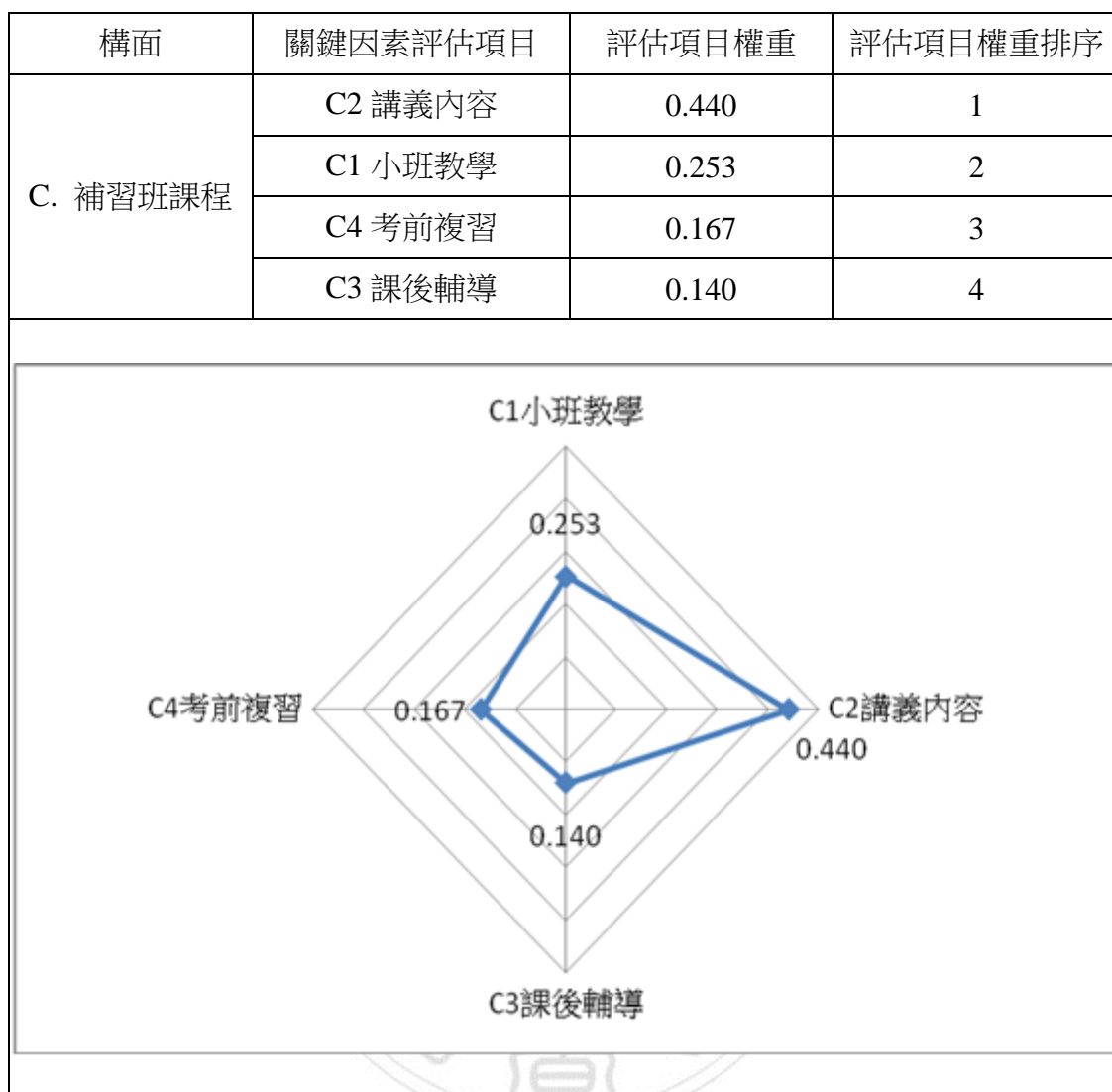
為：第一「C2 講義內容」權重 0.432，第二「C4 考前複習」權重 0.212，第三「C1 小班教學」權重 0.189，第四「C3 課後輔導」權重 0.167，結果如表 4-35 所示。

表 4-35 「補習班課程」補習班老師問卷評估項目排序與雷達圖



補習班經營者問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別為：第一「C2 講義內容」權重 0.440，第二「C1 小班教學」權重 0.253，第三「C4 考前複習」權重 0.167，第四「C3 課後輔導」權重 0.140，結果如表 4-36 所示。

表 4-36 「補習班課程」補習班經營者問卷評估項目排序與雷達圖



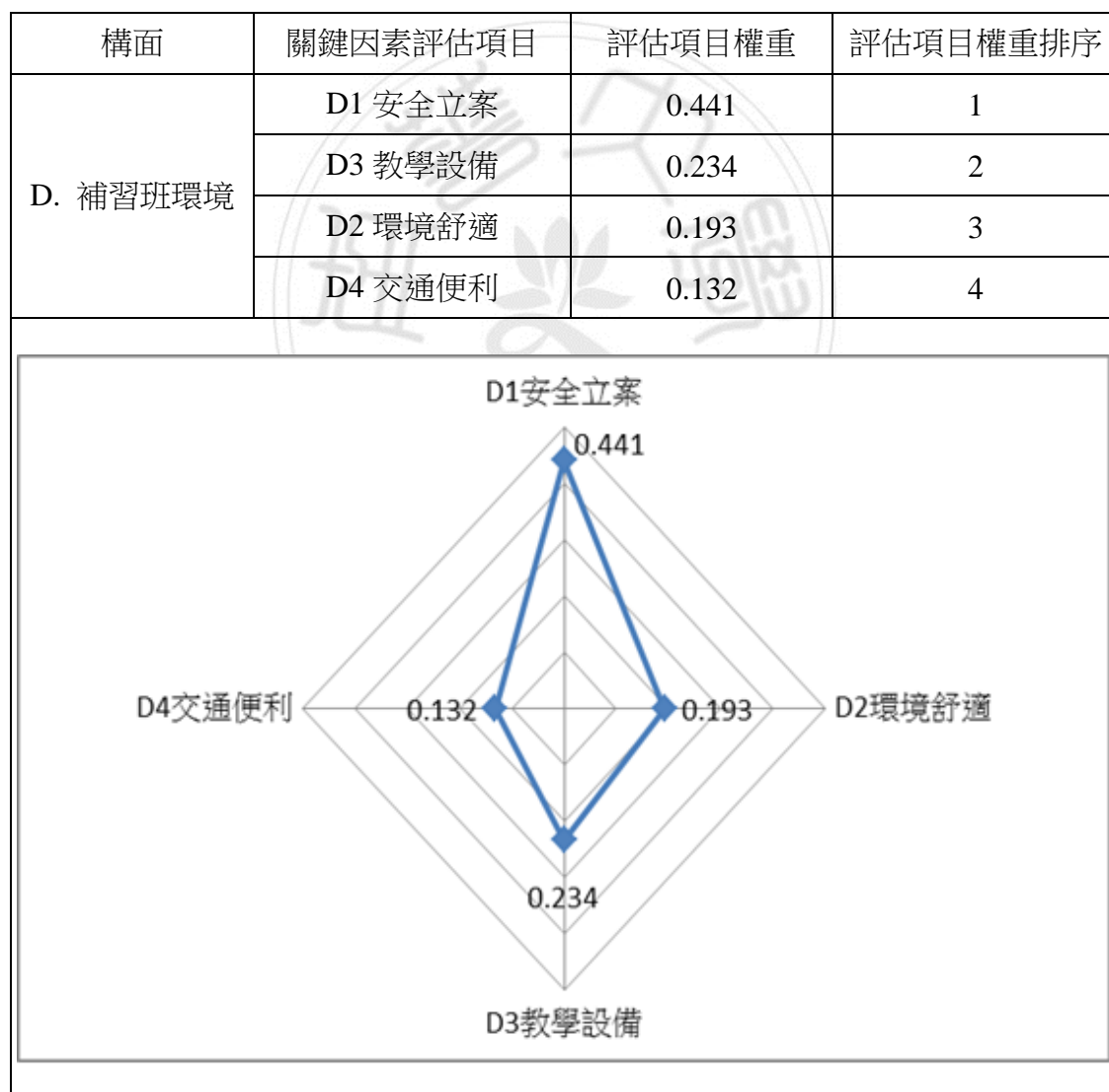
家長、補習班老師和經營者於「補習班課程」構面的四個評估因素中，給予「講義內容」的權重較高，可知家長選擇補習班時，對於學習落後學生，就是要加強在學校還不會的地方，對於成績優異學生，便是要精進補足學校不足的地方，超前學校學習成為資優生，如此情況下補習班上課用的教材講義便是重點，講義內容可以補救教學，補習班教材也可以讓成績好的學生變成資優生，所以補習班老師和經營者也都將講義內容列為占權重較高關鍵因素，其餘影響因素三者便不相同；其次在家長問卷中「課後輔導」和「考前複習」評估項目也相對重要，顯示補習就是希望學到會以及把學校考試考好，最後才是小班教學；在補習班老師認知「講義內容」為權重最高，其次為「考前複習」和「小班教學」評估項目，

最後為「課後輔導」；補習班經營者除了「講義內容」的權重較高，接著為「小班教學」，最後才是「考前複習」和「課後輔導」。

五、「補習班環境」評估項目相對權重分析

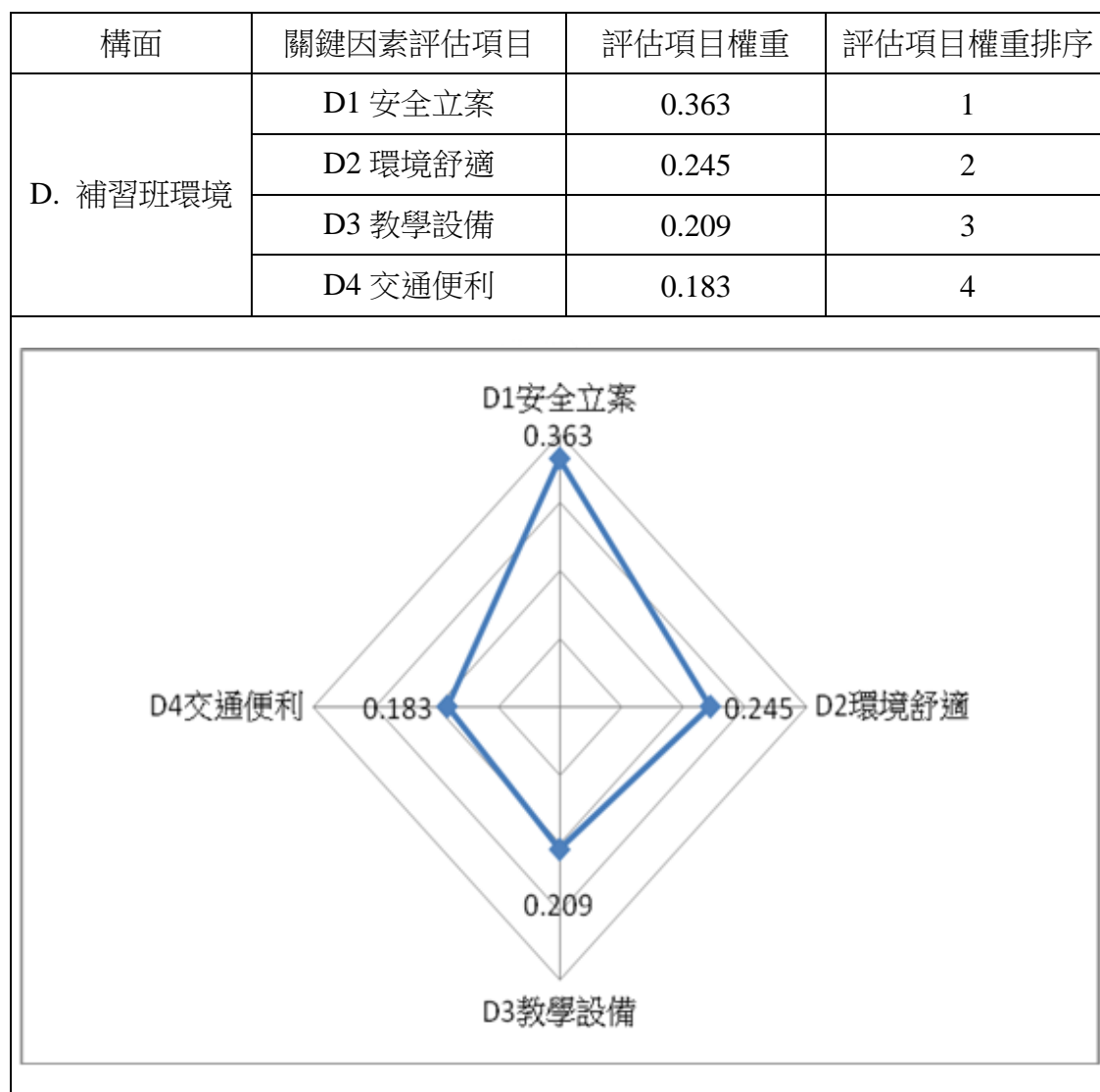
在「補習班環境」之下的四個評估項目，家長問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別為：第一「D1 安全立案」權重 0.441，第二「D3 教學設備」權重 0.234，第三「D2 環境舒適」權重 0.193，第四「D4 交通便利」權重 0.132，結果如表 4-37 所示。

表 4-37 「補習班環境」家長問卷評估項目排序與雷達圖



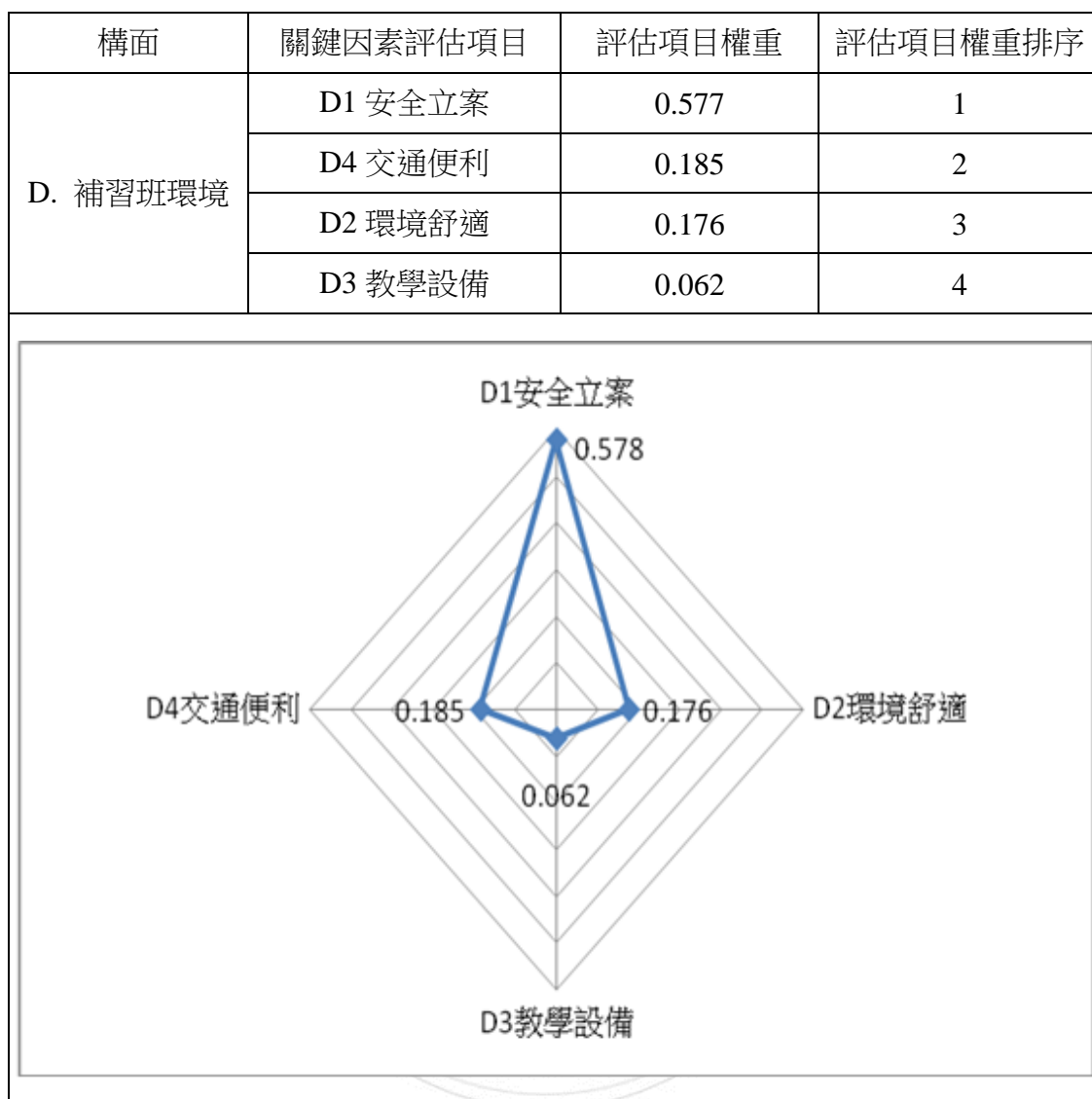
補習班老師問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別為：第一「D1 安全立案」權重 0.363，第二「D2 環境舒適」權重 0.245，第三「D3 教學設備」權重 0.209，第四「D4 交通便利」權重 0.183，結果如表 4-38 所示。

表 4-38 「補習班環境」補習班老師問卷評估項目排序與雷達圖



補習班經營者問卷在 Excel 演算相互比較權重分析後，依相對重要性排序分別為：第一「D1 安全立案」權重 0.577，第二「D4 交通便利」權重 0.185，第三「D2 環境舒適」權重 0.176，第四「D3 教學設備」權重 0.062，結果如表 4-39 所示。

表 4-39 「補習班環境」補習班經營者問卷評估項目排序與雷達圖



家長、補習班老師和經營者於「補習班環境」構面的四個評估因素中，對補習班「安全立案」甚為重視，都給予權重最高，近年來政府對於補習班公共安全檢查及消防安全檢查，每年規定業者定期申報，政府機關定期檢查與不定期抽查，對於沒有合法立案業主，經舉報便立即查辦，也因為公共意外火災不時發生，危害生命安全，加上補習班又是在有限空間裡學習，學生數密度較高，所以家長、補習班老師及經營者都將此評估項目列為重點，其餘影響因素排序便不相同；家長和補習班老師認為其次考量因素為教學設備和環境舒適，交通便利所佔權重較小；補習班經營者認為其次考量因素為交通便利和環境舒適，教學設備所佔權重

較小。

4.3.2 選擇補習班考量及經營補習班決策因素整體排序

依以上研究的主構面權重和子構面評估項目權重數據，在家長問卷中演算出整體權重，歸納計算評估項目整體權重排序及累計表如表 4-40 和表 4-41。由表中評估項目權重數據排序顯示，可得知家長在為子女選擇補習班考量因素之重要程度。

表 4-40 影響家長選擇補習班考量因素構面和評估項目整體權重分析表與雷達圖

構面	構面 權重	構面 排序	評估項目	評估項目 局部權重	評估項目 整體權重	評估項目 整體排序
A 補習班口碑	0.160	3	A1 高知名度	0.0989	0.0158	16
			A2 優良榜單	0.2587	0.0413	10
			A3 成績進步	0.4965	0.0793	5
			A4 價格高低	0.1459	0.0233	14
B 補習班師資	0.390	1	B1 名師魅力	0.1100	0.0430	9
			B2 教學資歷	0.3242	0.1266	2
			B3 教師學歷	0.1479	0.0577	8
			B4 授課方式	0.4179	0.1631	1
C 補習班課程	0.298	2	C1 小班教學	0.1212	0.0361	11
			C2 講義內容	0.3758	0.1119	3
			C3 課後輔導	0.3028	0.0902	4
			C4 考前複習	0.2003	0.0597	7
D 補習班環境	0.152	4	D1 安全立案	0.4410	0.0671	6
			D2 環境舒適	0.1929	0.0294	13
			D3 教學設備	0.2345	0.0357	12
			D4 交通便利	0.1316	0.0200	15

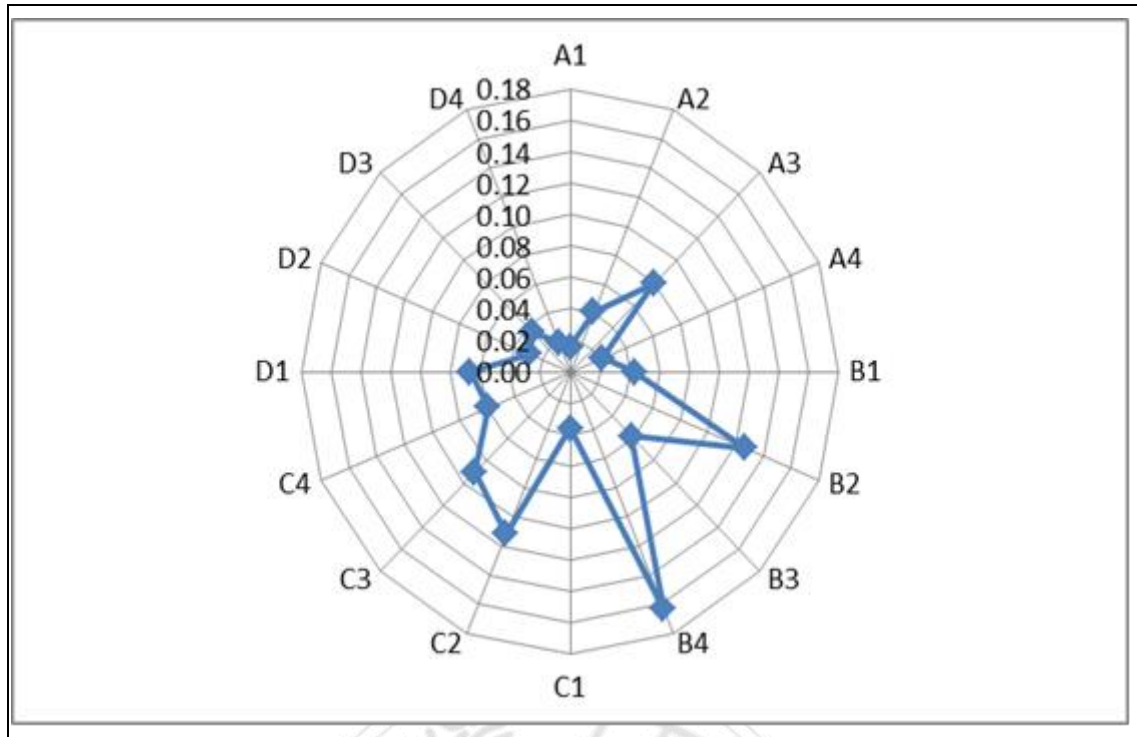


表 4-41 影響家長選擇補習班考量因素之研究權重累計表

關鍵因素評估項目	整體權重	整體權重累計	整體權重排序
B4 授課方式	0.16314	0.163143	1
B2 教學資歷	0.12656	0.289704	2
C2 講義內容	0.11190	0.401606	3
C3 課後輔導	0.09018	0.491783	4
A3 成績進度	0.07929	0.571072	5
D1 安全立案	0.06709	0.638158	6
C4 考前複習	0.05965	0.697803	7
B3 教師學歷	0.05772	0.755527	8
B1 名師魅力	0.04295	0.798475	9
A2 優良榜單	0.04130	0.839779	10
C1 小班教學	0.03608	0.875859	11
D3 教學設備	0.03568	0.91154	12
D2 環境舒適	0.02935	0.940887	13
A4 價格高低	0.02330	0.964191	14
D4 交通便利	0.02002	0.984212	15
A1 高知名度	0.01579	1	16

依以上研究的主構面權重和子構面評估項目權重數據，在補習班老師問卷中

演算出整體權重，歸納計算評估項目整體權重排序及累計表如表 4-42 和表 4-43。由表中評估項目權重數據排序顯示，可得知補習班老師工作人員成功經營決策因素之重要程度。

表 4-42 補習班老師成功經營決策因素問卷構面和評估項目整體權重分析表與雷達圖

構面	構面 權重	構面 排序	評估項目	評估項目 局部權重	評估項目 整體權重	評估項目 整體排序
A 補習班口碑	0.180	3	A1 高知名度	0.1500	0.0270	12
			A2 優良榜單	0.3346	0.0602	8
			A3 成績進步	0.4164	0.0750	6
			A4 價格高低	0.0990	0.0178	16
B 補習班師資	0.361	1	B1 名師魅力	0.2133	0.0770	4
			B2 教學資歷	0.2994	0.1081	3
			B3 教師學歷	0.0944	0.0341	11
			B4 授課方式	0.3929	0.1418	2
C 補習班課程	0.355	2	C1 小班教學	0.1892	0.0672	7
			C2 講義內容	0.4315	0.1532	1
			C3 課後輔導	0.1673	0.0594	9
			C4 考前複習	0.2120	0.0753	5
D 補習班環境	0.104	4	D1 安全立案	0.3631	0.0378	10
			D2 環境舒適	0.2448	0.0255	13
			D3 教學設備	0.2094	0.0218	14
			D4 交通便利	0.1827	0.0190	15

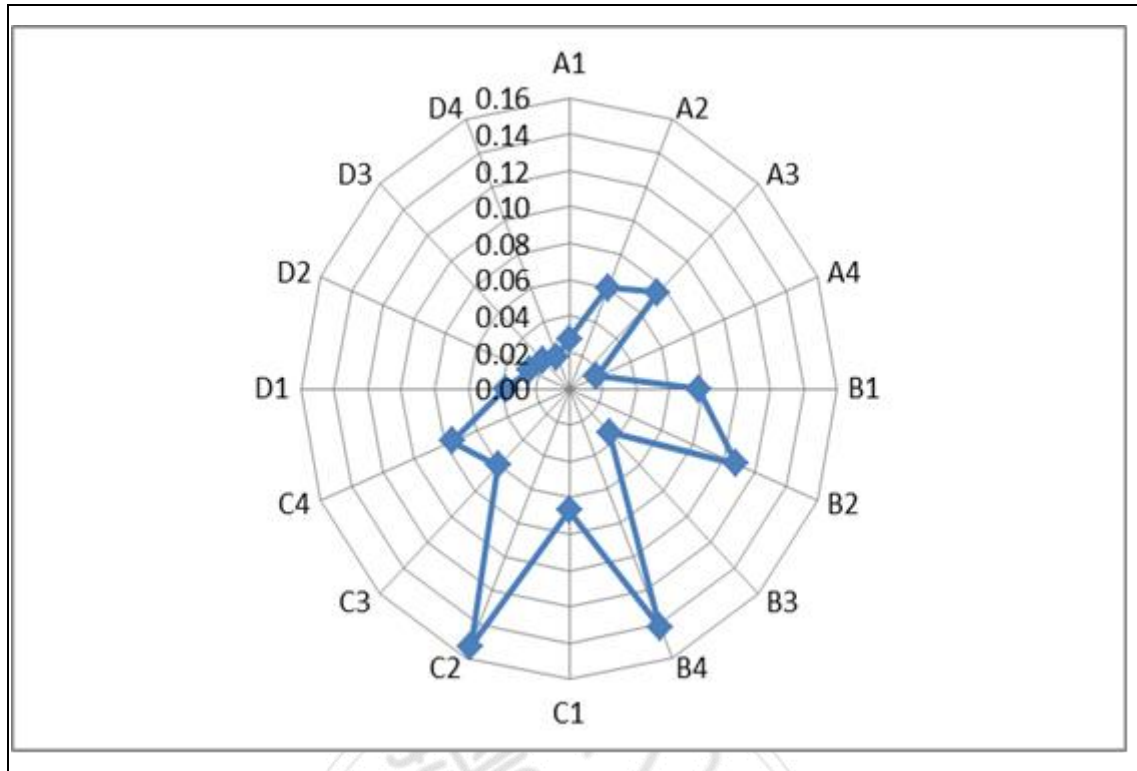


表 4-43 補習班老師成功經營決策因素之研究權重累計表

關鍵因素評估項目	整體權重	整體權重累計	整體權重排序
C2 講義內容	0.15319	0.153189	1
B4 授課方式	0.14182	0.295008	2
B2 教學資歷	0.10807	0.403081	3
B1 名師魅力	0.07697	0.480056	4
C4 考前複習	0.07526	0.555320	5
A3 成績進度	0.07497	0.630291	6
C1 小班教學	0.06717	0.697459	7
A2 優良榜單	0.06025	0.757708	8
C3 課後輔導	0.05939	0.817101	9
D1 安全立案	0.03777	0.854873	10
B3 教師學歷	0.03406	0.888933	11
A1 高知名度	0.02700	0.915932	12
D2 環境舒適	0.02546	0.941395	13
D3 教學設備	0.02178	0.963178	14
D4 交通便利	0.01900	0.982178	15
A4 價格高低	0.01782	1	16

依以上研究的主構面權重和子構面評估項目權重數據，在補習班經營者問卷

中演算出整體權重，歸納計算評估項目整體權重排序及累計表如表 4-44 和表 4-45。由表中評估項目權重數據排序顯示，可得知補習班經營者成功決策因素之重要程度。

表 4-44 補習班經營者成功經營決策因素問卷構面和評估項目整體權重分析表
與雷達圖

構面	構面 權重	構面 排序	評估項目	評估項目 局部權重	評估項目 整體權重	評估項目 整體排序
A 補習班口碑	0.206	2	A1 高知名度	0.1747	0.0359	10
			A2 優良榜單	0.4160	0.0855	5
			A3 成績進步	0.1955	0.0402	9
			A4 價格高低	0.2138	0.0440	7
B 補習班師資	0.446	1	B1 名師魅力	0.3132	0.1397	2
			B2 教學資歷	0.1928	0.0860	4
			B3 教師學歷	0.0667	0.0297	13
			B4 授課方式	0.4274	0.1907	1
C 補習班課程	0.168	4	C1 小班教學	0.2533	0.0426	8
			C2 講義內容	0.4396	0.0739	6
			C3 課後輔導	0.1400	0.0235	15
			C4 考前複習	0.1672	0.0281	14
D 補習班環境	0.180	3	D1 安全立案	0.5775	0.1041	3
			D2 環境舒適	0.1758	0.0317	12
			D3 教學設備	0.0619	0.0112	16
			D4 交通便利	0.1848	0.0333	11

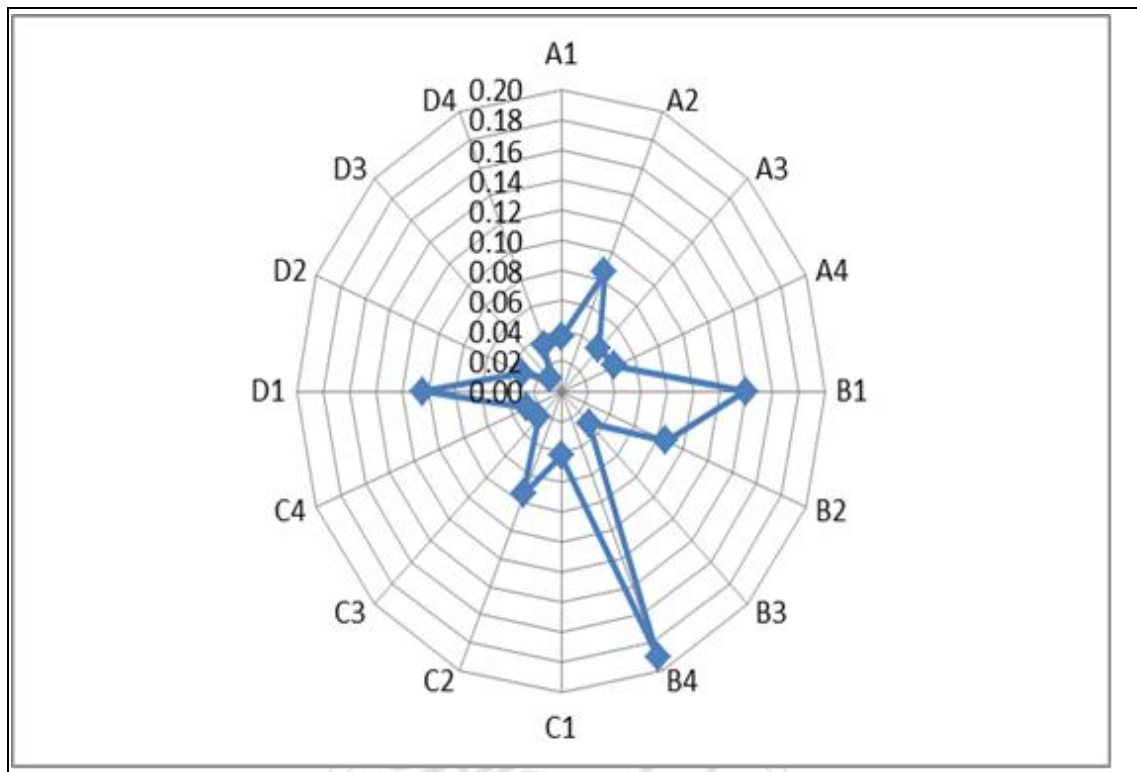


表 4-45 補習班經營者成功經營決策因素問卷之研究權重累計表

關鍵因素評估項目	整體權重	整體權重累計	整體權重排序
B4 授課方式	0.19066	0.190657	1
B1 名師魅力	0.13973	0.330389	2
D1 安全立案	0.10413	0.43452	3
B2 教學資歷	0.08600	0.520517	4
A2 優良榜單	0.08550	0.606021	5
C2 講義內容	0.07386	0.67988	6
A4 價格高低	0.04395	0.723831	7
C1 小班教學	0.04256	0.766388	8
A3 成績進度	0.04019	0.806579	9
A1 高知名度	0.03590	0.842481	10
D4 交通便利	0.03331	0.875794	11
D2 環境舒適	0.03169	0.907486	12
B3 教師學歷	0.02974	0.937225	13
C4 考前複習	0.02809	0.965318	14
C3 課後輔導	0.02352	0.988835	15
D3 教學設備	0.01117	1	16

研究結果發現，家長問卷 16 個評估項目整體權重值排序中，權重最高前四

名依序為在「B 補習班師資」之下的「B4 授課方式」(0.1631)、「B2 教學資歷」(0.1266)，在「C 補習班課程」之下的「C2 講義內容」(0.1119)、「C3 課後輔導」(0.0902)；在家長問卷 16 個評估項目整體權重值排序中，權重最高前四名，有三個評估項目與家長問卷相同，依序為在「C 補習班課程」之下的「C2 講義內容」(0.1532)，在「B 補習班師資」之下的「B4 授課方式」(0.1418)、「B2 教學資歷」(0.1081)、「B1 名師魅力」(0.0770)；在補習班經營者問卷 16 個評估項目整體權重值排序中，權重最高前四名，有二個評估項目與家長問卷相同，依序為在「B 補習班師資」之下的「B4 授課方式」(0.1907)、「B1 名師魅力」(0.1397)，在「補習班環境」之下的「D1 安全立案」(0.1041)、在「B 補習班師資」之下的「B2 教學資歷」(0.0860)。

表示家長認為在選擇補習班的關鍵因素上，最重要的是補習班師資，能否提供與學生互動式的授課方式，有效率學習，其次是在補習班師資教學資歷，授課老師有無教學經驗也需要嚴謹要求，選擇教學資歷完整的老師授課，家長比較能獲的信任感，認為有一定的教學品質；另外補習班課程所編排的講義內容能否讓孩子有效率學習，也是和學生家長所重視；學習落後者或有學習問題學生，補習班提供完善課後輔導規劃，也是家長所重視的項目。

家長問卷排序第五至第十的權重數據相差不大，依序為「成績進度」、「安全立案」、「考前複習」、「教師學歷」、「名師魅力」、「優良榜單」選擇補習班因素，顯示這些評估項目具有相同普遍程度的影響；排序第十一至十六依序為「小班教學」、「教學設備」、「環境舒適」、「價格高低」、「交通便利」、「高知名度」，其中有關「A 補習班口碑」構面底下的「價格高低」、「高知名度」和「D 補習班環境」構面底下的「交通便利」所獲得的數據最低，最不被家長所選擇，本研究之十六個評估項目其權重分佈及排序如圖 4-1~圖 4-3 所示。

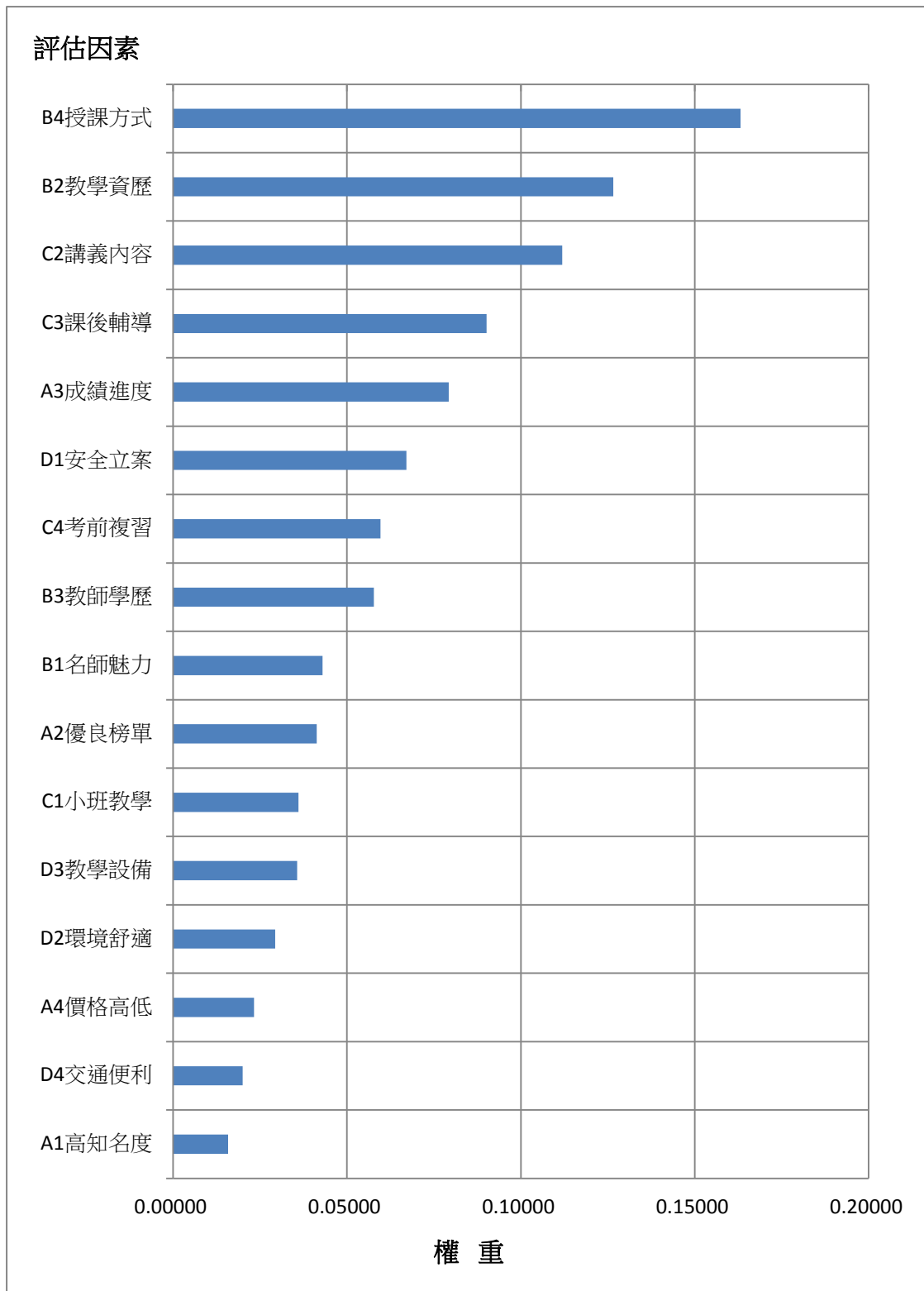


圖 4.1 家長選擇補習班考量因素評估項目權重長條圖

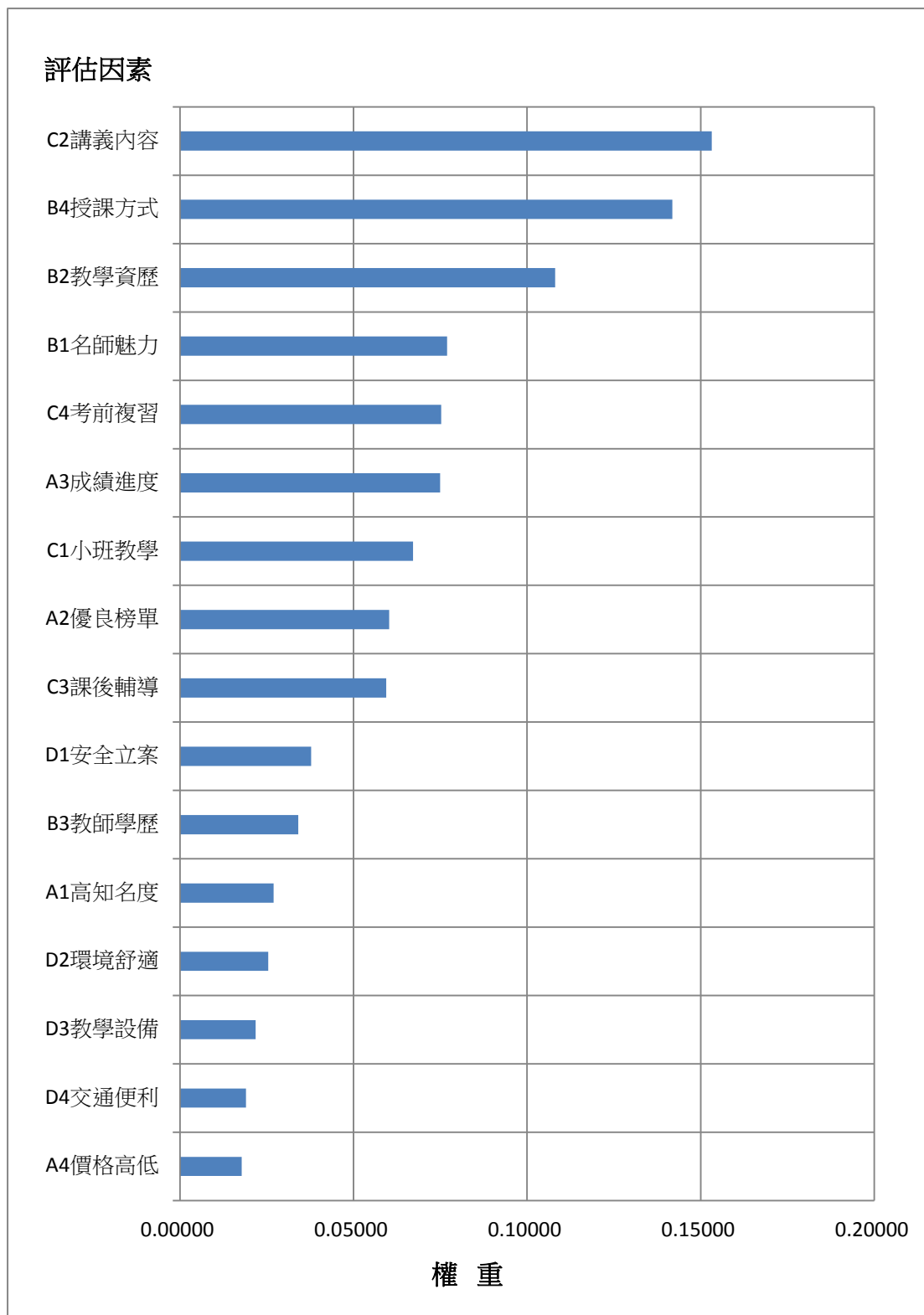


圖 4.2 補習班老師成功經營決策因素評估項目權重長條圖

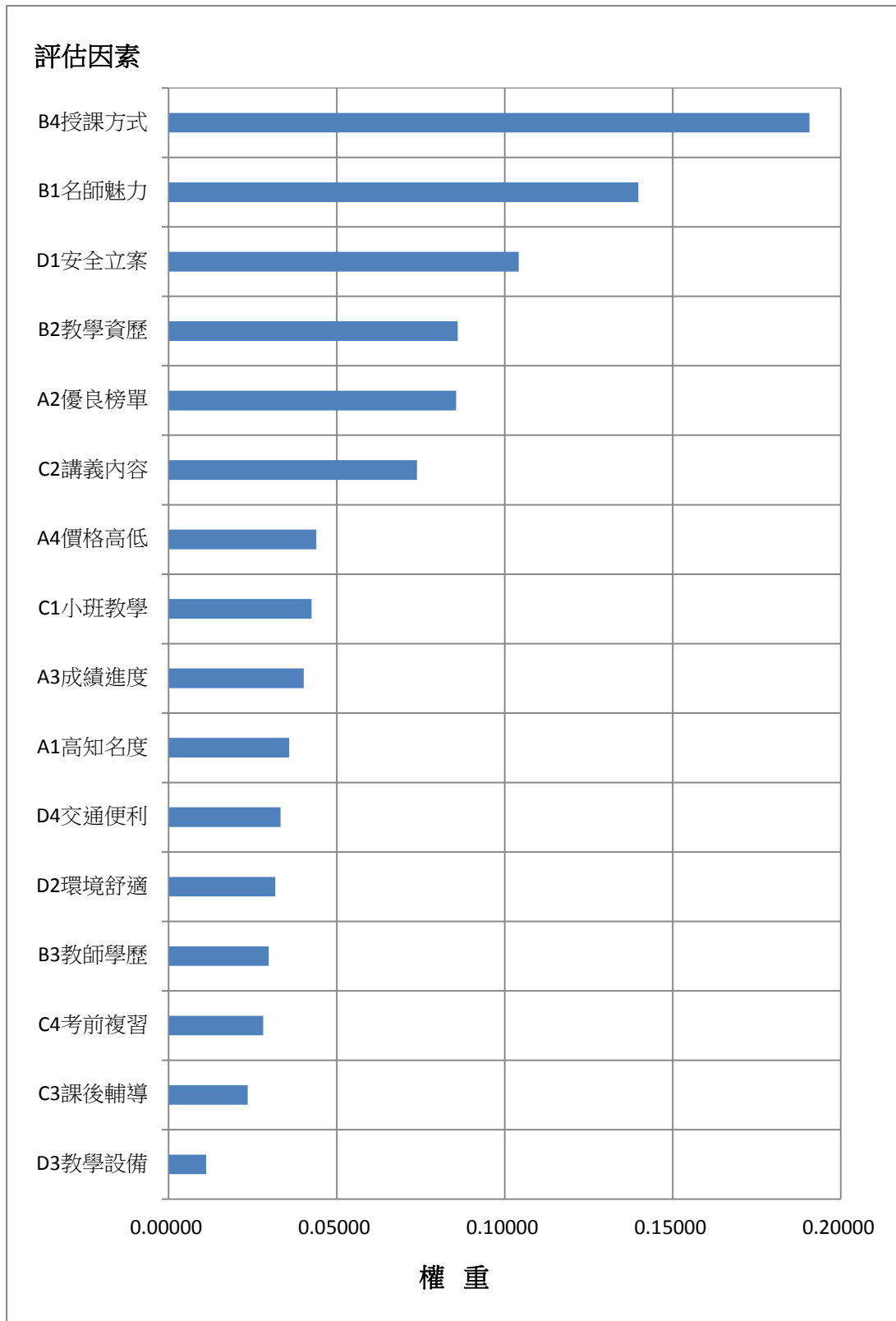


圖 4.3 補習班經營者成功經營決策因素評估項目權重長條圖

4.3.3 綜合討論

本研究利用 AHP 分析層級程序法，歸納影響嘉義市某補習班學生家長選擇補習班考量因素，在由家長的意見中得知，「授課方式」、「教學資歷」、「講義內容」、「課後輔導」、「成績進度」、「安全立案」等是某補習班學生家長所重視的關鍵選擇補習班因素，以下就這六項關鍵因素進一步說明。

一、授課方式

補習班師資的「授課方式」是大部分家長為其子女選擇補習班最重要的關鍵因素，補習班老師上課用心，教學態度認真，有耐心的講解題目，互動式教學，喜歡補教這工作，具教學熱忱，用心經營班級，能了解每位孩子的問題所在因材施教，課後適時與家長溝通，與家長討論關心孩子學習狀況，讓孩子突破學習困難不斷成長，所以補習班老師授課方式成為家長首要的關鍵選擇補習班因素；補習班老師將此評估項目「授課方式」列為補習班成功經營策略因素，占整體權重值第二高，補習班經營者也將此評估項目給予最高權重值。

二、教學資歷

補習班師資的「教學資歷」為本研究家長關鍵選擇補習班次要因素，補習班老師的教學經驗比老師學歷更被家長所重視，所以經驗豐富的補習班老師，相較年經老師較容易獲得家長青睞，有經驗的老師具有熟練的教學技巧，知道目前授課程盲點在哪裡，學生容易錯誤地方，此題如何講解便可一點即通，這些都必須依靠教學經驗相當豐富的老師才能達到；補習班師資的「教學資歷」評估項目在老師問卷評估項目整體權重值為第三名，在補習班經營問卷評估項目整體權重值為第四名，此評估項目是影響補習班成功經營重要因素。

三、講義內容

補習班課程的「講義內容」為本研究家長關鍵選擇補習班第三因素，家長認

為既然來到補習班加強學習，如果學習的教材跟學校或坊間一樣，便會大大減少讓孩子前來補習班的動力，補習班的教學團隊都有自編的專屬教材，教材講義內容都是經過整理，內容解說方式簡潔易懂，有重點整理及補充題庫，家長便是認為老師自編教材肯定是比較有學習效率的書籍，所以補習班有自編教材講義，可以增加家長對補習班的信任感；補習班課程的「講義內容」評估項目在老師問卷評估項目整體權重值為最高，在補習班經營問卷評估項目整體權重值為第六名，此評估項目是影響補習班成功經營重要因素。

四、課後輔導

補習班課程的「課後輔導」為本研究家長關鍵選擇補習班第四因素，補習班於學生上課後，設有櫃台老師或助教幫忙孩子解決問題或問問題，甚至於課堂上學習不佳學生實施輔導，利用課後時間對學生加強，如此有完善的輔導制度，提升學習效果，此方式為家長所認同；補習班課程的「課後輔導」評估項目在老師問卷評估項目整體權重值為第九名，在補習班經營問卷評估項目整體權重值為第十五名，此評估項目是影響家長關鍵選擇補習班重要因素，而補習班老師及經營者有忽略掉。

五、成績進度

補習班口碑的「成績進度」為本研究家長關鍵選擇補習班第五因素，上補習班便是要學生成績進步，大部分孩子會上文理補習班學習，都是希望在學校成績優異，所以補習班如果無法讓孩子成績進步，家長便會選擇離開此補習班，尋找會讓孩子成績進步的補習班，補習班有用心辦學，大多數學生成績都會有一定幅度的進步；補習班口碑的「成績進度」評估項目在老師問卷評估項目整體權重值為第六名，在補習班經營問卷評估項目整體權重值為第九名，此評估項目是影響家長關鍵選擇補習班重要因素，而補習班經營者有忽略掉。

六、安全立案

補習班環境的「安全立案」為本研究家長關鍵選擇補習班第六因素，補習班是否合法立案，是補習班成立最為基本條件，少子化情形下，學生家長更重視學生學習環境安全，加上補習班每年都需要定期申報公共安全檢查及消防檢查申報，所以安全學習環境及合法立案一值都是家長重視關鍵選擇補習班因素；補習班環境的「安全立案」評估項目在老師問卷評估項目整體權重值為第十名，在補習班經營問卷評估項目整體權重值為第三名，此評估項目是影響家長關鍵選擇補習班重要因素，而補習班經營者會比老師更重視。



第五章 結論與建議

透過第四章對於「家長選擇補習班考量因素」、「補習班成功經營決策因素」的分析數據，探討出對於學生之家長選擇補習班實際考量因素，為其子女選擇補習班之關鍵考量因素，透過家長的角度，瞭解家長在選擇補習班時真正在意的需求，哪些評估因素是重要而不可忽視的，研究結果提供補習班業者對的經營方向與規劃經營策略，使補習班在相對競爭的環境裡可以永續發展。

5.1 結論

5.1.1 主要構面之權重排序

在主要構面評估項目上數據所得結果依權重排序，依序為「B 補習班師資」、「C 補習班課程」、「A 補習班口碑」、「D 補習班環境」，如圖 5-1 所示，顯示家長最重視在意補習班師資，對於其子女是否有幫助適合上課；老師及經營者問卷在主要構面評估項目上數據所得結果，也是補習班師資占權重最大，顯示經營者有掌握成功經營關鍵因素，如圖 5-2~圖 5-3 所示，故補習班經營策略可以不斷強化補習班師資，以提升補習班的競爭力，吸引家長選擇的目光。

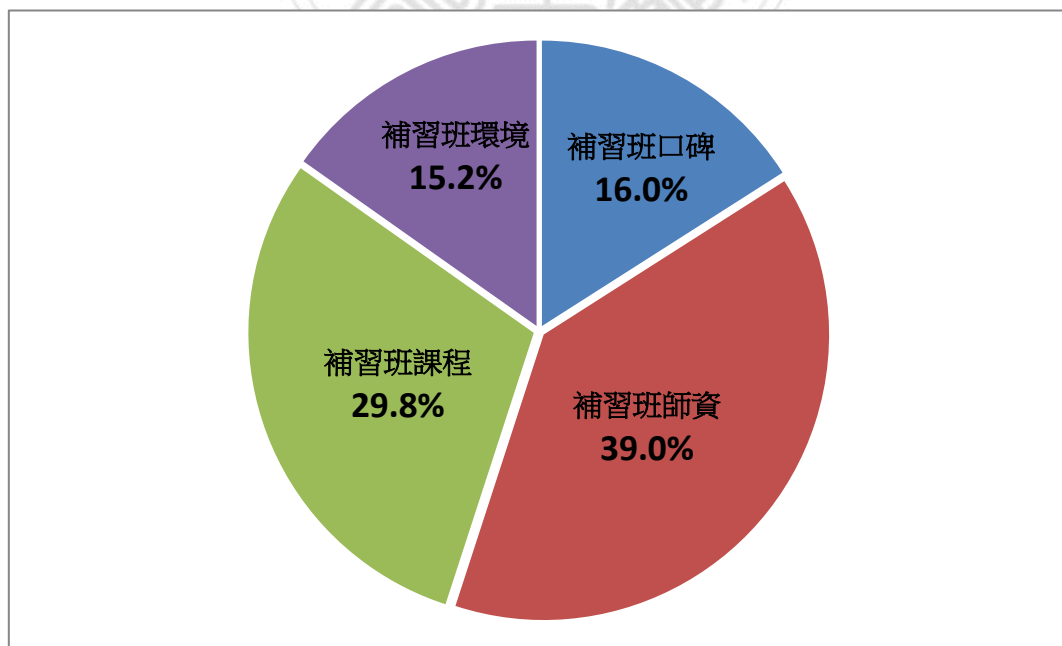


圖 5.1 家長選擇補習班考量因素主要構面權重圖

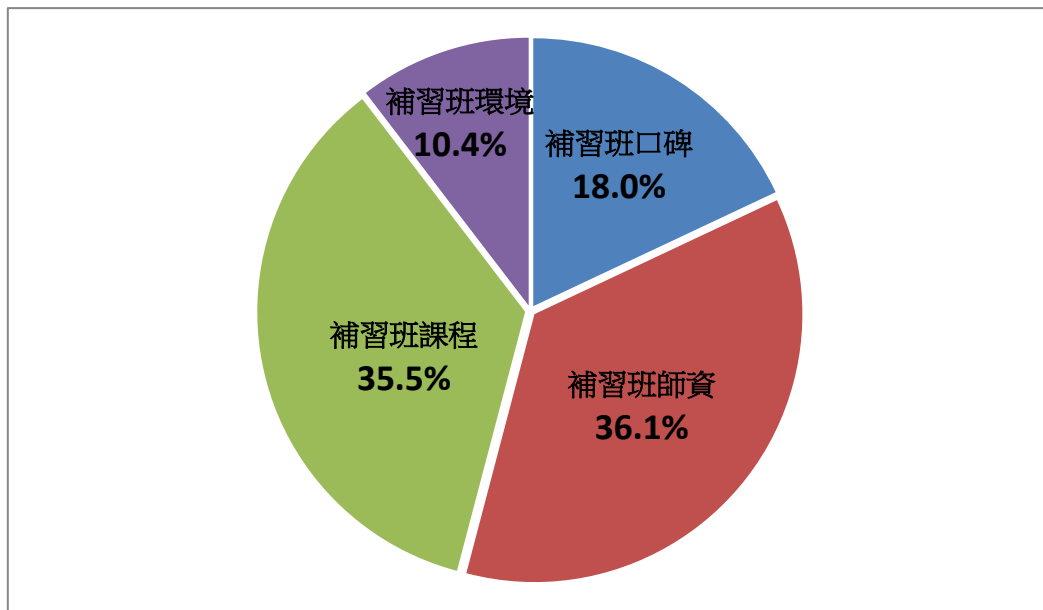


圖 5.2 補習班老師成功經營決策因素主要構面權重圖

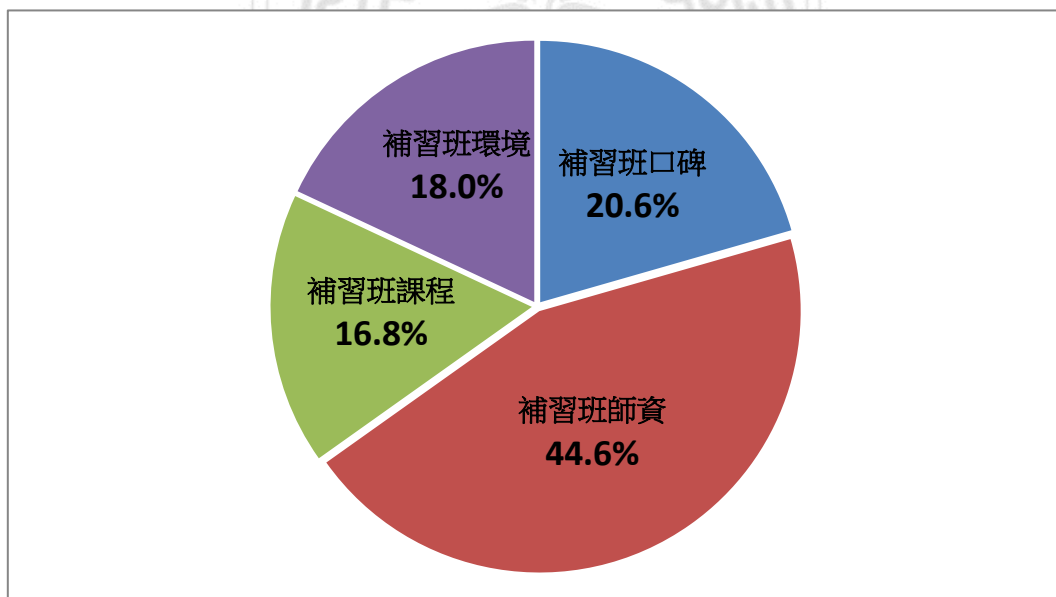


圖 5.3 補習班經營者成功經營決策因素主要構面權重圖

5.1.2 評估項目之權重排序

值得探討的在家長問卷排序最後三名補習班的「價格高低」、「交通便利」和「高知名度」因素。其中有關「價格高低」因素不被家長所重視，在老師問卷整體權重值排序是最後，但在經營者問卷是排在第七名，此現象顯示補習只要是有效果，能使孩子成績進步，補習費用價格高低不是主要考量因素，在老師的認知更是明顯，家長送學生到補習班來，補習班老師的任務就是讓學生成績進步，所以學費價格補習班老師並不會去在意，補習班經營者在此評估項目看法就不相同，攸關招生所以也須制定合理價格，有時價格優惠可以吸引家長目光，有利招生；另一項「交通便利」因素也不被家長所重視，家長認為補習班位置有無在家附近、好不好停車不是重要考量因素，只要能讓孩子成績進步，接送不會是問題；家長問卷排序最後序是「高知名度」因素，顯示家長希望補習班可以達到家長所預期效果，不會重視補習班有無知名度，目的能讓學生成績進步，甚至超前學習金榜題名，補習班有無高知名度對家長而言不是那麼重要，當然補習班要是能讓來班上課的學生，都可以達到家長預期成效，有亮眼成績榜單，補習班自然就會擁有高知名度，此種狀況與家長希望學生成績進步，而不在意補習班高知名度有互相矛盾，可供有興趣研究者後續探討。

5.2 建議

由於本研究是屬於縣轄市人口數較少城市補習班，相較於其他都會區補習班、連鎖或加盟形式補習班，具有地緣、學生家長和親朋好友情感互動上的優勢，補習班招生的策略可以運用此優勢，建立補習班口碑高知名度，補習班經營者若能重視家長的選擇需求，用心經營補習班，創造好口碑，培訓增進師資能力，規畫符合學生家長課程，合法立案安全舒適的學習環境，即使面對補習班同業的招生競爭，還是會吸引家長目光前來問課報名。以下依研究結果分析提出建議，提供某補習班經營策略參考。

5.2.1 對某補習班經營策略建議

一、建立有特色性補習班

所研究之某補習班，近年來以數學為主要開課科目，雖然補習班是以國中、小學生為主要招收對象，然而，因為是專業性補習班，所以授課學生年齡層從幼兒大腦開發課程，到國小資優數學課程，再到國中數理資優班及準備參加國中會考課程，最後到高中課程階段，補習班的專業性，讓它具有特色化，同時也增加學生家長信任度，同樣道理可以推論到每一科目。由於是專業數學補習班，為學生規劃量身訂做學習課程，補習班開課班級人數有一對一、一對二、一對五及團班模式，配合學生家長需求，從幼兒時期開始參加國內檢定競賽，甚至參加國際競賽，培育出多位優秀數理人才，當然補習班經營策略是順應學校方向在走，像是國中學校都有成立數理資優班或是語文資優班，高中有更多特色班級(嘉義高中科學實驗班、高瞻班和數理資優班)，所以補習班有特色性，便不容易被其他補習班所取代，在相對競爭補教業就可以存活下來。相同的在市面上有許多的連鎖或加盟補習班，他們強調的就是讓補習班特色化，加入連鎖品牌經營，增加家長的信任度，品牌全國式的一起廣告招生，強調的就是跟別人不一樣。

二、強化師資能力，提升教學經驗

在上述研究主構面數據中，便可得到家長最重視的是補習班師資，市場上許多補習班因為擁有優秀認真的師資團隊，所以補習班屹立不搖，也有單靠一位名師級的老師就可以成立一間大型補習班，所以師資是家長選擇補習班考量因素，相對的補習班經營者更是要重視師資的培育，教師的本質學能、專業能力、教學經驗、控班能力、個人魅力等，都是用來評估補習班的師資水準項目；研究中的某補習班也表示，家長來班詢問課程，常常直接詢問補習班師資如何，也最關心重視老師的上課方式。補習班必需定期師資訓練，讓教師教學態度認真，具有教學熱忱，課堂上與學生互動，能瞭解學生問題因材施教，最重要的是主動與家長溝通，協助家長解決學生課業上的問題，來補習班學習便是要解決問題，而不是帶給家長更多的問題，許多的教師隨著補教工作的勞累，日子一久，便忘記教學初衷熱忱，所以補習班教師定期師資訓練，與各行各業無不相同，是必要的。

三、規劃符合家長需求課程，完善課後輔導制度

在上述研究整體權重排序中，評估項目小班教學在家長問卷所占權重值不高，排序第 11，顯示家長不在意班級人數多寡，來補習只要能讓孩子成績進步，其他評估項目就會被忽略，由此可以看出補習班規畫課程最主要的是符合家長需求，幫助學生成績進步。簡單而言，補習班便是規畫能讓孩子成績進步的課程，使用有效率的教學方式，比起大班級制的教學，小班級人數的教學是更有效率，補習班團隊整理後的講義教材替學生節省許多的時間，讓學生有方向的學習，不管在補救教學或是超前學習更有效率達到目標，這些工作也都必須仰賴教師用心、耐心和對孩子的關心。補習班要是常態設置櫃檯老師或輔導老師，幫助解決臨時有問題的學生，對補習班都是加分的項目；學生每堂課後學習上還有問題，補習班有完整的輔導制度，利用課後時間對學生實施輔導加強或解決問題，便可以提升學習效果，以及學校段考前補習科目作考前總複習、增開考前衝刺班，這些都是家長所重視選擇補習班的項目。

四、注意學習環境安全，保持舒適學習環境

隨著少子化趨勢，家長多半只生育 1~2 胎，家長越是重視孩子學習環境的安全，補習班和合法立案已是成立補習班的基本要求，加上立案補習班受政府每年定期公安及消防安全檢查，讓學生可以有安全的學習環境。本研究某補習班也表示，雖然交通便利因素不是家長重要的考量因素，但是正逢下班交通尖峰時段，家長接送孩子補習班必須注意安全；另外一項常常被補習班忽略掉就是舒適乾淨的學習環境，除了補習班保持清潔、燈光照明亮度充足外，洗手間和茶水間更是要注意的地方，家長接送孩子時，常有機會借用到，雖然環境舒適因素不是家長重要的考量因素，但是惡劣的環境會使學生數下降，補習班環境設備保持新穎，對補習班也都是加分的。

5.2.2 對後續研究之建議

一、研究對象

本研究以嘉義市某三間補習班為研究對象，其與補習班互動頻繁且關心在意孩子學習狀況，共十六名學生之家長為研究樣本，歸納分析結果只能解釋該三間補習班的學生家長選擇補習班考量因素情形。後續之研究，其方向有二，第一為將樣本範圍可擴大至研究全市補習班學生家長，甚至進階將其他科目類別補習班學生家長納入為研究探討目標，以求更全面的瞭解某地區影響家長選擇補習班的考量因素；第二為將研究補習班附近學校之所有幼兒園大班和國小應屆畢業生之家長作為研究目標，探討在其子女畢業前，進入下一個國小和國中學習階段，有無選擇補習班考量因素，可收集到學生未來不參加補習因素，以為研究補習班尚可努力的地方、可以更明確瞭解補習班經營策略方向之相關比較。

二、研究方法

本研究採用問卷方法，進行調查資料蒐集，並以量的方法分析結果，由研究者根據統計數據以自己的主觀價值來解釋本研究之關係及差異性，並未能深入了解造成其差異性之因素與脈絡情形。因此，建議未來的研究者，可輔以訪談法、記錄，朝質性訪談的研究方向進行，著重於家長個人的感受與經驗的陳述，對相關主題進行更深入、更豐富的探究，並提出具體的解決方法，俾使資料蒐集彙整及研究分析結果更具意義，以提供補習班業者對的經營策略方向。

參考文獻

壹、中文部分

1. 工作大贏家 (2005)。2005 八月號：補習教育業。臺北市：矽緯資訊。
2. 元世忠 (2009)。兒童產業、旅遊、未來績優股。取自 http://pro.udnjob.com/mag2/tool/storypage.jsp?f_ART_ID=17208。
3. 何志平 (2014)，活化數位教學，補教轉型生機。中時電子報 2014 年 5 月 11 日。線上檢索：日期 2020 年 4 月 12 日。網址：<https://www.chinatimes.com/newspapers/20140511000560-260102?chdtv>。
4. 江佳樺(2004)，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，大葉大學事業經營研究所碩士論文。
5. 何姿嫻(2008)，影響國小學童家長送子女參加課後補習之相關因素研究---以桃園縣中壢市為例，國立中央大學學習與教學研究所碩士論文。
6. 李盈縈(2011)，運用 QFD 和 AHP 探討國中生選擇補習教育之研究，中華科技大學經營管理研究所碩士學位論文。
7. 李鑫鋒(2009)，品牌老化與品牌再造之研究，國立政治大學國際經營與貿易研究所碩士論文。
8. 尚艾偉(2003)，文教機構經營管理之研究，國立台北大學合作經濟學系碩士論文。
9. 吳幸玲(譯)(2004)，B.Cates 著，好口碑，大訂單!:建立口耳相傳的銷售網絡，拓展潛在客源的四大獲利策略(Get more Referralsnow)，台北:美商麥格羅.希爾。
10. 吳郁萱(2008)，補習班教師教學效能之研究，國立臺中技術學院事業經營研究所碩士論文。
11. 吳永琪(2009)，台中市文理補習班品牌經營與品牌權益之研究，中臺科技大學文教事業經營研究所碩士論文。
12. 林孟紅(2007)，文理補習班的服務品質與顧客滿意關聯之研究-以高雄市文理補習班為例，樹德科技大學經營管理研究所碩士論文。

13. 林文傑(2011)，企業形象、服務品質、轉換成本、價格對顧客忠誠度之影響-以行社票務中心為例，銘傳大學企業管理學系碩士在職專班碩士論文。
14. 林淑玫(2013)，嘉義縣國中小學生家長選擇補習班影響因素之研究，南華大學企業管理系管理科學碩士班碩士論文。
15. 林翠蓮、陳恒毅(2015)，以社會交換理論探討國中家長選擇補習班行為，危機管理學刊，12(1)，55-64。
16. 林志勇(2007)，屏東市國小課後補習班與安親課輔班經營策略之研究，國立屏東教育大學教育學系碩士班碩士論文。
17. 林淑惠(2015)，如何在市場少子化創造補教業紫牛，朝陽科技大學幼兒保育系碩士論文。
18. 林德國譯(2001)，E.Rosen 著，口碑行銷:如何引爆口耳相傳的神奇威力(The anatomy of buzz : how to create word-of-mouthmarketing) ，台北:遠流。
19. 林嘉君(2004)，技專校院品牌管理成效評估指標建構之研究，暨南國際大學教育政策與行政學系碩士論文。
20. 卓建丞(2008)，文教產業行銷與策略之研究-以國中小文理補習班為例國立東華大學教育研究所碩士論文。
21. 洪郁年(2005)，國小學童家長選擇補習班因素分析-以林園地區為例，國立屏東師院教育科技研究所碩士論文。
22. 邱定雄(2001)，國小學生課後安親班服務市場消費行為之研究，大葉大學事業經營研究所碩士論文。
23. 邱永富(2002)，補習班之服務品質-以屏東縣某立案補習班為例，國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
24. 侯佳伶(2012)，品牌形象、代言人可信度、廣告頻率及媒體類型對廣告效果之影響，龍華科技大學商學與管理研究所碩士論文。
25. 柯正峰，升大學文理補習班學生學習態度、對補習班態度及生活型態之研究，臺灣師大教育研究所集刊，32，(1990)。
26. 袁一如 (2004)，兒童補教產業之市場區隔與購買行為，國立成功大學企管學系碩士論文。

27. 郭俐嬪(2015)，屏東縣文理補習班品牌形象、服務行銷、環境因素對經營績效關係之研究，國立屏東大學教育行政研究碩士論文。
28. 孫清山、黃毅志(1996)，補習教育、文化資本與教育取得，台灣社會學刊，19，95-139。
29. 徐玉珍(2006)，補教業的經營策略-以桃園縣某補習班為例，桃園元智大學管理研究所碩士論文。
30. 陳慶得(2000)，連鎖式經營關鍵成功因素之探討-以美語補習業為例，台北私立淡江大學管理科學學系碩士論文。
31. 陳耀龍(2003)，新設兒童美語補習班經營管理之個案研究，中原大學工業工程研究所碩士論文。
32. 陳玉君(2003)，高級中學品牌管理現況之研究，國立暨南國際大學教育政策與行政研究所碩士論文。
33. 陳美莉(2005)，詢問脈絡下口碑溝通之動機與情境對偶訪談分析，國立嘉義大學行銷與流通管理研究所碩士論文。
34. 陳嘉良(2007)，九年一貫課程政策實施後家長對補習教育之態度調查研究-以屏東市為例，國立中山大學高階公共政策碩士論文。
35. 陳莒輝(2009)，國小補教產業之購買行為-以台中補習班為例，逢甲大學經營管理研究所碩士論文。
36. 陳建志、張冠楨、薛慧平(2009)。兒童產業概論與實務。台中：華格納。
37. 姜信安(2004)，國中生參加課外補習之消費者行為研究-以新竹市為例，中華大學科技管理研究所碩士論文。
38. 黃金貞(2003)，連鎖事業之品牌經營與管理-以美商吉的堡教育為例，大葉大學事業經營研究所碩士論文。
39. 許國光(2006)，國中生參與補習行為之研究-以屏東市學生為例，國立屏東科技大學企業管理系碩士班碩士論文。
40. 許綺婷(2002)，探討國三學生對補習班與學校教學的看法及其與基本學測數學科之表現的關係，國立臺灣師範大學科學教育研究所碩士論文。

41. 葉連祺(2003)，中小學品牌管理意涵和模式之分析，教育研究月刊，114，96-110。
42. 張九浩(2012)，教師教學信念與教學效能關係之研究-統合分析，台中市中台科技大學文教事業經營研究所碩士論文。
43. 張春桂(2005)，國小學童課後補習狀況與家長決策行為之探討-以台南市為例，國立臺南大學教師在職進修社會碩士論文。
44. 張義雄(2007)，從家長觀點探討補教業關鍵成功因素-以大臺北地區補習班為例，台北淡江大學管理科學研究所企業經營碩士在職專班碩士論文。
45. 賴麗秋(1997)，選擇兒童電腦補習班六大要訣，統領雜誌，51-54。
46. 建中人社(2005)。補習文化?青澀歲月與補習－南陽街效應。線上檢索日期：2014.06.10。網址:<http://www.ck.tp.edu.tw/~ckhsc/NabYangStreet/culture.htm>
47. 彭偉族(2006)，品牌知名度、品牌形象影響品牌忠誠度之探討—以國產米酒業為例，國立東華大學企業管理學系碩士在職專班碩士論文。
48. 彭建彰、呂旺坤(2005)，品牌行銷與管理，台北市:華泰。
49. 程貳隆(2005)，應用品質機能展開於文教產業服務品質之提昇，開南管理學院企業管理學系碩士論文。
50. 謝文德(2006)，高雄市國小學生課外輔導家長消費決策行為之研究，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。
51. 謝三寶(2002)，國中小補習班學生家長之市場區隔差異分析，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理所之碩士論文。
52. 楊緒永(2009)，品牌形象、知覺價值、口碑、產品知識與購買意願之研究—以手機為例，南華大學企業管理系管理科學碩博士論文。
53. 楊淑美(2014)，國中文理補習班經營管理關鍵成功因素探討-以台北市某文理補習班經營者的心路歷程為例，國立東華大學課程設計與潛能開發學系教育碩士在職專班碩士論文。
54. 翁景德 (2009)。如何發揮捕高學限補教業者對外籍配偶成人教育角色及功能。取自 http://www.csea.org.tw/-filehome/upload/1113909680_1.doe。

55. 曾月娥(2011)，顧客關係、品牌形象與顧客忠誠度關係之研究-以高市某連鎖文理補習班為例，國立中山大學管理學院高階經營在職專班碩士論文。
56. 曾胤霖(2013)，體驗行銷與品牌形象對顧客價值認知影響之研究，中國文化大學碩士論文，台北市。
57. 蕭秀珠 (2012)，因應十二年國教影響家長讓學生補習消費意願之研究，龍華科技大學商學與管理研究所碩士論文。
58. 鄧振源、曾國雄 (1989)，分析層級法的內含特性與應用 (下)，中國統計學報，27 (7)，1-20。
59. 蔡秋金(2010)，國小家長與學生對補習班之教學滿意度及補教業未來營運策略之研究，義守大學管理學院碩士班碩士論文。
60. 蔡麗琪、鈕方頤、林政德(2015)，國小補習班之服務品質、企業形象與顧客滿意度研究，2015 年第 4 卷特刊 1 第 158-173 頁 DOI: 10.6285/MIC.4(S1).17 管理資訊計算。

貳、英文部分

1. Aidman, A (1995). Advertising in the schools. Urbana, IL : ERIC Clearinghouse. (ERIC Document Reproduction Service No. ED389473).
2. Arndt, J. (1967), Word of Mouth Advertising and Informal Communication, in D. F.Cox (ed.), Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Boston: Harvard Business University, 188-239.
3. Bray, M. (1999). The shadow education system: Private tutoring and its implications for planners. Paris, IIEP, UNESCO.
4. Biel, A. L. (1992), How Brand Image Drives Brand Equity, Journal of Advertising Research, Vol. 36, No. 2, 593-603.
5. BrandZ (2013), Top 100 Most Valuable Global Brands 2013, USA, <http://www.wpp.com/wpp/marketing/brandz/brandz-reports/>
6. Chernatony, L. D., & McWilliam, G. (1989). Brand terminology the real debate. Marketing intelligence and planning, 12, pp.29-32.

7. Gray E. R. and Balmer J. M (1998). "Manage corporate image and corporatereputation", Long Range Planning, 31, 5, 695-702.
8. Jenni, R. & S. Byron. (2003), Measuring Brand Perceptions: Testing Quantity and Quality, Journal of Targeting, Measurement and Analysis for marketing, Vol. 11, No.3, pp. 218-229.
9. Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. Journal of Marketing, 57(1), 1-22.
10. Kotler, P. H. (2003). Marketing management (11thed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
11. Keller, K. L. (2001). Building customer-based brand equity. Marketing Management, 10(2), 14-19.
12. Kotler, P. & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A placemarketing and brand management perspective. Journal of Brand management, 9 (4), 249-261.
13. Magid, J. M., Anthony, D. C. & Dena S. C. (2006). Quantifying brand image: empirical evidence of trademark dilution. American Business Law Journal, 43(1), 1-42.
14. Perry, A. & Wisnom III, D. (2002). Before the Brand: Creating the Unique DNA ofand Enduring Brand Identity, New York: McGraw-Hill Press.
15. Saaty, T. L. (1999) . Decision Making for Leaders. P.A. : RWS.
16. Sundaram, D. S., Mitra, Kaushik and Webster, Cynthia (1998), Word of MouthCommunications: A Motivational Analysis, Advances in Consumer Research, 25, 527-531.
17. Walters, C. G., & Paul, G. W. (1970). Consumer behavior: An integrated framework. New York: Richard D. Irwin Inc.
18. Westbrook, R. A. (1987), Product/Consumption-Based Affective Responses andPostpurchase Processes, Journal of Marketing Research, 24, 258-270.

附錄一：層級架構與評估項目之家長諮詢問卷

「嘉義市學生家長選擇補習班考量決策因素」調查問卷

親愛的家長，您好：

這是一份探討「嘉義市學生家長選擇補習班考量決策因素」的調查問卷，當您為子女選擇課後學習補習班之教育場所，相信您已深思熟慮後的最佳選擇，本問卷研究結果將作為學生家長選擇補習班的影響因素之參考。

感謝您於百忙之中抽空填答此問卷，您所填答的資料及調查結果，僅供學術研究之用，不針對個人分析或對外公開，所填資料絕對保密，您的答案是本研究作重要的資料來源，敬請安心填答。

問卷共分二部分，第一部分為「基本資料」，第二部分為「**學生家長選擇補習班考量決策因素評估項目」，您的意見相當珍貴，懇請您仔細閱讀每一道題目後，依您實際感受，在下方之空格中勾選出最適切之選項，再次感謝您的協助！

敬祝闔家平安健康！

南華大學文化創意事業管理研究所

指導教授：黃昱凱 博士

研究生：蕭仁如 敬上

e-mail：

中華民國 108 年 12 月

【第一部分】基本資料

填答說明：請在最符合您個人情況之「」中打「V」。

- 一、性別：1. 女性 2. 男性
- 二、年齡：1. 30 歲以下 2. 31~40 歲 3. 41 歲以上
- 三、教育程度：1. 國小 2. 國中 3. 高中職
4. 專科 5. 大學 6. 碩士(含)以上
- 四、職業類別：1. 公教 2. 軍警 3. 農 4. 工 5. 商
6. 家管 7. 服務業 8. 自由業 9. 其他_____
- 五、家庭月收入：1. 四萬元(含)以下 2. 四萬至六萬元(含)
3. 六萬至八萬元(含) 4. 八萬至十萬元(含)
5. 十萬元以上
- 六、子女數：1. 1 個 2. 2 個 3. 3 個 4. 4 個(含)以上
- 七、您的居家是否屬於嘉義市：1. 嘉義市 2. 外縣市
- 八、選擇補習班決定者：1. 父 2. 母 3. 父母 4. 祖父母
5. 其他_____

【第二部分】家長選補習班決策因素--評估構面與評估因素重要度填寫說明

寫說明

一、評估構面重要度

本研究設計有五個評估構面，請您選擇您的子女選擇於**補習班的因素，並將評估構面排列出來。

二、評估準則重要度

下面的範例表格內有兩個評估構面：「A 補習班口碑」及「B 補習班師資」。以下範例打✓處代表「A 補習班口碑」構面較「B 補習班師資」構面重要，且其重要性比重為 5：1。

若你認為左邊的 A 構面比右邊的 B 構面重要，請在左邊尺標中合適的空格打勾。相對的，若您認為 B 構面比 A 構面重要，則請在右邊的 1：3、1：5、1：7、1：9 四個空格中，依此兩個構面重要性比重勾選。越靠近左側或右側，表示 A 構面或 B 構面 B 的重要性越大，中間的空格（1：1）則表示兩個構面一樣重要。請依據此步驟填答下列的空格。

範例：

評估構面	相對重要程度									評估構面
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
A 補習班口碑			✓							B 補習班師資

【問卷內容】

一、各評估構面重要度調查

構面	內容說明
A 補習班口碑	補習班學生家長對補習班及補習班所展現出來的特徵和面貌，長時間累積在心目中，產生較主觀的整體評價總和。
B 補習班師資	包含教師教學資歷，個人不同之特質，表現於專業教學能力、班級經營能力、教學魅力、服務態度等。
C 補習班課程	補習班整體課程內容規劃與品質，教材講義精簡度、學校段考前總複習、學生的課後輔導...等。
D 補習班環境	指補習班空間環境設備、學習環境安全舒適和地理位置交通便利。

您對以上評估構面重要度排序： ___ ≥ ___ ≥ ___ ≥ ___ (請填代號)

各評估構面重要度分析（請依據上述排序，比較各構面的相對重要程度，請打勾）

評估構面	相對重要程度									評估構面
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
A補習班口碑										B補習班師資
A補習班口碑										C補習班課程
A補習班口碑										D補習班環境
B補習班師資										C補習班課程
B補習班師資										D補習班環境
C補習班課程										D補習班環境

二、「A 補習班口碑」各評估準則重要度調查

構面	評估準則	內容說明
A 補習班口碑	A1 高知名度	同學家長的推薦、有良好的口碑；補習班為全國加盟連鎖、具有高知名度，容易取得學生家長信任。
	A2 優良榜單	補習班歷年皆獲得優良成績，所公佈的成績榜單或升學榜單，是學生與家長最能直接判斷補習班是否有效的依據。
	A3 成績進步	補習班辦學用心績效好，大多數學生皆有一定幅度的進步。
	A4 價格高低	補習班能主動介紹課程與公開收費、合理的收費價格、有無優惠方案。

您對以上評估準則重要度排序：_____ ≥ _____ ≥ _____ ≥ _____。(請填代號)

各評估構面重要度分析（請依據上述排序，比較各構面的相對重要程度，請打勾）

評估構面	相對重要程度									評估構面
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
A1.高知名度										A2.優良榜單
A1.高知名度										A3.成績進步
A1.高知名度										A4.價格高低
A2.優良榜單										A3.成績進步
A2.優良榜單										A4.價格高低
A3.成績進步										A4.價格高低

三、「B 補習班師資」各評估準則重要度調查

構面	評估準則	內容說明
B 補習班師資	B1 名師魅力	教師已在補教界執教有年，常出現在廣告文宣上，隨便打聽就可以知道教學風格與評價。
	B2 教學資歷	教授過各種大小型補習班，具有熟練教學技巧，教學經驗相當豐富。
	B3 教師學歷	教師標榜高學歷、於任教科目具有相當豐富專業知識。
	B4 授課方式	教師教學態度認真，具教學熱忱、能瞭解學生問題因材施教，主動與家長溝通互動，突破學習瓶頸。

您對以上評估準則重要度排序：___ ≥ ___ ≥ ___ ≥ ___。(請填代號)

各評估構面重要度分析(請依據上述排序，比較各構面的相對重要程度，請打勾)

評估構面	相對重要程度									評估構面
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
B1.名師魅力										B2.教學資歷
B1.名師魅力										B3.教師學歷
B1.名師魅力										B4.授課方式
B2.教學資歷										B3.教師學歷
B2.教學資歷										B4.授課方式
B3.教師學歷										B4.授課方式

四、「C 補習班課程」各評估準則重要度調查

構面	評估準則	內容說明
C 補習班課程	C1 小班教學	上課班級人數的多寡，小班制教學，較能增進師生互動，提升學習效率。
	C2 講義內容	補習班教學團隊專屬自編上課教材，講義內容豐富詳盡、解說方式簡潔易懂、重點整理及補充資料題庫。
	C3 課後輔導	補習班有完整的輔導制度，利用課後時間對學生實施輔導加強或解決問題等措施，提升學習效果。
	C4 考前複習	學校段考前補習科目作考前總複習、考前衝刺。

您對以上評估準則重要度排序： ≥ ≥ ≥ 。(請填代號)

各評估構面重要度分析（請依據上述排序，比較各構面的相對重要程度，請打勾）

評估構面	相對重要程度									評估構面
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
C1小班教學										C2講義內容
C1小班教學										C3課後輔導
C1小班教學										C4考前複習
C2講義內容										C3課後輔導
C2講義內容										C4考前複習
C3課後輔導										C4考前複習

五、「D 補習班設備」各評估準則重要度調查

構面	評估準則	內容說明
D 補習班設備	D1 安全立案	安全至上，補習班必須合法立案，定期消防及公共安全檢查，才能放心讓孩子去學習。
	D2 環境舒適	學習環境整齊乾淨、燈光照明亮度、提供自修教室、附設飲水機。
	D3 教學設備	教室具有多媒體、資訊設備或智慧教學軟體設備，輔助教學。
	D4 交通便利	補習班離住家的距離、子女自行到補習班的交通狀況皆方便且安全、接送子女停車便利性。

您對以上評估準則重要度排序：_____ ≥ _____ ≥ _____ ≥ _____。(請填代號)

各評估構面重要度分析（請依據上述排序，比較各構面的相對重要程度，請打勾）

評估構面	相對重要程度									評估構面
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
D1安全立案										D2環境舒適
D1安全立案										D3教學設備
D1安全立案										D4交通便利
D2環境舒適										D3教學設備
D2環境舒適										D4交通便利
D3教學設備										D4交通便利

附錄二：層級架構與評估項目之補習班經營者諮詢問卷

「嘉義市補習班成功經營決策因素」調查問卷

補習班主任、老師，您好：

這是一份探討「嘉義市補習班成功經營決策因素」的調查問卷，當您規劃經營一間成功的學生課後學習補習班之教育場所，相信您已考量現有市場上的補習班經營關鍵重點，本問卷研究結果將作為補習班業者經營策略之參考。

感謝您於百忙之中抽空填答此問卷，您所填答的資料及調查結果，僅供學術研究之用，不針對個人分析或對外公開，所填資料絕對保密，您的答案是本研究作重要的資料來源，敬請安心填答。

本問卷共分二部分，第一部分為「基本資料」，第二部分為「補習班成功經營決策評估項目」，您的意見相當珍貴，懇請您仔細閱讀每一道題目後，依您實際感受，在下方之空格中勾選出最適切之選項，感謝您協助！

敬祝事事順心、身體健康！

南華大學文化創意事業管理研究所

指導教授：黃昱凱 博士

研究生：蕭仁如 敬上

e-mail：

中華民國 109 年 2 月

【第一部分】基本資料

填答說明：請在最符合您個人情況之「」中打「V」。

- 一、性別：1.女性 2. 男性
- 二、年齡：1.30 歲以下 2.31~40 歲 3.41 歲以上
- 三、教育程度：1.國小 2.國中 3.高中職
4.專科 5.大學 6.碩士(含)以上
- 四、職業類別：從事補習班 1.股東 2.主任 3.老師
4.行政人員 5.其他_____ (可複選)
- 五、月收入：1.四萬元(含)以下 2.四萬至六萬元(含)
3.六萬至八萬元(含) 4.八萬至十萬元(含)
5.十萬元以上
- 六、從事補習班學生數：1.50 個以下 2.51~100 個
3.101~150 個 4.151 個(含)以上
- 七、您的居家是否屬於嘉義市：1.嘉義市 2.外縣市
- 八、接觸教育服務業時間：1.1 年以下 2.1~3 年 3.3~10 年
4.10~20 年 5.20 年以上

【第二部分】補習班成功經營決策因素--評估構面與評估因素重要度

填寫說明

一、評估構面重要度

本研究設計有五個評估構面，請您選擇您認為補習班成功經營因素，並將評估構面排列出來。

二、評估準則重要度

下面的範例表格內有兩個評估構面：「A 補習班口碑」及「B 補習班師資」。以下範例打✓處代表「A 學補習班口碑」構面較「B 補習班師資」構面重要，且其重要性比重為 5：1。

若你認為左邊的 A 構面比右邊的 B 構面重要，請在左邊尺標中合適的空格打勾。相對的，若您認為 B 構面比 A 構面重要，則請在右邊的 1：3、1：5、1：7、1：9 四個空格中，依此兩個構面重要性比重勾選。越靠近左側或右側，表示 A 構面或 B 構面 B 的重要性越大，中間的空格（1：1）則表示兩個構面一樣重要。請依據此步驟填答下列的空格。

範例：

評估構面	相對重要程度									評估構面	
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要		
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9		
A補習班口碑			✓								B補習班師資