

南華大學

文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE INSTITUTE OF CULTURAL & CREATIVE ENTERPRISE
MANAGEMENT, NAN HUA UNIVERSITY

購買動機與學業成就之研究-以雲嘉地區高中職生購買書籍為例

A Study of Purchase Motivation and Academic Achievement - Yunlin-Chiayi
Area High School Students to Buy Books as Example

指導教授：郭進財 博士

ADVISOR: Ph.D. CHIN-TSAI KUO

研究生：曹世和

GRADUATE STUDENT: SHIH-HO TSAO

中華民國一〇二一年一月

南 華 大 學

文化創意事業管理研究所

碩士學位論文

購買動機與學業成就之研究-以雲嘉地區高中職生購買書籍為例

研究生：曹世和

經考試合格特此證明

口試委員：楊聰仁
李俊忠
鄧進財

指導教授：鄧進財

所 長：陳寶媛

口試日期：中華民國 101 年 12 月 28 日

南華大學文化創意事業管理研究所 101 學年度第一學期碩士論文摘要

論文題目：購買動機與學業成就之研究-以雲嘉地區高中職生購買書籍為例

研究生：曹世和

指導教授：郭進財 博士

論文摘要內容：

本研究旨在探討高中職學生對書籍的購買動機及學業成就的差異性，進而探討購買動機與學業成就的關聯性。以雲嘉地區公私立學校之高中職學生為受試對象，並採便利抽樣方法，共發放 420 份問卷，回收有效問卷 390 份，有效量表回收率為 93%。並以 t 考驗、單因子變異數分析、典型相關等統計方法進行驗證分析，本研究結果如下所述：

- 一、不同人口統計變項的學生，在不同學校、不同學校屬性、不同年級、不同購買數量及不同家長教育程度的購買動機有差異存在。
- 二、不同人口統計變項的學生，在不同性別、不同學校屬性、不同年級、不同購買數量、不同家長職業及不同家長教育程度的學業成就有差異存在。
- 三、高中職學生對書本的購買動機與學業成就有關聯性存在。

關鍵詞：購買動機、學業成就

Title of Thesis : A Study of Purchase Motivation and Academic Achievement - Yunlin-Chiayi Area High School Students to Buy Books As An Example

Name of Institute : Graduate Institute of Cultural & Creative Enterprise Management, Nan Hua University

Graduate date : January 2013 Degree Conferred : M.B.A.

Name of Student: SHIH-HO TSAO Advisor: Ph.D. CHIN-TSAI KUO

Abstract

The study aims to discuss the purchase motivation of books and academic achievement of students from different senior high schools and then to discuss the relation between their purchase motivation and academic achievement. Senior high school students in Yunlin and Chiayi area are taken as subjects and Convenience Sampling is adopted. 420 questionnaires are distributed and 390 valid ones returned. The response rate of valid assessment is 93 percent. Also, the methods of T-test, One-way ANOVA, Canonical Correlation are adopted for verification and analysis. Below is the result.

1. The variations of purchase motivation exist in students from different schools, at different ages; the variations also include numbers of books students purchased, and their parents' education backgrounds.
2. The variations of academic achievement exist in students from different genders, different schools, and different graders, and they also involves the numbers of books students purchased, their parents' occupations, and their parents' education backgrounds.
3. The relation exists between senior high school students' purchase motivation of books and their academic achievement.

Keywords: Purchase Motivation, Academic Achievement

目 錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
目 錄	iii
表目錄.....	vi
圖目錄.....	ix
第一章 緒論.....	1
1.1 研究動機.....	1
1.2 研究目的.....	3
1.3 研究問題.....	4
1.4 研究範圍與限制.....	4
1.4.1 研究範圍.....	4
1.4.2 研究限制.....	4
1.5 名詞解釋.....	5
第二章 文獻探討.....	8
2.1 消費者行為理論.....	8
2.1.1 消費者行為定義.....	8
2.1.2 消費者行為特性.....	10
2.1.3 消費者行為理論.....	11
2.2 購買動機的意義與相關理論.....	13
2.2.1 動機的意義.....	13
2.2.2 動機理論.....	17
2.2.3 購買動機之相關研究.....	21

2.3	學業成就之理論與相關研究.....	23
2.3.1	學業成就的定義.....	24
2.3.2	學業成就的相關理論.....	26
2.3.3	學業成就的相關研究.....	29
第三章	研究方法與步驟.....	35
3.1	研究架構.....	35
3.2	研究假設.....	35
3.3	研究流程.....	36
3.4	研究對象與抽樣方法.....	37
3.5	本研究受試對象基本資料.....	39
3.6	研究工具.....	41
3.7	資料處理.....	49
第四章	結果與討論.....	50
4.1	不同人口統計變項購買動機因素的差異性分析.....	50
4.2	不同人口統計變項學業成就因素的差異性分析.....	57
4.3	高中職學生書籍購買動機與學業成就之典型相關分析.....	65
第五章	結論與建議.....	69
5.1	結論.....	69
5.2	建議.....	74
參考文獻	77
	中文部份.....	77
	英文部份.....	82
附錄	85
附錄一	預試問卷.....	85

附錄二	正式問卷.....	88
附錄三	個人簡歷.....	91

表目錄

表 2.1.1 消費者行為定義.....	9
表 2.1.2 一般消費者特性.....	11
表 2.2.1 各學者研究之動機結果.....	14
表 2.2.2 Maslow 需求層次理論.....	18
表 2.2.3 購買動機之相關研究.....	22
表 2.3.1 學業成就之定義.....	25
表 2.3.2 學業成就之相關文獻.....	30
表 3.4.1 預試問卷發放回收情形.....	38
表 3.4.2 正式問卷發放回收情形.....	38
表 3.5.1 本研究受試對象基本資料.....	39
表 3.6.1 購買動機預試量表項目分析摘要表.....	44
表 3.6.2 學業成就預試量表項目分析摘要表.....	45
表 3.6.3 購買動機預試量表因素結構摘要表.....	46
表 3.6.4 學業成就預試量表因素結構摘要表.....	47
表 3.6.5 購買動機預試量表信度分析摘要表.....	48
表 3.6.6 學業成就預試量表信度分析摘要表.....	49
表 4.1.1 不同性別學生購買書籍動機因素 t 考驗摘要表.....	50

表 4.1.2 不同學校學生購買書籍動機因素 t 考驗摘要表.....	51
表 4.1.3 不同學校屬性學生購買書籍動機因素 t 考驗摘要表.....	52
表 4.1.4 不同年級學生購買書籍動機因素之變異數分析摘要表.....	53
表 4.1.5 不同購買數量學生購買書籍動機因素之變異數分析摘要表.....	54
表 4.1.6 不同家長職業學生購買書籍動機因素之變異數分析摘要表.....	55
表 4.1.7 不同家長教育程度學生購買書籍動機因素之變異數分析摘要表.....	56
表 4.2.1 不同性別學生學業成就因素 t 考驗摘要表.....	58
表 4.2.2 不同學校學生學業成就因素 t 考驗摘要表.....	59
表 4.2.3 不同學校屬性學生學業成就因素 t 考驗摘要表.....	60
表 4.2.4 不同年級學生學業成就因素之變異數分析摘要表.....	61
表 4.2.5 不同購買數量學生學業成就因素之變異數分析摘要表.....	62
表 4.2.6 不同家長職業學生學業成就因素之變異數分析摘要表.....	63

表 4.2.7 不同家長教育程度學生學業成就因素之變異數分析

摘要表.....64

表 4.3.1 高中職學生書籍購買動機與學業成就之典型相關分析

摘要表.....67

表 5.1.1 研究假設結果.....70

圖目錄

圖 2.1 以 S→O→R 觀點看消費者行為.....	10
圖 2.2 Howard-Sheth 消費者行為模式.....	12
圖 2.3 Kotler 消費者行為模式.....	13
圖 2.4 動機過程.....	16
圖 3.1.1 本研究架構圖.....	35
圖 3.3.1 研究流程圖.....	37
圖 4.3.1 高中職學生書籍購買動機與學業成就之典型相關 路徑圖.....	66

第一章 緒論

本章共分爲五節，首先說明研究動機，進而針對研究動機說明研究目的，第三節根據研究目的提出研究需要解決的研究問題；第四節爲研究範圍與限制；第五節爲名詞解釋。

1.1 研究動機

教育改革十餘年來廣設大專院校，在 2007 年更達高峰，由當時的 50 餘所大專院校激增至 162 所，學生人數逼近 130 萬人。然而，大學的普及非但未能帶動高中職學生學業成就的相對提升，反而因爲大學的低錄取分數讓學生失去學習應有的動機，而動機是行爲的原動力，在學習的過程中扮演重要角色（毛國楠，1997）。學者 Schiffman and Kanuk(2000)認爲，動機是個人內在的一種驅動力，會促使人們採取行動，導致這種驅動力的存在，是因爲人們對於需求尚未獲得滿足而所引發的緊張狀態，所以人們會藉由各種能獲得滿足需求的行爲，來降低或消除這種緊張狀態，以釋放感覺到的壓力。學生沒有感覺到升學所造成的壓力，就不會採取相對應的行動。Hahha and Wozniak(2001)也認爲動機是一種狀態，在這種狀態之下，人們會針對本身期望的目標，選擇出應對樣式而做適當的回應。學生在學校裡，經由一定的課程、教材，透過學習後才能獲得知識和技能，學習的過程是經由教師的課堂指導及課外書籍的補充。國際間對於閱讀的行爲及素養相當重視，經濟合作與發展組織（Organisation for Economic Co-operation and Development，簡稱 OECD）就有對於閱讀的素養做調查，在 2010 年公布的 PISA（國際學生能力評量計畫）排名，台灣在 2009 年閱讀素養的名次於華文社會之國家中也可謂敬陪末座。這個結果不禁讓人憂心大學的激增林立，是不是直接關聯到學生越來越低的閱讀行爲及素養。行政院新聞局（現爲行政院文化部）在 2011 年對圖書出版產業調查報告中，有關台灣地區消費者圖書消費及閱讀行爲的調查結果顯示，過去一年沒有購買過任何書籍的民眾占 50.8%；一個月內有購買過書籍的民眾只占了 25.0%；

而過去一年平均每人購書金額僅為 1536.1 元；至於詢問未來購買書籍的意願，有 64.5%表示都不會買。這樣的結果顯示了國人處於這個科技發達、資訊商品及網際網路產業大躍進的時代，「知識」與「資訊」的概念已經開始產生混淆，知識的取得已經由傳統書籍圖書閱讀方式，變成了輕易就能在網路上大量查詢卻大都未經查驗與證實的資訊。

行政院新聞局（現為行政院文化部）在 2011 年對有關台灣地區消費者圖書消費及閱讀行為的調查結果顯示，因為喜歡閱讀，也就是基於一種休閒效益而購買書籍的佔 48.8%；而為了增進知識而購買書籍的則有 39.1%，這包括了為了獲得某類資訊（23.0%）及想增廣見聞、自我成長（16.1%）；再其次，為了學校課業需求（9.8%）再加上為了參加考試（2.8%），即與學業成績相關而購買書籍的共有 11.6%。增進知識、休閒效益以及學業成績，是人們購買書籍的主要動機因素。今研究者欲探討學生購買書籍的動機，期能經本研究的發現，將學生購買書籍的動機結果及不同的人口統計變項因素對其產生的影響及差異性，提供學校教師及出版商做為參考以利教育之用，這是研究者從事本研究的動機之一。

高中職學生的學業成就並沒有因為近年來大專校院的相繼成立、大學教育的普及化而有所提升，這是教育界的一大隱憂，也是政府須因應教育改革的結果。廖柏森（2007）在聯合新聞網高等教育論壇提到，廣設大學的副作用並不只是稀釋國家教育資源，降低入學門檻，進而大幅貶低學歷價值，使原本精英式的大學教育平庸化而已；廣設大學是否會造成問題的基本前提還是在於大部份學生本身有沒有足夠的能力讀大學，他們心理狀態和知識背景究竟準備好了沒有，否則這些連高中課程都尚未學好的學子進了大學後，才發現他們根本就缺乏吸收更深一層學問的能力，豈不使大學教育出現嚴重問題。高中職學生面臨同儕的競爭、師長的教誨、父母的期許及將來就業的壓力，自然會對本身的學業成就有所期待進而努力付出。教師的期望及競爭環境對學業成就自我效能極具顯著影響（黃麗鈴，1997）。學生在學校學業成就的表現，就是代表他的學習成果及學校的教育成效。簡茂發（1985）指出影響學生學習成就的因素，包括心理因素、教育方面、社會方面及輔導方面；張春興（2001）研究認為學習成就是指學生學習某一科目時，對教

學內容的精熟表現。本研究是依學生本身的自我肯定、積極態度及學習情形等因素，探討學生對學業成就的自我評量結果，將所得的評量結果提供給未來教學研究之參考，進而探討不同的人口統計變項因素對學生學業成就的差異性，這是研究者從事本研究的動機之二。

中外古今，無論人類歷史如何演進，閱讀始終是增長見聞、充實學識的最主要方法之一。西漢劉向曾言：「書猶藥也，善讀之可以醫愚」，R.M.Rilke也說：「我從書上抬起眼，已毫無陌生之感，一切都偉大」，閱讀書籍的確是協助人們獲得知識、累積學術涵養的最亙古不變、也最便捷的模式。研究者任教高職已逾十年，目前學界對於「學業成就」的相關研究大致以一般國小、國中學生為主，而且購買動機的研究方向很多，卻很少有研究者探討到購買書籍的動機。有鑑於此，現今社會已為國際化及全球化時勢所趨，觀察學生在所謂教科書之外，購買其他不同內容的書籍來閱讀以擴充知識，已成為提升自我能力不可或缺的指標。而在評定學生學業成就的工具方面，最被廣泛使用的是學期成績表現，常用測驗分數和教師評定的等第或文字說明，或兩者兼採的方式來表示（余啓名，1994）。由學科成就測驗之後所得到的結果，來評定學生的學習成效。郭進財（2009）研究指出學業成就的相關理論大致歸納為：家庭經濟會影響學習環境及學業結果，低收入家庭的青年失去教育機會，父母的教育態度會影響子女的學業成就。身心因素（健康狀況、智力、性向、動機、適應）、家庭因素（家庭環境、結構、管教方式）、學校因素（學校環境、教學內涵、教師特質、期望等）及社會因素（結構、文化、經濟）等均會影響學生的學業成就。本研究探討不同的人口統計變項在高中職學生購買書籍的動機以及學業成就上的差異性，進而探討高中職學生對購買書籍的動機以及學業成就上的關聯性，期盼經本研究發現能啟發學生購書的動機，進而提昇學生的學業成就，這是研究者從事本研究的動機之三。

1.2 研究目的

本研究主要目的在於探討高中職生對於書籍購買動機及其學業成就之關聯性。

- 1.了解雲嘉地區高中職學生購買書籍動機的現況。
- 2.了解雲嘉地區高中職學生學業成就的現況。
- 3.探討雲嘉地區高中職學生購買書籍動機與學業成就之相關性。

1.3 研究問題

基於上述研究目的，本研究提出下列待答問題，作為資料搜集的依據：

- 1.不同人口統計變項對於雲嘉地區高中職生購買書籍動機之差異情形？
- 2.不同人口統計變項對於雲嘉地區高中職生學業成就之差異情形？
- 3.雲嘉地區高中職生購買書籍動機與學業成就之關聯性？

1.4 研究範圍與限制

1.4.1 研究範圍

(一) 研究區域與對象

本研究以雲林縣、嘉義縣及嘉義市為研究區域，在樣本的選取上以該區域十二所高中、職學校一到三年級有購買書籍經驗之學生為研究對象。

(二) 研究變項

本研究主要探討高中、職生書籍購買動機對學業成就的影響情形。自變項為人口統計變項分為性別、學校、學校屬性、年級、購買書本數量、家長職業、家長教育程度，依變項為購買動機與學業成就。

1.4.2 研究限制

(一) 在研究對象上

本研究受限於研究者自身的人力、財力及時間等因素，僅能針對雲林縣、嘉義縣及嘉義市十二所高中職生一到三年級為主要調查對象，故在研究結果及推論上有所限制，無法將結果推論至其他區域學校之高中、職學生。

（二）在研究變項上

本研究考量到研究者自身的主要研究重心是放在書籍購買動機與學業成就的相關研究上，至於其它可能影響學生學業表現的中介變項或相關因素，如：智力、教學環境、教師引導及同儕相互影響等，無法在一次研究中全部加以納入架構中。本研究僅從性別、學校、學校屬性、年級、一年購買書籍數量、家長職業及家長的教育程度等變項探討購買動機與學業成就的關係，若能兼顧更多的變項，相信能使研究更加完善。

（三）在研究方法上

限制於研究者自身的人力、財力及時間等因素，本研究僅能利用問卷調查法，根據學生對於問卷內容上的表現來調查，若能再佐與晤談法、觀察法及實驗法等研究方法，相信更能將研究之購買動機與學業成就的關聯性做更詳細的研究結果，能更了解學生購買動機及學業成就的影響因素。

1.5 名詞解釋

爲了清楚掌握本研究的研究範圍及內涵，茲將各學者的相關文獻資料歸納後，研究者針對本研究涉及的重要名詞，分別說明如下：

（一）人口統計變數

本研究的人口統計變數包括性別、學校、學校屬性、年級、購買數量、家長職業及家長教育程度等七項子變數，內容爲：

- （1）性別：男、女
- （2）學校：公立、私立
- （3）學校屬性：高中、高職
- （4）年級：一年級、二年級、三年級
- （5）一年購買書本數量：6本以下、7-12本、13-18本、19-24本、25本以上
- （6）家長職業：商業、軍公教、工農、家管、其他
- （7）家長教育程度：國中以下、高中職、大專院校、研究所

（二）購買動機（Purchase Motivation）：

在學生購買書籍的行為下，學生想要滿足的需求為何，亦即購買動機。故本研究是將針對學生進行購買動機研究，研究範圍是以最近的一年內有購買書籍經驗之高中職生，探討其購買書籍之行為發生時，是爲了滿足何種需求。學生從事購買書籍行為的動機是因爲需求而產生的，用金錢來購買其所需要的書籍。針對學生購買的行為來說，購買動機是驅使其購買行為發生的主要原因。

（三）學業成就（Academic achievement）

Schutz and Lanehart（2002）研究顯示，學生學習的回饋和學生的情緒反應有密切關係。學生的學業成就量表共分爲三個因素：「積極態度」指學生自認本身精神飽滿、有足夠體力專心的應付課業、按時繳交報告及充分的準備考試；「自我肯定」肯定自己的學業成績表現；「學習情形」對本身課業的努力程度的評估、成績與生活的關係及努力的心理傾向。

（四）滿意度（Satisfaction）：

Hunt（1977）認爲所謂的滿意度爲「對情緒感覺的衡量」，滿意度是一種抽象的名詞，是由個人對於所要追求的目標達成與否的一種內在狀態。Fornell（1992）認爲「滿意度是一種整體性的感覺」，消費者以經驗爲基礎，對於購買的商品或消費行為所產生的一種評鑑或整體的一種態度。消費者滿意度是一種購買與使用產品的結果，是由消費者比較購買時付出的成本，與預期使用後的效益所產生的以經驗爲基礎的整體性態度（Churchill & Surprenant，1982）。Hausknecht（1990）回顧許多研究者用來衡量滿意度的指標之後，發現滿意度通常會使用許多情緒面的文字，例如滿足的、快樂的、滿意的等等。

本研究對於滿意度的解釋爲學生對於經由課堂學習的過程後，對於本身學業上的感覺或態度，有高興的感覺或積極的態度爲「滿意」，如爲不高興的感覺或者是消極的態度則是「不滿意」。「滿意度」量表分爲三個因素：「自我肯定」指的是滿意自己的學科成績，包括必修的學科、選修的學科及專業的學科等等。而「積

極態度」指的是對學業成績的態度，包括按時繳交作業、對課業的付出及情緒上的管理。「學習情形」則是指本身用於應付學業上的體能、精神狀態、健康情形及研習課業的時間。

第二章 文獻探討

本章針對購買動機因素與學業成就的相關文獻深入探討，共分為四節，首節探討消費者行為理論，次節探討購買動機的概念分析與相關研究；第三節為學業成就相關理論與研究。

2.1 消費者行為理論

2.1.1 消費者行為定義

為了探討學生在書籍的購買動機，首先要先了解的是消費者的行為模式。消費者行為包括社會學、心理學、經濟學及行銷學等領域，想要了解消費者對於購買商品可能影響的因素，就要先從消費者本身的行為及所處環境的不同的影響層面去研究了解。下列引述各學者的說法加以說明理解。

Walters and Paul (1970) 提到，消費行為可以從下列的各個問題去著手了解：是個人決定是否購買 (Whether)、購買什麼 (What)、何時購買 (When)、如何購買 (How) 以及向誰購買物品 (Who) 及購買地點 (Where)。依此觀點，購買行為和消費行為意義一樣。

Pratt (1974) 認為購買行為的定義，是指決定購買之行動，也就是以現金或支票交換所需的財貨或勞務，依此做為購買行為之定義。學者Nicosia (1966) 則認為消費行為是指不以轉售為目的之購買行為。根劇這樣的說法，購買行為亦包括消費行為。Engel, Kollat and Blackwell (1982) 認為，消費行為是一種過程，它受到許多來自內外雙重環境的重要影響，而購買只是這個過程中的一個階段。他們認為購買行為有兩種涵意，狹義的購買行為指的是個人以金錢或金錢的替代品交換財貨及勞務的行為，以及導致此種行動的決策過程。而廣義的購買行為則除了消費行為之外，尚應包括社教組織、工業組織以及各級中間商的採購行為。

Engle, Blackwell and Miniard (1993) 認為購買行為有兩種涵義：狹義的購買

行爲是指個人以金錢或金錢代替品交換財貨或勞務的行爲，以及導致此種行爲的決策過程；廣義的購買行爲是指除了消費者行爲以外，尚包括社教組織、工業組織以及各級中間商的採購行爲。吳育東（1998）提出：所謂消費者行爲乃是一連串的決策過程，其不單指於當時買或不買的一個決定，其尚包括購買前如何接受訊息、產生動機、重視屬性、考慮買什麼、如何買、及什麼時候買等評估，以及購買後使用的狀況滿意與否及是否會再引起購買動機等一連串的決策過程。

其他學者對於消費者行爲定義亦有其獨到的見解及解釋，表2.1.1為研究者將其他學者研究消費者定義整理出來，如下表：

表 2.1.1 消費者行爲之定義

研究者（年度）	研究者定義
Nicosia（1966）	消費，即是以非轉售為目的之購買行爲。
Williams（1982）	一切與顧客在購買產品或勞務過程中，有關心理的、情緒的、生理方面的活動、反應與影響。
Engel, Kollat & Blackwell(1982)	狹義的定義：為獲得和使用經濟性產品和服務，個人所直接投入的行爲，包含導致及決定這些行爲的決策過程。 廣義的定義：除了狹義的消費者購買行爲外，還包括非營利組織、工業組織及中間商的採購行爲。
Schiffman & Kanuk（1994）	消費者為了滿足需求，所表現出對於產品、服務、構想的尋求、購買、使用、評價和處置等行爲。
Kotler（1997）	在滿足需求與慾望時，個人、群體與組織如何選擇、購買、使用及處置商品、服務、理念或經驗。

表 2.1.1 消費者行爲定義（續）

研究者（年度）	研究者定義
Zaltman（2000）	認為消費者行爲是研究人類如何取得、消費和處置產品、服務、與構想。對消費者行爲愈深入的瞭解，就愈能夠發現其他的規律。

由各國學者對於消費者行爲定義的研究中發現，當消費者的內心對於事物的需求狀態與實際現況的狀態不符合時，便會引起需求的動機，喚起知覺上的需求，進而產生問題與需求的認知。應用在學生的內心需求上，當學生對於現階段知識及課業上的需求狀態與實際現況不符合時，亦會引起其對於這方面的求知慾望，進而針對其所需求得到的知識及課業上的書籍進行購買行爲。

2.1.2 消費者行爲特性

Reynolds and Wells（1977）提出以 $S \rightarrow O \rightarrow R$ 的觀點來探討消費者行爲，認為消費者行爲其實就是人類行爲的一種子集合，所以可以用心理學中的 $S \rightarrow O \rightarrow R$ 的行爲模式來分析消費者行爲。S（Stimulus）是指導致消費者產生反應的刺激因素；O（Organism）則代表消費者本身；R（Response）指的是消費者本身對刺激所產生的反應，也就是如圖2.1.2所示的：

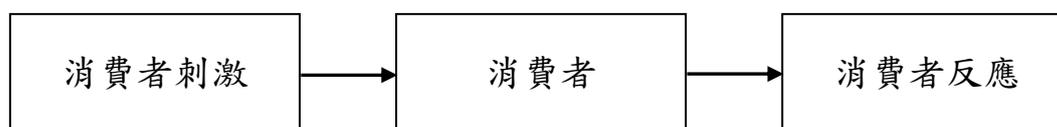


圖 2.1 以 $S \rightarrow O \rightarrow R$ 觀點看消費者行爲

資料來源：Reynolds, F. D. & Wells, W. D.

消費者本身會受到刺激的因素不一，例如：家庭的因素，同儕的影響，經濟考量等等人口統計因素；消費者受刺激後的反應也會因自身的人格特質及生活型態而有所不同。人口統計變數與社會經濟變數等描述性變數，可以迅速了解消費

者的特性，所以通常會被研究者採用。表 2.1.2為一般消費者特性整理。

表2.1.2 一般消費者特性

變數類別	項目內容
人口統計	性別、年齡、種族、居住地、家庭型態
社會經濟	職業、收入、教育程度、社會階層
人格特質	自信心、自尊心、冒險性、群居性
生活型態	需求、興趣、價值觀、日常活動、個人見解

資料來源：Reynolds & Wells (1977)

2.1.3 消費者行為理論

人類在還沒有貨幣的時代，生活必需品除了自己生產之外，就是用以物易物的方式來獲得。隨著時代的演進，以客為尊的觀念已經深植人心，現今廠商以廣告的策略來推銷產品，唯一的訴求就是想獲得消費者的青睞。但消費者的行為卻是一個「看不見的黑箱」(Kolter,1997)，研究指出消費者行為的研究就是了解消費者黑箱的一個過程，消費者經由外在的刺激來源包括行銷活動與環境，接受刺激後經由「黑箱」的處理，然後產生購買的決策。

學者分析消費者行為的理論模式，大致分成兩個類型：部分模式與綜合性模式。部分模式僅以特定的變數來解釋某些購買行為，例如從經濟、心理、學習反應及社會等方個去探討消費者購買行為的模式。而綜合性模式則是分別從消費者的決策過程、資訊暴露、學習過程及市場特質等構面來說明購買者的行為模式。其理論有EKB模式、EBM模式、Howard和Sheth模式、Kotler模式，。以下針對綜合性的模式加以論述說明。

(一) EKB 模式 (Engel-Kollat-Blackwell Model)

EKB模式是由Engel、Kollat and Blackwell (1978) 三位研究者所提出，研究在於強調消費者的購買決策過程是一種整體的連續程序 (Process)，不是間斷性的

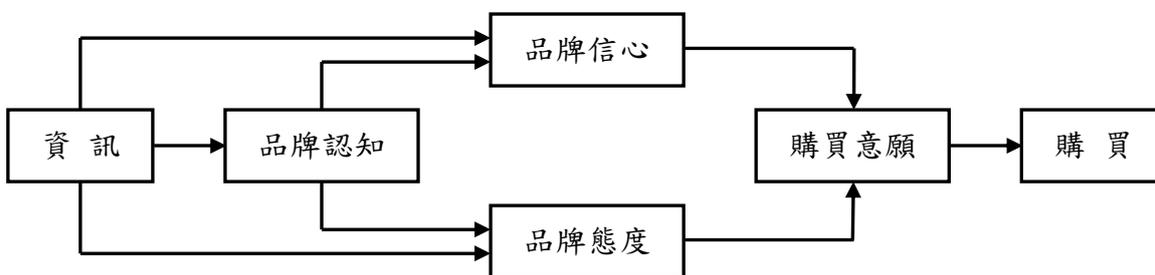
個別行動。以消費者決策的過程為中心，解決購買所面臨的問題，經歷需求認知、資訊尋求、方案評估、購買消費、至購買結果五個程序。

(二) EBM 模式 (Engel-Blackwell-Miniard Model)

EBM模式是由Engel、Blackwell and Miniard (1993) 所倡導，認為一切與消費者購買產品或其購買產品的過程中有關的活動與意見。亦即消費者直接涉及、消費與處置產品的所有有關活動，包含這些活動前後所引發的決策程序。

(三) Howard 和 Sheth 模式 (Howard-Sheth model)

Howard and Sheth (1969) 模式是解釋新產品與舊產品的購買行為，模式中指出四項變數，即投入因素、知覺與學習建構、產出結果及外在變數；因為模式結構分明且淺顯易懂，所以也被稱為易理解的模式。Howard修正之Howard-Sheth model，指出消費者決策模式由六個基本的變項所組合而成，包括資訊、品牌認知、態度、信心、購買意願與購買。模式如圖2.2。



資料來源：Howard (1994). *Buyer behavior in marketing strategy*. New Jersey:Prentice-Hall.

(四) Kotler 模式 (Kotler model)

Kotler (1997) 主張消費者經由外在的刺激來源包括行銷刺激與環境刺激，消費者接受刺激後經由黑箱處理的過程，產生購買的決策，並且會因為每個人的特性與決策過程的不同，產生了不一樣的購買反應，而廠商則在於了解刺激因素與

消費者的意識之中，究竟發生了什麼事，整個過程涵蓋了環境因素、個人差異、心理程序等三類因素。其過程如圖 2.3 說明。

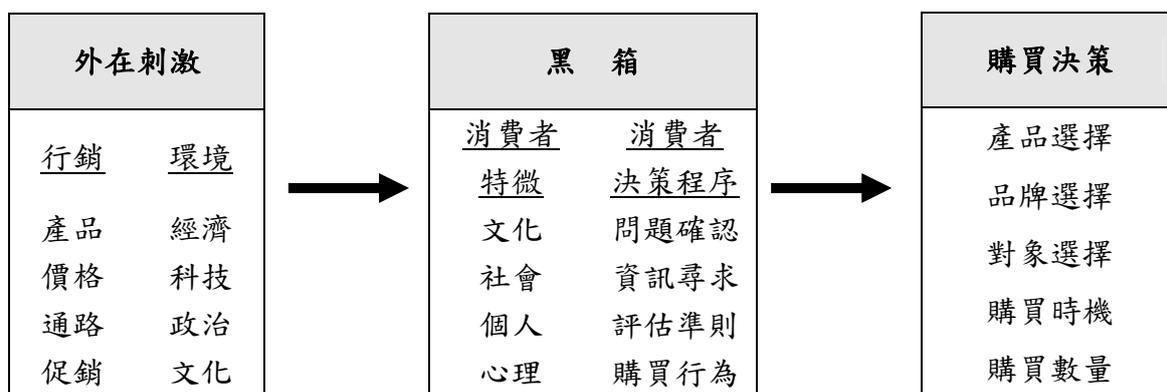


圖2.3 Kotler消費者行為模式

資料來源：Kotler (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

2.2 購買動機的意義與相關理論

本節探討「動機」一詞的意義與各學者研究動機之歷程；次小節則探討動機的理論，第三小節則為國內外學者對於購買動機的相關研究資料整理。

2.2.1 動機的意義

有關動機（Motivation）的相關研究歷時已久，許多的學者對於動機一詞皆曾深入研究及提出定義：學者Schiffman & Kanuk(2000)認為，動機是個人內在的一種驅動力，會促使人們採取行動，導致這種驅動力的存在，是因為人們對於需求尚未獲得滿足而所引發的緊張狀態，所以人們會藉由各種能獲得滿足需求的行為，來降低或消除這種緊張狀態，以釋放感覺到的壓力。Hahha & Wozniak(2001)則提出動機是一種狀態，在這種狀態之下，人們會針對本身期望的目標，選擇出應對樣式而做適當的回應。Blackwell, Miniard and Engel(2001)則認為，消費者的消費動

機是藉由對產品的購買與消費，來滿足心理與生理需求的驅動力。

個人的動機在其行為間扮演著中介者的角色，其原因來自於個人內心的驅動力，是一種潛在的因素，沒辦法輕易從表面現象或行為來做衡量，動機是一種引導消費者朝著滿足需求行為的驅動力 (Assael, 1998)。行為通常會受到一系列的動機影響，引導個人朝向需求的滿足或目標的達成而前進 (蔡坤哲, 2004)。針對各學者對於動機一詞的研究定義，研究者將之整理如下表2.2.1所示：

表2.2.1 各學者研究之動機結果

研究者 (年度)	研究結果
林靈宏 (1994)	動機是一種促使人們採取某種行動，以滿足某種需求的內在力量。
簡玉貞 (1996)	動機是代表一個不能觀察到的內部力量，它能使行為發生，並提供反應明確的方向。
張春興 (1999)	主張動機是指引起個體活動，維持已引起的活動，並導使該種活動朝向某一目標進行的一種內在歷程。
黃俊英 (2002)	動機也是一種被刺激的需要，他足以促使一個人，去採取某項行動以滿足需要。
林建煌 (2002)	動機是一驅力，其主要目的在於消除消費者的緊張，並提出動機過程。當消費者的緊張到達某一種程度時，便會產生驅力以促使消費者採取行動來滿足其需要以降低其緊張。
吳奇峰 (2008)	動機為產生行為的動力，同時決定購買者行為的主要原因，如果沒有動機，將無法產生行為。
Britt(1950)	動機是一種驅動力，代表著一個抽象的過程，是人類行為的重要因素。
Henry(1987)	需求是一種發自內在的動機狀態，會受到外在刺激與內在原則的影響。

表 2.2.1 各學者研究動機之整理（續）

研究者（年度）	研究結果
Schiffman & Kanuk (1994)	動機是個人內在的驅動力，是促使人們採取某些行動，然而導致這種驅動力的存在，是因為人們需求還沒得到滿足而引發內心緊張狀態，所以會藉由各種能夠滿足需求的行為，來降低這種緊張的狀態，用以釋放感覺到的壓力。
Assael(1998)	消費者動機是一種引導人們朝著其所要滿足需求行為的驅動力。
Blackwell, Miniard and Engel(2001)	消費行為是由動機所引發，消費者動機是藉由對於產品的購買與消費，來滿足本身心理與生理需求的驅動力。
Hahha and Wozniak(2001)	動機是一種狀態，在這種狀態之下，人們會針對期望的目標選擇樣式作出因應的適應行為。

資料來源：本研究整理

消費者因本身內在需求的驅動力，加上外在刺激的影響下，對於期望達成的目標做出選擇樣式的適應行為，來滿足心理及生理的需求。國外學者(Schiffman and Kanuk, 1994)提出動機形成的過程。當消費者接觸資訊之後，發現理想狀況與現今情況之間存在著差距，這種差距會使消費者在內心產生緊張，緊張進而產生驅力，驅使消費者進行某種行為來平衡其緊張狀態，例如購買該商品或從事某些行為，將使內心達到滿足，降低緊張狀態。

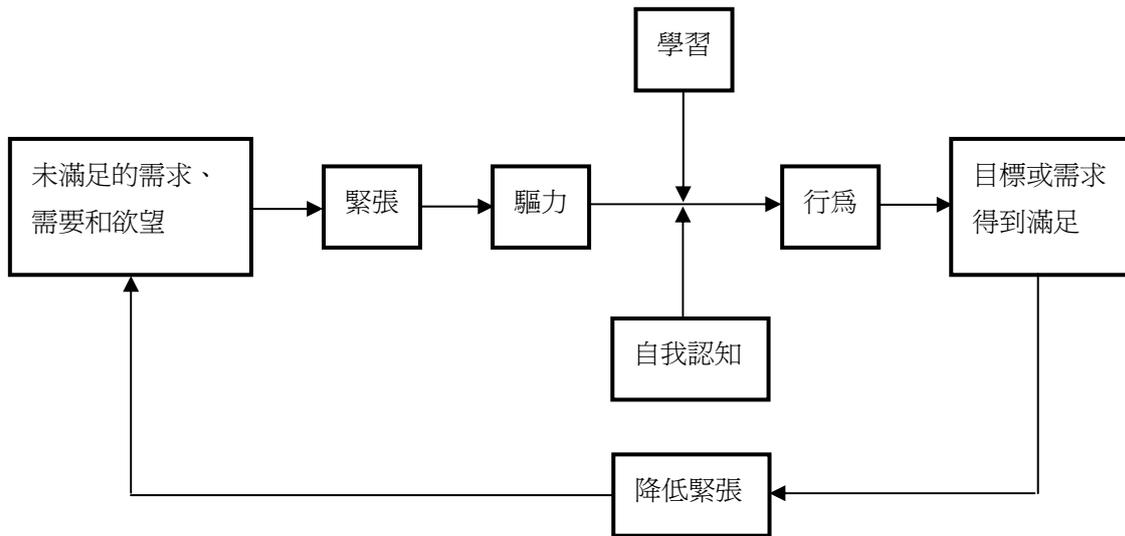


圖 2.4 動機過程

資料來源：Schiffman and Kanuk (2000)
研究者整理

由此可知，動機可以是有意識的（Conscious）與無意識（Unconscious），消費者的動機能夠意識到，就表示其個人的行為能夠清楚地被他人所理解，因為消費者了解他們本身可以察覺到的動機，這些動機並不需要被激勵。例如：為了達成網球運動這方面的知識，消費者購買網球相關書籍、網路上查詢相關知識、與該運動有深入研究之人研究討論。消費者本身了解其所要求的知識情況，察覺本身知識不足而從事相關知識滿足的行為。然而，有些消費者的動機是屬於無意識的，人們沒辦法瞭解為什麼會作出此種特殊的行為。例如，好賭之人整天沉迷在賭場，深陷於賭局之中，單就為了賭博一事，情願冒著可能失去工作、財富，甚至是失去家人的風險。

動機也可區分成正向動機（Positive Motivation）與負向動機（Negative Motivation）兩方面來討論，有些心理學家認為正向動機就是需求以及慾望，而負向動機則是指恐懼或反感（Schiffman and Kanuk, 2000）。

就消費者購買動機而言，也可將之分為是由內在所激發的，或是由外在所激發的。在內在動機（Intrinsic Motivation）的案例中，個人行為是受參與的活動產生的內在樂趣所驅使，例如一位熱衷網球運動的人，由於運動本身充滿喜悅、樂

趣與愉快的社交，所以他會花費許多精力與時間在網球運動上。而就外在動機（Extrinsic Motivation）而言，則是促使個人去獲得參與運動的獎勵，例如網球選手可能為了獲得比賽所提供的獎品與獎金而參加比賽，這並不是因比賽本身的樂趣而激起參與比賽的動機，真正的動機是爲了獲取比賽提供的獎品與獎金。

2.2.2 動機理論

動機是影響消費者購買決策過程的一項重要變數，是從一個動機的產生到需求得到滿足的過程，需求的滿足可能是實質的效用，也可能是內心的享樂，由無形的壓力緊迫程度所產生的購買驅力，會直接影響到消費者內心評估的準則。

動機理論的研究最具代表性的人物，也最常爲人們所討論及做爲研究之參考，就是Maslow（1970）所提出的需求層次理論及Freud（1978）的動機理論，分述如下：

1. Maslow的需求層次理論

Maslow（1970）爲美國心理學家，人本主義心理學的代表人物。他曾提出「需求層次理論」，將人類的需求歸納出五種層級。第一層次也是最基本的需求爲生理的需求，就是舉凡維持一切生活所需的各種物質需要，例如：衣食住行等；第二層次爲安全的需求，希望生活能獲得應有的保障，有工作收入可以維持生活上所需的開銷收支，沒有威脅人身安全的存在因素等；第三層次爲社群的需求，主要是想被接納的需求，即指感情上及歸屬上的需求，包括社會交際的需求，愛及交往友誼的需求等；第四層次爲尊嚴的需求，需要被人們尊敬、也需要自尊以及社會地位和名譽的追求；第五層次爲自我實現的需求，能盡量發揮自己的潛在能力，使自己生活多采多姿、有意義、有抱負。

Maslow認爲人們一般皆是按照這樣的層次，依序進階地追求需要，也就是當前一個層次獲得滿足之後，才繼續追求下一個需求。表2.2.2爲Maslow需求層次理論的整理。

表2.2.2 Maslow需求層次理論

層次需求	人類需求類型
生理需求（最低層次）	維持生存，食衣住行等
安全需求	生命安全，免於恐懼
社群需求	愛與被愛，家人、朋友、愛人及工作夥伴等歸屬感
尊重需求	自我尊重與重視，受他人的尊敬、他人肯定自己的成就
自我實現需求（最高層次）	充實自我，持續成長與學習，不斷創新

資料來源：Maslow（1970）。

2. Freud 的動機理論

Freud被視為心理分析之父，其論點在於將人類所有行為均視為是源自於「性」與「攻擊」兩種本能的衝動，而以潛意識動機來解釋人的行為（楊乾輝，1985）。Freud 認為人類的行為，受到滿足個人生理需求及社會環境需求的衝突，最後才成為行為顯示出來，因此；善用「深度訪談」與「投射測驗」，可以發掘了解深層動機，依其心理分析模式把人的行為視為本我（Id）、自我（Ego）、及超我（Supergo）三方面交互活動所形成的結果，以說明人類行為與動機的複雜性。

當人們的動機被以上所述之情境激發後，進而會有想要滿足個別的需求。而需求的種類相當繁多，外國學者Blackwell, Miniard and Engel（2001）將需求分類如下：

（一）生理的需求（Physiological Need）：

生理需求是人們對於需求最基本的種類，消費者有此需求的原因是需要維持日常生活運作。但如吃、喝、睡等等。

（二）安全與健康需求（Safety and Health Need）：

安全的需求如警察及保全業者的存在，提供了個人及家庭在安全上的需求，免於受到人身安全的威脅。而健康的需求則是醫護人員及保險業者的

存在所提供的醫療及因醫療所需花費的費用需求。

(三) 愛與友誼的需求 (The Need for Love and Companionship) :

產品被視為是愛與關心的符號，例如在特定的節日，消費者購買象徵性的禮物如卡片、花束送給對方，讓人們的情感能夠表達出來，提供我們對情感的表達。

(四) 財務資源與保證的需求 (The Need for Financial Resources and security)

人們為了自身及身邊重要的家人持續工作，以投資在保險業者所提供的服務，如壽險、健康險及投資性的保險等，提供個人及家人各方面財務上不同程度的保障。提供財務安全與保證的需求也擴展到我們及家人所受到的照顧。

(五) 娛樂的需求 (The Need for Pleasure) :

消費者以各種不同的方式滿足他們對娛樂的需求，例如不是因為飢餓感而想享受美食，目的是想品嚐美食味道，滿足味蕾；或是不是為了代步之用，而是為了滿足操控上及追求速度感的需求而購買昂貴跑車。

(六) 社會形象需求 (Social Image Need) :

社會形象是自身對於其它人接受及關心自己的程度，例如拿昂貴智慧型手機、開名車、戴名錶等等，以突顯自己應有的社會形象。

(七) 擁有的需求 (The Need to Possess) :

擁有的需求在衝動購買上扮演一個重要的角色，消費者的欲望是無窮的，擁有的需求是消費者社會的品質證明特性，因此，這是一種成長的需求。人們期望更好的生活、更大與更好的產品以及較佳的服務品質等。

(八) 給予需求 (The Need to Give) :

給予的需求是我們藉由購買的物品來作為獎償、慰藉、激勵自己或他人，有金錢與禮物等方式的贈予，都可滿足給予的需求。給予的需求不只限定在金錢上，包含了贈送他人作禮物的產品。

(九) 資訊的需求 (The Need for information) :

消費者對於資訊的需求在說服過程中扮演重要的角色，許多產品的消費與購買可歸因於本身對資訊的需求，如網路頻寬的速度提升及電腦硬體設備的加強及更新，以及數位產品的購買等，皆顯現出人們對於資訊的殷切需求。

(十) 變化的需求 (The Need for Variety) :

當人們對於生活變得枯燥乏味而感到厭煩時，會有想要不同的嘗試而購買或消費產品，例如長時間於同一家餐廳用餐，會有想要改變用餐地點，如口味的變化或是氣氛的變化等；又例如一樣的電子產品，即便功能大同小異，也會購買不同廠牌嘗試不同操作介面的新鮮感。購買某一商品的動機，只是爲了想要有不同的嚐試。

另外，國外學者Schiffman and Kanuk (2000) 研究認爲，個體的需求動機在一般的情境之下，動機是處於潛在的狀態，難以做出衡量與預測，但常於特定時刻被外在或內在環境的刺激所引起，提出了四種個體需求動機被激發的類型：

(一) 生理性激發 (Physiological Arousal)

這是人體生理上所引發的生理需求。例如因氣溫下降而引起生理上的不適，會有想要添加保暖衣物的動機被激發，人們會不斷的滿足此需求，直到不舒服感消失爲止。

(二) 情緒性激發 (Emotional Arousal)

當人們在幻想或一時的情緒宣洩時，會想像各種欲求的情境，進而激發起潛在的需求，而促使人們以實際行動來達成。例如學生一時看到職業球員的高收入獎金與高社會地位，會想努力去充實技能達成目標。

(三) 認知性激發 (Cognitive Arousal)

當人們有感同身受的刺激時，就能夠形成潛在的需求。例如選舉期間，許多候選人會強調自己與選區之間有很深厚的關係，如出生或是服務在該地區，以博

取選民的認同。

(四) 環境性激發 (Environmental Arousal)

週遭的環境有時亦會影響引發需求的動機，而當影響的環境因素一消失，此需求也會跟著降低。例如正當晚餐時刻，電視廣告播放餐點外送服務的內容，就會刺激人們對飲食方面的需求。

Schiffman and Kanuk (2000) 認為，消費者在購買動機決策過程中，會受消費者個人本身認知、情緒、家庭、參考的群體、廣告商及角色模範的影響。綜合以上學者論述，在消費者購買行為當中，最重要的驅動力就是購買動機，所以本研究定義消費者的動機是，因心理或生理上的需求，產生一種用以滿足某種需求而採取的某種行動。就購買行為來說，在驅動消費者購買行為下，所需要滿足的需求，即為購買動機，因此，要了解並掌握消費者的購買行為，必先了解購買動機，故本研究將以書籍購買動機為研究背景，探討高中職學生書籍購買行為下的購買動機與學業成就之關聯性。除此之外，形成購買動機的過程也是重要的因素之一，研究了解動機形成的影響因素，甚至可以提供相關資訊，進而刺激動機的形成。

2.2.3 購買動機之相關研究

在消費者的購買行為研究中，針對消費者購買動機 (Purchase Motivation) 的研究已經歷時甚久，許多學者曾對消費者的購買動機做出研究。

陳慶汝 (2002) 在其書店消費者購買行為研究中發現，不同的性別、學歷、薪資所得以及職業類別，會有著不同的購買動機程度存在。在性別的研究結果，女性的購買動機高於男性，在學歷方面則以專科程度的購買動機最高，在薪資所得的研究是以中等所得為最高，不同的職業類別以家庭主婦的研究結果為最高，但在年齡及婚姻狀況方面則是沒有明顯的差異存在。另外，他的研究結果也顯示了不同生活型態的書店消費者也會有不同的購買動機。

另外，葉佳宜 (2001) 在研究大型購物中心之區位與消費者行為中則發現，不

同生活型態的消費者有著相同的購買動機。可見對於書店圖書與購物中心一般商品而言，圖書消費者會因生活型態的不同而有相異的購買動機，而一般商品消費者則是相反。

吳家楹（2002）在研究電腦雜誌消費者購買行為中發現，不同的性別、年齡、教育程度、職業類別及月收入在購買機機上也都有顯著差異。研究指出，女性會比男性更重視產品的價格與通路，25歲以下的消費者會比26歲以上的消費者更重視產品內容與企業的服務形象，任職於公家機關的消費者比任職於資訊業及其它業別的消費者更重視價格，而在婚姻狀況上則與陳慶汝的研究結果相同，沒有明顯的差異存在。

徐玉燕（2002）在研究台灣地區的零售業中發現，不同的性別、年齡、婚姻、教育程度、職業類別及年收入都會對購買動機上有顯著影響。

本小節將各學者研究消費者購買動機的結果整理出較具代表性的研究，如表2.2.3所示：

表2.2.3 購買動機之相關研究

研究者（年度）	研究結果
楊積成（2008）	人口統計變數與購買者決策之信心、態度以及購買意願有顯著差異
甘筱如（2011）	當消費者期待從某些事物得到高質感時，他們會願意花費比較多的錢購買，因此消費者會基於個人所認定的價值影響消費者花費金額高低的意願。
向令平（2004）	不論男、女性家長對教育同樣關心，關心子女教育的家長人口有愈來愈多是高等教育的知識份子，且高等教育的人口有逐年居高之趨勢。且在與教育相關之商品購買者的個人特徵及購買動機對購買商品的時機有顯著的影響。
范明貞（2012）	購買動機不因性別、年齡、教育程度、職業、月收入等個人因素的不同而有差異。

表 2.2.3 購買動機之相關研究（續）

研究者（年度）	研究結果
陳志鵬（2007）	不同的人口統計變項對於購買動機有部份的顯著影響，另外，生活型態對於購買動機亦有部份顯著的影響。
吳應明（2009）	人口統計變數對購買者購買機機有顯著差異。
吳家祺（2010）	受訪者社經背景對其購買動機有部分顯著影響，其中受訪者之性別、年齡、職業、每月所得對購買動機有顯著影響。
蔡坤哲（2004）	不同讀者特徵之購買者在生活型態、購買動機及購買決策等變項間，絕大部分呈現顯著差異。
范盛傑（2011）	不同人口統計變項與消費者購買行為確實有顯著差異存在。
Zeithaml（1988）	認為消費者的購買意願將受到客觀價格、認知品質、認知價值及商品屬性的影響。

資料來源：研究者整理

由上述各學者的研究中得知，不同的人口統計變項中，性別、年齡、教育程度、職業及薪資所得，在對消費者購買動機上會有影響，亦即不同性別、年齡、教育程度、職業及薪資所得，對於消費者購買動機的重視程度各為不同。

2.3 學業成就之理論與相關研究

本節以探討學業成就的相關理論與研究為主。第一段探討學業成就之定義，第二段則提出學業成就相關理論，末段為各學者對於學業成就之研究。

2.3.1 學業成就的定義

「學業成就」是泛指學生在學習的過程中，依據特定學科經由教師所實施的考試測驗所獲得的分數多寡而定，以所得分數高低來評定其學習表現的好壞。學業成就這一名詞意義，與學習成就、學業成績、學業表現等概念相同。共用的英文概念名詞包含有 academic achievement、academic performance、educational achievement、learning achievement and school outcomes等詞（蔡治平，2011）。在學業成就一詞中，「學業」指的是一般學校教師所教授的各项學科領域，包含國文、英文、數學、地理、歷史、科學等正規學科課程，亦可指傳統中不同的非工具性活動。而「成就」則是指個人經由正式的教學設計課程之特定教育學習經驗而獲致的知識、理解與技能。因此，學業成就可以說是學生在特定學科領域中知識、理解與技能的表現。

李國禎（2000）學業成就為學生在學校裡，經由一定的課程、教材，透過學習後所獲得的知識和技能，通常是以學校考試成績或由學業測驗上所獲得的分數代表之。由於學業成就通常被定義成學習結果的表現，可以經由學生在學校實施的測驗以及課堂上表現出來，所以學業成就可以說是學生在特定學科領域中知識、理解與技能的表現。而張春興（2001）則以「心理能力」的觀點來解釋，認為「學業成就」即指學生在學習上實際所能為者，也就是學生目前在學習行為所能實際表現的心理能力。

而評定學生學業成就的工具最被廣泛使用的是學期成績表現，常用測驗分數和教師評定的等第或文字說明，或兩者兼採的方式來表示（余啓名，1994）。由學科成就測驗之後所得到的結果，來評定學生的學習成效。各項成績表現，除了代表一整個學期的學習結果，還可以做為教師與家長、學生三方面之間傳達訊息、溝通學習狀況的工具，而且學期成績的表現又是最容易被瞭解的一個數據，能更清楚地傳達學生學習成果。表2.3.1為各學者對於學業成就之研究結果定義：

表2.3.1 學業成就之定義

研究者(年度)	研究結果
簡茂發(1985)	透過學習歷程所獲得較為持久性的行為結果。
余民寧(1986)	學業成績、學業成就、學業表現或學業平均成績，有時概念都是一致的。
繆敏志(1990)	學業成就指由學校教學中所獲得的知識或技能。
張春興(2001)	「學習」是指個體經由練習或經驗，使其行為或行為潛能產生改變的歷程；而「成就」則是指個人的先天遺傳基礎，加上後天環境努力學習的結果，使得個人在某方面所表現的實際能力。
郭郁智(1999)	本研究之學業成就係指學生段考國文科、英文科、數學科和三科總成績，經轉換為T分數後加以比較。
王文中、呂金鑾、吳毓瑩、張郁雯、張淑慧等(2004)	對學業成標準化的成就測驗，可以說是最客觀及公正的測驗工具。所謂標準化，即是指測驗的實施情境不能因人而異，計分方式也要標準化。
李國禎(2000)	學業成就為學生在學校裏，經由一定的課程、教材，透過學習後所獲得的知識和技能，通常是以學校者試成績或由學業測驗上所獲得的分數代表之。
石培欣(2000)	學業成就可被定義為經由學校之教學所獲得的知識或技能。
洪惟泉(2006)	認為學生的學業成就，係指學生在學校學習及經考試測驗後，於學期結束所獲得的學習成果。

表2.3.1 學業成就之定義（續）

研究者（年度）	研究結果
何美瑤（2001）	學業成就係指學生在學校裡經由一定的課程、教材，透過學習後所獲得的知識和技能，通常是以學校考試成績或由學業測驗所得的分數作為代表。
謝慶皇（2004）	學業成就乃指學生在學習過程中，所獲得的特定學科知識量的多寡，而知識量的多寡，通常由考試測驗所獲得的分數來評定其學習表現的好壞。
莊雅涵（2005）	指出學業成就是採受試學生在九十四學年度第一學期國語、數學之學期平均分數，因各校的算法及試題的難易度不同，因此先以班級為單位化作T分數後，再以此作為學生學業成就表現之依據來進行比較。
王美華（2008）	學業成就泛指由學校教學中所獲得的知識和技能。

資料來源：研究者整理

評量學業成就有很多方法，有的以標準化的成就測驗作為主要的評定方式，有的則以學業總平均(GPA)作為學業成就之依據。綜合以上學者對學業成就的論述，學生在學校裡的學業測驗所獲得的分數、學習歷程的行為結果、獲得的知識或技能、考試成績、測驗分數或評定的等第或文字說明、標準化的成就測驗、學習成果與目前的能力狀況、成績經轉換為T分數、學期結束所獲得的學習成果。本研究對高中、職學生學業成就的定義為高中、職生對於書籍購買動機在本身學習過程的積極態度、學習之後，對本身學習結果的肯定程度稱為學業成就。

2.3.2 學業成就的相關理論

學者對於學業成就的相關理論大致歸納為：家庭經濟會影響學習環境及學業

結果、低收入家庭的青年失去教育機會、父母的教育態度影響子女的學業成就、身心因素（健康狀況、智力、性向、動機、適應）、家庭因素（家庭環境、結構、管教方式）學校因素（學校環境、教學內涵、教師特質、期望等）、社會因素（結構、文化、經濟）等均會影響學生的學業成就（郭進財，2009）。本研究從學生書籍購買動機與學業成就層面去探討其相互間的關聯性，茲將學者對於學業成就的相關理論歸納如下：

（一）林清江（1984）認為家庭中父母對於教育的態度對子女的學業成就最具影響力，父母對於子女的教育呈現正面與樂觀態度，對子女本身多付出關懷，即便父母本身的職業及教育程度偏低，子女仍舊會有較高的機會受到良好的教育。

（二）陳奎（1991）以歸納出三點家庭物質的條件與兒童教育成就的關係來做為比較，研究認為：

- （1）家庭物質的條件可能透過其它因素影響兒童教育成就。例如：家境貧窮的家庭會影響兒童健康與學習環境，進而間接影響兒童的在教育上的學業成就。
- （2）因家庭生活的困苦環境，迫使低收入家庭的兒童與青少年提早離開校園生活，影響其接受教育的機會。
- （3）貧窮文化（the culture of poverty）會影響下一代的生活態度、價值觀念與成就動機，這些因素會影響學校教育的成效。

（三）余啓名（1994）認為如果想評量學生在學業成就的高低，應該要以成就測驗的分數作為指標。

（四）陳美娥（1996）認為用以評量學生的學業成就有多種方式，較常較常為教師所使用的有下列幾種：

- （1）標準測驗：一般用以測量學生在學校學習結果的標準測驗就稱之為成就測驗。可分為一般成就測驗與特殊成就測驗兩類，可以藉由測驗了解學生在教育成就上的一般水準或某方面的長處和短處。

- (2) 教師自編測驗：教師可應用一般評量的基本原理，針對所要進行的教學單元、教學目標，自編貼切教學需要的測驗，用以評量學生的學習上的學業成就。
 - (3) 行為觀察：教師可藉由長期的行為觀察，了解學生的學習情形。最常使用的兩種方法：一種為軼事記錄法，將學生參加各種活動的表現，無論好與不好都逐一重點記錄下來，以便對學生的行為表現作比較客觀的評量；另一種為使用表格，根據觀察的結果在適當的項目上註明出來，再予以分析研判，獲得綜合的評價。
 - (4) 作業考察：廣義的作業包括所有的學習活動表現，狹義的作業則指一般的筆記、作業簿、實驗報告、作文或讀書心得報告等，教師可藉此對學生的學習情形做一客觀的判斷。
 - (5) 除此之外，尚有教師是利用口試考評學習結果或是經由學生本人或與學生有關的人運用問卷填答，以評斷學生的學業成就等方式。
- (五) 王財印（2000）將影響學業成就的因素分為以下四點：
- (1) 身心因素：包括學生健康狀況、智力、性向、動機、適應等。
 - (2) 家庭因素：包括家庭環境、結構、管教方式。
 - (3) 學校因素：包括學校環境、教學內涵、教師特質、期望等。
 - (4) 社會因素：包括社會結構、文化、經濟等。
- (六) 簡茂發（1985）認為學科成就測驗通常被安排在所進行的學科教學進度達成之後實施，有以下四點功能：
- (1) 瞭解學生的潛能與學習成就，以判斷學生努力的程度。
 - (2) 診斷學生的學習困難，作為補救教學及個別輔導的依據。
 - (3) 估量教師教學的效率，作為教師改進教材、教法的參考。
 - (4) 獲悉學習進步情形，以觸發學生學習的動機。

2.3.3 學業成就的相關研究

國內外學者對於學業成就的研究相當詳盡，但大部份研究的對象還是以國小、國中為主，連國樑（2007）以983名國小六年級學童為研究對象，採問卷調查法，探討台南市國小六年級學童的語文成就、閱讀活動、圖書消費之關係，結果發現現學童看課外書的時間並不長，家庭購買兒童圖書金額也不多，因此家庭中能擁有豐富多樣、優良品質圖書且養成良好閱讀習慣的學童比例應不高。學童在閱讀活動的動機上，女生較男生強烈。而在家庭社經地位方面，中高家庭社經地位的學童因為「重要性」、「專注」、「競爭」而去閱讀的動機強於中低家庭社經地位的學童。

吳孟錚（2004）以513位國小五六年級學童為對象，採問卷調查法，於探討國小高年級學童自我效能、知覺父母期望、教師期望與行為困擾以及學業表現之關係中發現，父母期望中的「成績關注」層面可以有效預測學生的學業表現。

劉奕佩（2006）主要也以國小六年級學生為研究對象，採問卷調查法，研究探討學生父母的社經地位、期望、學習參與與英語學業成就的關聯性。研究發現父母對子女在學校的成績期望、學習的情況、未來升學方向及職業以及生涯規劃等方面的強度會影響學生在英語的學業成就，呈顯著正相關。

陳江瑞（2012）探討小學生知覺父母期望與學業成就之相關，瞭解不同背景的學童在知覺父母期望與學業成就的差異現況。以龍津國小97名一至六年級新移民之子女為研究對象，研究結果發現不同家庭結構、家中手足數以及父母工作狀況的國小新移民子女，在學業成就的表現上有顯著差異。新移民子女在知覺父母期望整體層面、親子互動層面與成績關注層面，對學業成就的表現具有顯著的預測力。

呂弘霖（2004）研究探討國中學生的知識信念、父母期望與學業成就三者之間關聯性。研究對象是台灣地區十一個縣市內1071對國中學生及其父母，採用問卷調查法。研究結果發現，學生知覺的父母期望與學業成就呈現顯著的正相關，對自己的國文、英文與數學等學科之學業成就具有顯著的正面預測力。

林文乾（2007）以原台中縣的國中生為研究對象，採問卷調查的方式，來了解

學生自我效能、父母的期望、教室結構知覺與學生學業成就的相關情形，研究結果發現，父母期望與學生的學業成就呈現正相關，且國中生的自我效能、父母的期望以及教室結構知覺對學生的學業成就具有顯著的預測力。

學者研究學業成就的影響因素相當多，表 2.3.2 為其他各學者研究學業成就的相關文獻整理。

表 2.3.2 學業成就之相關文獻

研究者（年度）	研究結論摘述
Plowden(1967)	家庭對於學生的學習成就影響遠超過學校。
Cuttance(1980)	和學業成就有關的家庭因素有社經背景、父母教育程度、父母職業、教育期望及父母對學校的態度，而父母的教育程度愈高，則子女的學業水準愈高。所以，父母教育程度較高者，學生的學業成就也較高(引自陳建州，2000)。
Brown al. (1981)	學業成就由正式的課程、教學設計之特殊教育經驗所獲致的知識、理解和技能，是個體經由特殊教學而獲致的某些訊息和精熟的某些技能。
Maggio(1982)	以美國高中為樣本，發現他們如果投入藝文活動愈多，對於在校的學業成就有正向影響。同時也發現僅有父親與母親教育程度與男性學生的學業成績有正向顯著關係。
Tasi and Walberg (1983)	性別和學業成就有顯著正相關，其中男生的數學成就優於女生。
Kinard and Rienherz (1986)	在三年級時，父母與老師一致評定女生的成績高於男生，四年級時，在成就測驗上的得分，男生的數學分數優於女生；女生的語文分數則高於男生。

表 2.3.2 學業成就之相關文獻（續）

研究者（年度）	研究結論摘述
Stickney and Fitzpatrick(1987)	柯爾曼對美國學校做大規模的研究，發現性別是影響學業成就的因素之一，且女生優於男生。
Rowe(1988)	對男女分班之縱貫研究發現，男、女生在學業成就上未有顯著差異。
Coleman(1988)	影響學習成就的因素主要是家庭環境因素及學生個人因素。
Lareau(1989)	社經地位高的家長，其教育程度也較高，較瞭解如何與學校互動以獲取有利於子女學習的資訊，進而幫助子女有較佳的學業成就。
Pintrich and Groot (1990)	學習動機的工作價值、自我效能和學業成就具有正相關。
Katsillis and Rubinson(1990)	以希臘的學生為樣本，發現文化資本與學業成就，並沒有顯著關係存在。
Samuels (1991)	男、女學生在學業成就上均無顯著差異。
Sriampai(1992)	不同性別學生的學業成就無差異存在。
張新仁（1982）	不同學業成就之國中生在學習行為上有顯著差異，學習行為中的時間分配、學習技巧、考試技巧、注意力集中和主動學習等策略對國中學業成就具有決定性之預測作用。
蔡淑鈴（1997）	家庭背景確實會影響學生的學業成就，家長的教育程度愈高，學生的學業成就就愈高。

表 2.3.2 學業成就之相關文獻（續）

研究者（年度）	研究結論摘述
余啓名（1994）	國中單親兒童的學業成就方面，女童優於男童。
林邦傑（1995）	指出國中階段學習策略與學業成績較顯著，在此時期，學習者以選擇重點、努力與堅持為主要學習策略，而高中生之學習策略與學業成就僅呈現中低度相關。
陳美娥（1996）	不同性別的國中學生在國語成績上有顯著差異且女生優於男生。
余 嬪（1996）	<p>一、學業成就好的一組學生比學業成就中等及學業成就差的學生的遊憩活動參與較高；同時，學業成就中等的學生也比學業成就差的學生遊憩參與程度高，只是差距不大，沒有差異存在。</p> <p>二、不同學業成就者在不同活動類別參與程度上有差異存在，成績好高於成績中等及成績差學生。</p>
黃麗鈴（1997）	<p>一、高中生的學業成就不受同儕性別之影響。</p> <p>二、高中生的學業成就會受動機程度之不同影響。</p> <p>三、教師的期望及競爭環境對學業成就自我效能極具顯著影響。</p>
郭郁智（1999）	國中生之學習成就與學習策略有顯著正相關，並且因學習策略與批判思考能力的交互作用而有所不同。
石培欣（2000）	發現國中男、女生在學業成就上有顯著的差異，女生的學業成就平均數皆高於男生的學業成就平均數。
何美瑤（2001）	國中男女生在學業成就的表現上有差異存在，女學生的學業成就高於男學生的學業成就。
劉明松、張劭霞（2001）	在家庭結構與學業成就方面，家庭穩定有助於子女學業成就發展。

表 2.3.2 學業成就之相關文獻（續）

研究者（年度）	研究結論摘述
魏心怡（2001）	台東師院學生對成績影響的因素上，父親職業、父母教育與居住地三種變項的影響力不顯著，反而在性別、系所與族群方面有較高的影響：男生學業成績不如女性學生。
李佳玲（2003）	女學生的學業成就高於男性學生很多。
張錦鶴（2003）	國小學生的學業成就的學業成就時，發現女性學生的學業成就高於男性學生。
陳江水（2003）	國中學生的學業成就因性別的不同而有顯著差異，女性學生的學業成就高於男性學生。
黃文俊（2004）	不同性別之國小學生，其學業成就的高低受性別的影響且女生優於男生。
李美慧（2004）	兩性學生之間的學業成就無差異存在。
李鴻章（2007）	原住民學童知覺父母之教育期望，或者是原住民父母對子女之教育期望，都會影響到子女的學業成就

資料來源：研究者整理

從以上學者研究得知，某些研究發現許多因素確實會與學生學業成就有直接關聯性影響，如性別、學校環境及父母的職業、教育程度、收入及對於子女的期望等；另有少數研究則是出現間接性影響或是無顯著影響。家庭穩定有助於子女在學業成就上的發展，家庭對於學生學業成就的影響遠超過學校，學生個人因素、家長的社經地位、與學校的互動等因素均會影響學生的學業成就。

本節結語

綜合以上學者對學業成就的定義、理論及相關研究。結果顯示各研究者對於學業成就的定義大致相同，其意義是相同的。期末成績的評定是最常用於學生學業成就的測量工具，其主要目的在於了解學生在學校的學習成果，包括學習的狀態、學習歷程、獲得知識等等。學者對於學業成就的相關理論，認為家庭經濟情況、學習的環境、父母的職業及教育態度、學生身心因素、學校因素、社會因素均會影響學生學業成就的表現。而相關研究顯示家長的收入、職業及教育程度、學習的策略、性別等與學業成就有差異及關聯性存在。學業成就的決定因素，並非只是學校的學習測量結果做為學生的學業成就的主要評量工具，影響學生學業成就的因素包含學生本身、家庭、學校、社會等方面。因此，研究者認為有必要深入探討高中職生對於書籍購買動機與學業成就的差異性及關聯性。

第三章 研究方法與步驟

本章共分為六節，首先介紹本研究架構；第二節根據文獻探討提出本研究之假設；第三節介紹本研究之流程；第四節介紹本研究之研究對象與抽樣方法；第五節為本研究受試對象基本資料；第六節研究工具為；第七節為資料處理方法。

3.1 研究架構

本研究旨在探討書籍購買動機與學業成就之間的關係。本研究將以不同的人口統計變項（性別、學校、學校屬性、年級、購買書本數量、家長職業及家長教育程度）去探討其購買動機與學業成就之間的差異性及關聯性。

圖 3.1.1 為本研究架構。

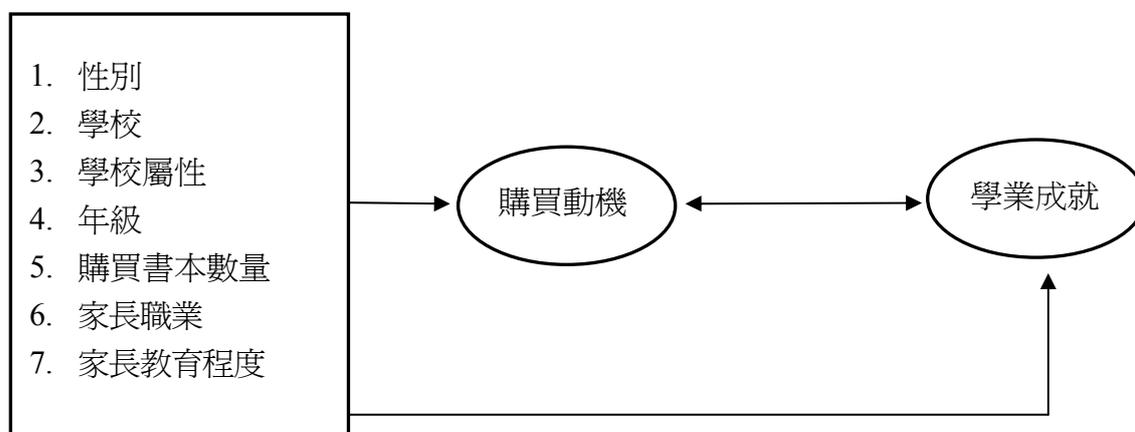


圖 3.1.1 本研究架構圖

3.2 研究假設

根據以上各節文獻探討的分析、本研究目的、研究問題及研究架構，提出本研究的假設進行驗證分析。

假設一：不同人口統計變項學生的購買動機因素有差異存在。

1-1：不同性別學生的購買動機因素有差異存在。

1-2：不同學校學生的購買動機因素有差異存在。

1-3：不同學校屬性學生的購買動機因素有差異存在。

1-4：不同年級學生的購買動機因素有差異存在。

1-5：不同購買書本數量學生的購買動機因素有差異存在。

1-6：不同家長職業學生的購買動機因素有差異存在。

1-7：不同家長教育程度學生的購買動機因素有差異存在。

假設二：不同人口統計變項學生的學業成就因素有差異存在。

2-1：不同性別學生的學業成就因素有差異存在。

2-2：不同學校學生的學業成就因素有差異存在。

2-3：不同學校屬性學生的學業成就因素有差異存在。

2-4：不同年級學生的學業成就因素有差異存在。

2-5：不同購買書本數量學生的學業成就因素有差異存在。

2-6：不同家長職業學生的學業成就因素有差異存在。

2-7：不同家長教育程度學生的學業成就因素有差異存在。

假設三：高中職學生購買書本的動機因素與學業成就有關聯性存在。

3.3 研究流程

本研究流程，首先由指導教授指導學生閱讀與研究領域相關文獻，閱讀文獻之後，請教指導教授再確認研究題目，根據研究題目蒐集相關文獻，並閱讀相關文獻是否能佐證本論文所欲研究的問題，接著蒐集與題目相關文獻量表，完成量表修正與預試問卷測試與回收，正試問卷測試與回收，資料統計與分析，研究結果與討論，結論與建議。

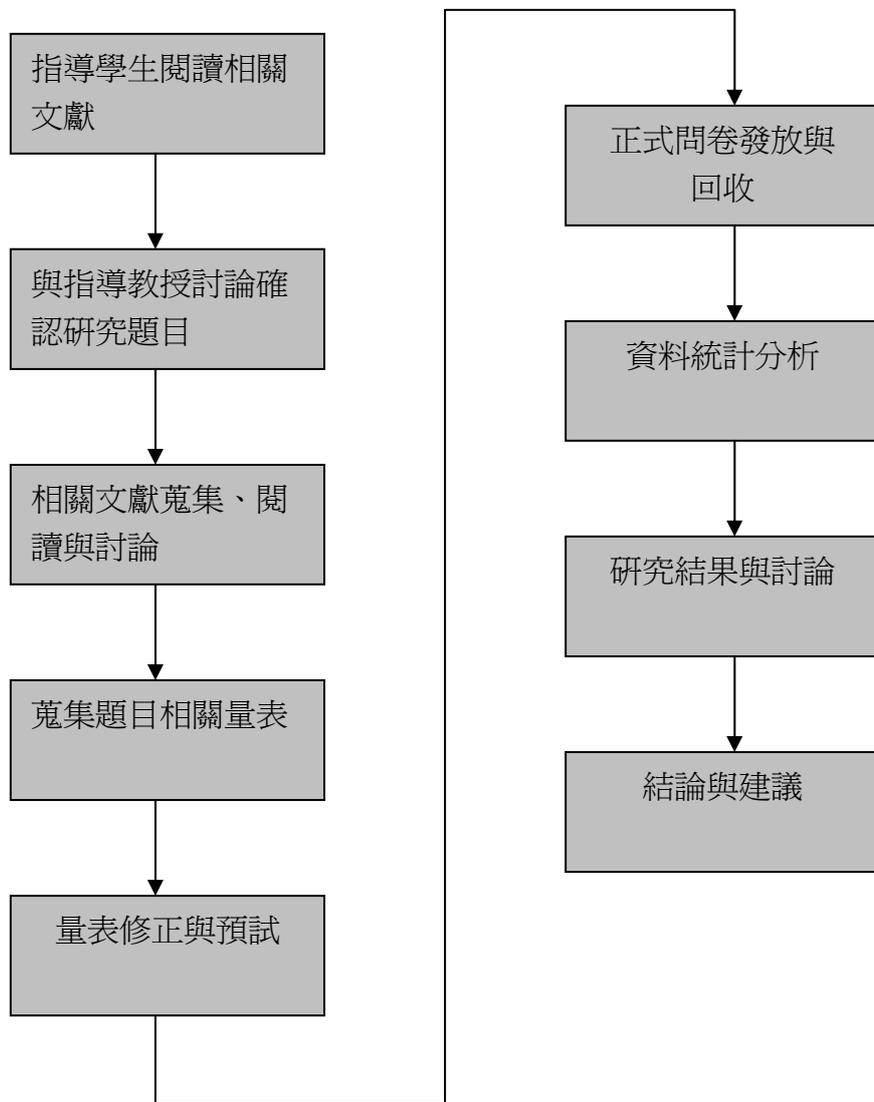


圖 3.3.1 研究流程圖

3.4 研究對象與抽樣方法

本研究以雲林縣、嘉義縣及嘉義市高中職學生一、二、三年級學生為研究抽樣對象，並依雲林縣、嘉義縣、嘉義市公私立高中職學校數之多寡，採分層隨機

抽樣。本研究於民國 101 年 2 月間進行預試問卷調查，預試問卷發放日期與回收情形如表 3.4.1 所示，總共發放 250 份問卷，回收 248 份問卷，扣除無效問卷 19 份，有效問卷為 229 份，有效問卷回收率為 92%。預試量表去除無效題項後編碼，再經項目分析、信度分析及效度分析，製作正式量表。正式問卷發放日期為民國 101 年 5 月進行問卷發放與回收，正式問卷發放與回收情形如表 3.4.2 所示，總共發放 420 份問卷，回收 412 份問卷，扣除無效問卷 22 份，有效問卷 390 份，有效回收率為 93%。調查資料能做為分析和報告，其回收率至少必須達 50%，才算適當；60% 視為良好；70% 非常良好。因此，本量表回收率屬非常良好之階段，應可實施統計及分析。

表 3.4.1 預試問卷發放回收情形

縣市	發放數量	回收數量	無效數量	有效數量	有效量表%
雲林縣	130 份	128 份	11 份	117 份	90%
嘉義縣	60 份	60 份	6 份	54 份	90%
嘉義市	60 份	60 份	2 份	58 份	97%
總計	250 份	248 份	19 份	229 份	92%

表 3.4.2 正式問卷發放回收情形

縣市	發放數量	回收數量	無效數量	有效數量	有效量表%
雲林縣	200 份	199 份	14 份	185 份	93%
嘉義縣	110 份	108 份	7 份	101 份	92%
嘉義市	110 份	105 份	1 份	104 份	95%
總計	420 份	412 份	22 份	390 份	93%

3.5 本研究受試對象基本資料

(一) 性別

經由有效樣本呈現，男性168名、女性222名，分別為總體數的43.1% 與 56.9% ，女性多於男性，這與實施問卷調查時願意配合施測的以女性學生偏多，及無效的問卷的統計數大都為男性學生填寫所致，見表3.5.1。

表 3.5.1 本研究受試對象基本資料

項 目	組 別	人 數	百分比
性別	男	168	43.1%
	女	222	56.9%
學校	公立	282	72.3%
	私立	108	27.7%
學校屬性	高中	215	55.1%
	高職	175	44.9%
年級	一年級	128	32.8%
	二年級	151	38.7%
	三年級	111	28.5%
購買書本數量	6本以內	204	52.3%
	7-12本	74	19.0%
	13-18本	48	12.3%
	19-24本	38	9.7%
	25本以上	26	6.7%
家長職業	商業	123	31.5%
	軍公教	50	12.8%
	工農	115	29.5%
	家管	21	5.4%
	其他	81	20.8%

表 3.5.1 本研究受試對象基本資料（續）

項 目	組 別	人 數	百分比
家長教育程度	國中以下	58	14.9%
	高中、職	231	59.2%
	大專院校	83	21.3%
	研究所	18	4.6%

（二）學校

從上表 3.5.1 中得知，公立學校學生 282 名明顯多於私立學校的 108 名，佔了 72.3%，公立學校在研究問卷調查方面明顯要比私立學校配合度高有關。

（三）學校屬性

高中學生 215 名與高職學生 175 名分別佔了總體的 55.1% 與 44.9%，此等比例與本研究所控制發放問卷的學校屬性比例大致符合，唯高職學生的無效問卷比例偏高所導致比例略有不同。

（四）年級

在表 3.5.1 的回收樣本中，各年級的比例分別為一年級學生 128 名，佔了總體的 32.8%；二年級學生 151 名，佔了總體的 38.7%；三年級學生 111 名，佔了總體的 28.5%。此等比例與本研究所發放的問卷均分在三個年級當中大致符合。

（五）購買書籍數量

一年當中購買書籍的數量，購買數量在六本以內的有 204 名，佔了 52.3%，明顯高於其他四項，購買數量在七至十二本的 74 名佔了 19.0%、十三至十八本的 48 名佔了 12.3%、十九至二十四本的 38 名佔了 9.7%、二十五本以上的 26 名只佔了 6.7%。這與行政院新聞局（現為行政院文化部）2011 年圖書出版產業調查報告有關台灣地區消費者圖書消費及閱讀行為的調查結果顯示，過去一年沒有購買過任何書籍的民眾占 50.8%；一個月內有購買過書籍的民眾只佔了 25.0% 大致符合；至於詢問未來購買書籍的意願，有 64.5% 表示都不會買。顯示人們對於實體書本的購

買意願正隨著資訊科技的發達而逐年下滑。

(六) 家長職業

家長職業為商業的學生人數 123 名與家長職業為工農的學生人數 115 名比例最高，分別佔了總體的 31.5%及 29.5%，比家長為軍公教、家管及其他職業的學生人數加總還要高，這與一般社會結構型態大致符合。

(七) 家長教育程度

表3.5.1的回收樣本中，學生家長教育程度以高中職為最普遍，人數為231名，佔了總體的59.2%；而家長教育程度最少的人數是研究所的18名，只佔了總體的4.6%。其他家長教育程度在國中以下的有58名，佔了14.9%，家長教育程度在大專院校的有83名，佔了21.3%。顯示雲嘉地區家長教育程度各層次學歷均有，但以高中職為最多。

3.6 研究工具

本研究所使用的工具為研究者參考「購買動機」、「學業成就」等二種量表，其編製過程分述如下：

3.6.1 高中、高職學生購買動機量表及學業成就量表編制

本研究所用購買動機量表分為「增進知識」、「休閒效益」、「學業成績」三個層面。學業成就量表分為「自我肯定」、「積極態度」、「學習情形」三個層面。修訂後，依本研究動機、研究假設及研究架構所欲探討的問題而編制「購買動機量表」、「學業成就量表」等二種量表。本量表採 Likert Scale 五點計分評量法，根據受試者填答，在「購買動機」量表分為非常符合計 5 分、很符合計 4 分、符合 3 分、有點符合計 2 分及非常不符合計 1 分；在「學業成就」量表分為非常滿意計 5 分、滿意計 4 分、普通計 3 分、不滿意計 2 分及非常不滿意計 1 分。各因素之定義及編制題數如下：

(一) 購買動機量表之因素：

1. 增進知識：

- (5) 為吸收知識而購書
- (10) 解決疑問而購書
- (11) 為了增進專業能力而購書
- (12) 為了增進社會知識而購書
- (13) 購書可提高我的競爭能力

2. 休閒效益：

- (1) 購書可讓家人及朋友共閱
- (3) 為樂趣而購書
- (4) 為紓解壓力而購書
- (9) 購書閱讀可打發時間
- (14) 購書可增進我的人際關係

3. 學業成績：

- (2) 購書是為了加強課業
- (7) 為了升學而購書
- (8) 為了應付學校考試而購書

(二) 學業成就量表之因素：

1. 自我肯定：

- (6) 滿意自己的學業成績
- (7) 滿意自己的必修成績
- (8) 滿意自己的選修成績
- (9) 滿意自己的專業科目的成績
- (16) 自己的成績可領獎學金

2. 積極態度：

- (2) 均按時繳交報告
- (12) 學業成績會影響生活情緒
- (14) 爲了更好的學業成績而努力

3. 學習情形：

- (4) 足夠體力應付課業
- (10) 足夠時間研習課業
- (11) 每天精神飽滿
- (15) 肯定本身的健康狀況

3.6.2 項目分析

初步擬定量表項目之後，研究者要從所有的項目中挑選出適當的項目，必須選出代表性的樣本來實施問卷預試，並依據預試之後所獲得的資料進行項目分析與信度分析（何榮桂，1990）。預試量表進行項目分析的方法分爲兩種，一種爲相關分析方法（Correlation），另一種爲內部一致性效標法（Criterion of consistency）（李金泉，1993）。本研究所用之量表採用內部一致性效標法及相關分析方法，利用 SPSS for Windows 16.0 套裝軟體統計做分析，進行量表題目的篩選，敘述如下：

內部一致性效標法是將所有受試者在做完預試量表後的得分總和依高低排列，得分高的約 25%爲高分組，得分低的約 25%爲低分組。以高分組受試者在某一項目得分的平均數，減去低分組受試者在某一項目得分之平均數，其差值就是代表該項目的鑑別力（李金泉，1993）。通常 CR 值大而且達差異顯著水準（ $\alpha < 0.05$ ）時，就表示該題能夠鑑別不同受試者的反應程度，可做爲選題的依據，反之則應將該項目刪除（李金泉，1993）。高中職學生書籍購買動機與學業成就在內部一致性效標法分析結果，發現每一題的 CR 值均達到差異顯著水準，因此每一題均予保留。（如表 3.6.1、3.6.2 所示）。

表 3.6.1 購買動機預試量表項目分析摘要表

題號	題目	決斷值
1	購書可讓家人及朋友共閱	-6.01*
2	購書是為了加強課業	-7.86*
3	為樂趣而購書	-5.25*
4	為紓解壓力而購書	-5.93*
5	為吸收知識而購書	-10.04*
6	為改善生活型態而購書	-8.57*
7	為了升學而購書	-8.05*
8	為了應付學校考試而購書	-5.68*
9	購書閱讀可打發時間	-5.73*
10	解決疑問而購書	-9.17*
11	為了增進專業能力而購書	-9.59*
12	為了增進社會知識而購書	-9.55*
13	購書可提高我的競爭能力	-10.08*
14	購書可增進我的人際關係	-6.38*

*p<.05

表 3.6.2 學業成就預試量表項目分析摘要表

題號	題 目	決斷值
1	考試前均能充分的準備	-8.48*
2	均按時繳交報告	-7.36*
3	覺得課業輕鬆愉快	-5.18*
4	足夠體力應付課業	-9.41*
5	上課時均能專心聽課	-8.85*
6	滿意自己的學業成績	-9.60*
7	滿意自己的必修成績	-8.53*
8	滿意自己的選修成績	-9.91*
9	滿意自己的專業科目的成績	-9.17*
10	足夠時間研習課業	-7.79*
11	每天精神飽滿	-7.76*
12	學業成績會影響生活情緒	-5.29*
13	滿意自己在課業的努力程度	-8.96*
14	爲了更好的學業成績而努力	-7.45*
15	肯定本身的健康狀況	-8.67*
16	自己的成績可領獎學金	-6.35*

*p<.05

3.6.3 因素分析

購買動機預試量表，經上述項目分析後，每題 *CR* 值均達到顯著水準，全部題目進行因素分析。購買動機預試量表因素建構結果如表 3.6.3，其中第 5、10、11、12、13 題項屬於第一因素（增進知識）；第 1、3、4、9、14 題項屬於第二因素（休閒效益）；第 2、7、8 題項屬於第三因素（學業成績）。其中第 1 題跨越二個因素均給予刪除。其中三個構面的特徵值均大於 1，符合因素分析的要求，而且其解釋可變異量達 64.97%以上，可見本量表具有好的效度。

表 3.6.3 購買動機預試量表因素結構摘要表(n=229)

題目	因素一	因素二	因素三	共同性
5	.624			.600
10	.811			.681
11	.847			.765
12	.782			.818
13	.770			.708
1		.592		.364
3		.746		.547
4		.832		.723
9		.830		.623
14		.515		.423
2			.851	.776
7			.858	.835
8			.922	.806
特徵值	5.23	2.65	1.22	
總變異量				
百分比	37.33	18.95	8.69	
總變異量累				
積百分比	37.33	56.28	64.97	

使用學業成就預試量表經上述項目分析後，每題 *CR* 值均達到顯著水準，全部題目進行因素分析。使用學業成就預試量表因素建構結果如表 3.6.4，其中第 6、7、8、9、16 題項屬於第一因素（自我肯定）；第 2、12、14 題項屬於第二因素（積極態度）；第 4、10、11、15 題項屬於第三因素（學習情形）。其中第 1、3、5 及 13 題等 4 題跨越二個因素均給予刪除。其中三個構面的特徵值均大於 1，符合因素分析的要求，而且其解釋可變異量達 62.36%以上，可見本量表具有好的效度。

表 3.6.4 學業成就預試量表因素結構摘要表(n=229)

題目	因素一	因素二	因素三	共同性
6	.844			.781
7	.898			.794
8	.833			.776
9	.837			.744
16	.712			.478
2		.382		.381
12		.836		.684
14		.608		.593
4			.746	.743
10			.628	.611
11			.823	.594
15			.713	.519
特徵值	7.38	1.40	1.21	
總變異量				
百分比	46.11	8.72	7.53	
總變異量累				
積百分比	46.11	54.83	62.36	

3.6.4 信度分析

高中職學生對書本的購買動機預試量表經因素分析後，已刪除一題，並且建構三個分量表，其中第 5、10、11、12、13 題項屬於第一因素（增進知識）；第

1、3、4、9、14 題項屬於第二因素（休閒效益）；第 2、7、8 題項屬於第三因素（學業成績）。並求出各分量表與總量表的信度。本研究購買動機預試量表 Cronbach α 值介於.769 至.898 之間，因此，本量表各因素具有好信度。如表 3.6.5 所示。

表 3.6.5 購買動機預試量表信度分析摘要表

購買動機因素	量表題目	Cronbach's α 值
一、增進知識	5、10、11、12、13	.898
二、休閒效益	1、3、4、9、14	.769
三、學業成績	2、7、8	.877
總量表	共十三題	.849

學業成就量表經因素分析後，已刪除四題，並且建構成三個分量表，其中第 6、7、8、9、16 題項屬於第一因素（自我肯定）；第 2、12、14 題項屬於第二因素（積極態度）；第 4、10、11、15 題項屬於第三因素（學習情形）。並求出各分量表與總量表的信度。本研究使用滿意度量表 Cronbach α 值介於.758 至.888 之間，因此，本量表各因素具有好信度。如表 3.6.6 所示。

表 3.6.6 學業成就預試量表信度分析摘要表

學業成就因素	量表題目	Cronbach's α 值
一、自我肯定	6、7、8、9、16	.888
二、積極態度	2、12、14	.758
三、學習情形	4、10、11、15	.791
總量表	共十二題	.881

3.7 資料處理

本研究問卷施測回收後刪除無效問卷，經整理及分析並藉 SPSS for Windows 16.0 套裝軟體進行統計分析。根據本研究假設所使用統計方法分別加以敘述：

- (一) 以 t 考驗驗證：假設 1-1、1-2、1-3、2-1、2-2、2-3。
- (二) 以獨立樣本單因子變異數分析考驗：假設 1-4、1-5、1-6、1-7、2-4、2-5、2-6、2-7。
- (三) 以典型相關探討假設三。
- (四) 本研究各項統計考驗之顯著水準均定為： $p < .05$ 。

第四章 結果與討論

本章依據問卷調查所得之各項資料進行統計分析處理，將所得之數據結果分析與討論。本章共分為三節：第一節為不同人口統計變項購買書籍動機因素的差異性分析；第二節為不同人口統計變項學業成就因素的差異性分析；第三節為購買書籍動機因素與學業成就之典型相關分析。

4.1 不同人口統計變項購買動機因素的差異性分析

為探討不同人口統計變項和購買動機因素的差異情形。將購買動機因素的層面分為「增進知識」、「休閒效益」及「學業成績」等三個層面。並以 t 考驗、單因子變異數分析等統計方法去探討各層面的差異情形。

4.1.1 不同性別學生購買書籍動機因素差異比較

為探討不同性別學生購買書籍動機因素之差異情形，將購買書籍學生的性別區分為男性及女性，以 t 考驗分析不同性別學生購買書籍動機因素的差異情形。如表 4.1.1 所示。

表 4.1.1 不同性別學生購買書籍動機因素 t 考驗摘要表

層面	男性(n=168)		女性(n=222)		t 值	p 值
	M	SD	M	SD		
增進知識	3.08	1.08	2.98	1.00	1.02	.31
休閒效益	3.53	.86	3.46	.85	.75	.45
學業成績	2.60	1.17	2.76	1.22	-1.30	.19

由表 4.1.1 資料顯示，在不同性別學生購買書籍動機的差異比較上，兩組 t 考

驗結果在「增進知識」、「休閒效益」及「學業成績」層面均未達顯著 ($p>.05$)，代表男女在購買書籍動機的程度並無顯著差異，這樣的結果與范明貞 (2012) 研究結果認為購買動機不因性別的不同而有差異相符。

進一步討論發現因「增進知識」及「休閒效益」層面而購買書籍的動機，男性學生 ($M=3.08$ 、 3.53) 只略多於女性學生 ($M=2.98$ 、 3.46) 些許，而在「學業成績」層面上，則女性學生購買書籍的動機 ($M=2.76$) 略多於男性學生 ($M=2.60$)。或可推論男、女性學生在人格特質上仍有些微差異，即男性學生會在知識與休閒層面上多加關注；而女性學生會在學業成績上多所著墨，不過整體結果推論男性學生及女性學生不論於「增進知識」、「休閒效益」或是「學業成績」在書籍購買動機的程度並無顯著差異。

4.1.2 不同學校學生購買書籍動機因素差異比較

為探討不同學校學生購買書籍動機因素之差異情形，將購買書籍學生的學校區分為公立及私立，以 t 考驗分析不同學校學生購買書籍動機因素的差異情形。如表 4.1.2 所示。

表 4.1.2 不同學校學生購買書籍動機因素 t 考驗摘要表

層面	公立(n=282)		私立(n=108)		t 值	p 值
	M	SD	M	SD		
增進知識	2.95	.97	3.20	1.19	-1.91	.06
休閒效益	3.41	.85	3.68	.85	-2.80*	.01
學業成績	2.69	1.15	2.69	1.31	-.02	.99

* $p<.05$

由表 4.1.2 資料顯示，不同學校學生在購買書籍動機的差異比較上，顯示不同學校學生在「休閒效益」的層面上有顯著差異，亦即私立學校學生為了樂趣、紓解壓力及與家人、朋友共閱增進人際關係而購買書籍的動機，比公立學校學生還

要顯著，而在「增進知識」、「學業成績」層面上，公、私立學校學生則無顯著差異性存在。

據此可推論，由於就讀私立學校學生之家庭經濟狀況普遍較佳，私立學校在多樣化的活動舉辦上也較彈性，亦即學校活動類型比較多（如：某些私立教會學校便有彌撒或宗教節日的慶祝活動等），故學生的刺激因素較明顯，對於休閒的需求也就增加，而且家庭經濟可以負擔，故比起公立學校便相對有顯著差異。而在增進知識與學業成績等對於升學有關的層面，則公、私立學校學生則沒有顯著差異。

4.1.3 不同學校屬性學生購買書籍動機因素差異比較

為探討不同學校屬性學生購買書籍動機因素之差異情形，將購買書籍學生的學校屬性區分為高中及高職，以 t 考驗分析不同學校屬性學生購買書籍動機因素的差異情形。如表 4.1.3 所示。

表 4.1.3 不同學校屬性學生購買書籍動機因素 t 考驗摘要表

層面	高中(n=215)		高職(n=175)		t 值	p 值
	M	SD	M	SD		
增進知識	3.12	1.06	2.90	.99	2.06*	.04
休閒效益	3.60	.85	3.35	.84	2.97*	.01
學業成績	2.71	1.27	2.66	1.10	.46	.64

*p<.05

由表 4.1.3 資料顯示，不同學校屬性學生購買書籍動機的差異比較上，顯示不同學校學生在「增進知識」及「休閒效益」的層面上有顯著差異，亦即就讀高中學生為了吸收知識解決疑問及增進專業能力提高競爭力，及為了樂趣、紓解壓力及與家人、朋友共閱增進人際關係兩個層面而購買書籍的動機，比就讀高職學生還要顯著，而在「學業成績」層面上的書籍購買動機，高中、高職學生則無顯著差異性存在。

進一步討論發現在學業成績該項上沒有顯著差異，可見在課業相關的書籍（如各種教科書或參考書）購買上，高中、高職學生並無太大不同；而在增進知識和休閒效益上的顯著差異，則可解讀為高中學生在閱讀書籍的能力上較佳，因為課程而有所牽涉到的其他課外書籍也比較必要，故高中學生明顯高過於高職學生。高中的社團活動安排較多元、高中生的家庭狀況優於高職學生，也可能促使了在休閒效益因素上的明顯差異。

4.1.4 不同年級學生購買書籍動機因素差異比較

為探討不同年級學生購買書籍動機因素之差異情形，將雲林縣、嘉義縣及嘉義市三縣市學生區分為一年級、二年級及三年級，以單因子變異數分析，不同年級學生購買書籍動機因素之差異情形。如表 4.1.4 所示。

表 4.1.4 不同年級學生購買書籍動機因素之變異數分析摘要表

因素層面		增進知識		休閒效益		學業成績	
背景變項	n	M	SD	M	SD	M	SD
一年級(1)	128	2.87	1.05	3.49	.95	2.45	1.18
二年級(2)	151	3.05	.99	3.40	.76	2.85	1.22
三年級(3)	111	3.16	1.06	3.60	.86	2.74	1.16
F 值		2.41		1.69		4.05*	
p 值		.09		.19		.02	
事後比較						2>1	

*p<.05

由表 4.1.4 資料顯示，不同年級學生購買書籍動機在「學業成績」層面有顯著差異，在「增進知識」、「休閒效益」方面則無顯著差異性存在。

經事後比較發現，不同年級學生購買書籍動機在「學業成績」層面，二年級

學生高於一年級學生，據此可推論，高二學生在學業成績因素上大於高一學生，可看出是一普遍現象。高一學生由於剛經過考試而升上高中，在學業成績上明顯較無追求動力；而高二學生在面對高三即將來臨的升學考試壓力下，其動機明顯應該不言而喻。

4.1.5 不同購買數量學生購買書籍動機因素差異比較

為探討不同購買數量學生購買書籍動機因素之差異情形，將雲林縣、嘉義縣及嘉義市三縣市學生一年當中購買書籍數量區分為 6 本以內、7-12 本、13-18 本、19-24 本及 25 本以上，以單因子變異數分析，不同購買數量學生購買書籍動機因素之差異情形。如表 4.1.5 所示。

表 4.1.5 不同購買數量學生購買書籍動機因素之變異數分析摘要表

因素層面		增進知識		休閒效益		學業成績	
背景變項	n	M	SD	M	SD	M	SD
6 本以內 (1)	204	2.80	.96	3.34	.79	2.50	1.01
7-12 本 (2)	74	3.16	1.13	3.73	.78	2.59	1.28
13-18 本 (3)	48	3.39	.99	3.58	.91	3.29	1.32
19-24 本 (4)	38	3.49	1.00	3.63	.99	3.25	1.35
25 本以上(5)	26	3.05	1.03	3.60	1.11	2.50	1.32
F 值		6.55*		3.62*		7.10*	
p 值		.01		.01		.01	
事後比較		3,4>1		2>1		3,4>1,2	

*p<.05

由表 4.1.5 資料顯示，不同購買數量學生購買書籍動機在「增進知識」、「休閒效益」及「學業成績」層面均有顯著性差異。

經事後比較發現，不同購買數量學生購買書籍動機在「增進知識」層面，一

年購買 13-24 本書籍的學生高於一年只購買 6 本以下書籍的學生；在「休閒效益」層面，一年購買 7-12 本書籍的學生高於一年只購買 6 本以下書籍的學生；而在「學業成績」層面，一年購買 13-24 本書籍的學生高於一年只購買 1-12 本書籍的學生。據此可推論，學生在購買書籍的購買數量因素上很明顯都以升學為主要目的，不論高中、高職皆然。有絕大多數的學生買書都集中在與課業或知識有關的部分，這與台灣升學主義仍興盛，讀書求得高學歷為主要生涯進路顯然有相當程度的關聯。

4.1.6 不同家長職業學生購買書籍動機因素差異比較

為探討不同家長職業學生購買書籍動機因素之差異情形，將雲林縣、嘉義縣及嘉義市三縣市學生家長職業區分為商業、軍公教、工農、家管及其他，以單因子變異數分析，不同家長職業學生購買書籍動機因素之差異情形。如表 4.1.6 所示。

表 4.1.6 不同家長職業學生購買書籍動機因素之變異數分析摘要表

因素層面		增進知識		休閒效益		學業成績	
背景變項	n	M	SD	M	SD	M	SD
商業 (1)	123	3.14	1.12	3.60	.84	2.85	1.30
軍公教(2)	50	3.15	1.08	3.35	.93	2.82	1.28
工農 (3)	115	2.94	.94	3.46	.79	2.64	1.10
家管 (4)	21	3.12	1.01	3.52	.99	2.84	1.22
其他 (5)	81	2.86	1.01	3.43	.90	2.40	1.09
F 值		1.36		1.03		2.03	
p 值		.25		.39		.09	
事後比較							

由表 4.1.6 資料顯示，不同家長職業學生購買書籍動機在「增進知識」、「休閒效益」及「學業成績」層面均無顯著性差異。

在不同家長職業學生購買書籍動機的因素上並無顯著差異可推論，在當前知識充斥的時代，閱讀書籍應該是一普遍共識，並不因家長職業不同而有差異；再則，現代學生自主性高，購買書籍一般皆為自我做主，與家長職業背景等環境因素較無相關。

4.1.7 不同家長教育程度學生購買書籍動機因素差異比較

為探討不同家長教育程度學生購買書籍動機因素之差異情形，將雲林縣、嘉義縣及嘉義市三縣市學生家長教育程度區分為國中以下、高中職、大專院校及研究所，以單因子變異數分析，不同家長職業學生購買書籍動機因素之差異情形。如表 4.1.7 所示。

表 4.1.7 不同家長教育程度學生購買書籍動機因素之變異數分析摘要表

因素層面		增進知識		休閒效益		學業成績	
背景變項	n	M	SD	M	SD	M	SD
國中以下(1)	58	3.46	1.13	3.61	.97	3.20	1.31
高中、職(2)	231	2.88	.97	3.46	.83	2.52	1.10
大專院校(3)	83	3.01	1.09	3.42	.86	2.68	1.28
研究所 (4)	18	3.50	.77	3.83	.65	3.33	1.07
F 值		6.40*		1.67		7.14*	
p 值		.01		.17		.01	
事後比較		1>2				1,4>2	

*p<.05

由表 4.1.7 資料顯示，不同家長教育程度學生購買書籍動機在「增進知識」及

「學業成績」層面有顯著差異，在「休閒效益」方面則無顯著差異性存在。

經事後比較發現，不同家長教育程度學生購買書籍動機在「增進知識」層面，家長教育程度國中以下的學生高於家長教育程度高中、職的學生；在「學業成績」層面上，家長教育程度國中以下及家長教育程度達研究所的學生高於家長教育程度高中、職的學生。

據此可推論，家長教育程度國中以下的學生購買書籍動機明顯差異，可解讀為，家長自身的教育學歷不足，多半移轉至對於子女的寄望，亦即由於自己求學不足反而更期待子女獲得高學歷；而學業成績上，家長教育程度國中以下及家長教育程度達研究所，二者均較高可判讀為，國中以下學歷之家長仍可視為是一種移轉心態；而研究所學歷的家長則是自己學有專精，也就較期待子女也應有相當的專業成績，進而督促子女購買書籍。

4.2 不同人口統計變項學業成就因素的差異性分析

為探討不同人口統計變項和學業成就因素的差異情形。將學業成就因素的層面分為「自我肯定」、「積極態度」及「學習情形」等三個層面。並以 t 考驗、單因子變異數分析等統計方法去探討各層面的差異情形。

4.2.1 不同性別學生學業成就因素差異比較

為探討不同性別學生學業成就因素之差異情形，將受測學生的性別區分為男性及女性，以 t 考驗分析不同性別學生學業成就因素的差異情形。如表 4.2.1 所示。

表 4.2.1 不同性別學生學業成就因素 t 考驗摘要表

層 面	男性(n=168)		女性(n=222)		t 值	p 值
	M	SD	M	SD		
自我肯定	2.80	.90	2.84	.86	-.51	.61
積極態度	3.49	.71	3.59	.72	-1.32	.19
學習情形	3.08	.84	2.81	.78	-3.32*	.01

*p<.05

由表 4.2.1 資料顯示，在學業成就因素的差異情形方面，不同性別學生學業成就因素，在「學習情形」層面有顯著差異，即女性學生在學業成就因素上高於男性學生；在「自我肯定」、「積極態度」層面則無差異性存在。研究結果與石培欣（2000）、魏心怡（2001）、李佳玲、張錦鶴、陳江水（2003）及黃文俊（2004）等學者認為男、女生在學業成就上有顯著的差異，女生的學業成就平均數皆高於男生的學業成就平均數相符。

據此可推論，女性學生在學業成就學習情形的因素上，明顯高於男性學生，亦即女性學生對於本身在學業成績上多所著墨，用於應付學業上的體能、精神狀態、健康情形及研習課業的時間層面上要高於男性學生；而在滿意自己包括必修學科、選修學科及專業學科的學科成績「自我肯定」層面上，不同性別的學生沒有明顯差異；對於學業成績的態度，包括繳交作業、對課業的付出及情緒的管理等「積極態度」，不同性別的學生也沒顯著差異。

4.2.2 不同學校學生學業成就因素差異比較

為探討不同學校學生學業成就因素之差異情形，將受測學生的學校區分為公立及私立，以 t 考驗分析不同學校學生學業成就因素的差異情形。如表 4.2.2 所示。

表 4.2.2 不同學校學生學業成就因素 t 考驗摘要表

層 面	公立(n=282)		私立(n=108)		t 值	p 值
	M	SD	M	SD		
自我肯定	2.83	.77	2.81	1.09	.12	.91
積極態度	3.53	.70	3.60	.77	-.88	.38
學習情形	2.89	.74	3.02	.98	-1.17	.24

由表 4.2.2 資料顯示，在學業成就因素的差異情形方面，不同學校學生學業成就因素在「自我肯定」、「積極態度」及「學習情形」三個層面均無顯著差異，即公立學校學生與私立學校學生在「自我肯定」、「積極態度」及「學習情形」在學業成就因素上無差異性存在。

據此可推論，不論公、私立學校學生在滿意自己包括必修學科、選修學科及專業學科的學科成績「自我肯定」層面上沒有明顯差異；對於學業成績的態度，包括繳交作業、對課業的付出及情緒的管理等「積極態度」也沒顯著差異；至於則是本身用於應付學業上的體能、精神狀態、健康情形及研習課業的時間的「學習情形」亦無顯著性差異存在。

4.2.3 不同學校屬性學生學業成就因素差異比較

為探討不同學校屬性學生學業成就因素之差異情形，將受測學生的學校屬性區分為高中及高職，以 t 考驗分析不同學校屬性學生學業成就因素的差異情形。如表 4.2.3 所示。

表 4.2.3 不同學校屬性學生學業成就因素 t 考驗摘要表

層 面	高中(n=215)		高職(n=175)		t 值	p 值
	M	SD	M	SD		
自我肯定	2.81	.93	2.84	.80	-.34	.74
積極態度	3.62	.73	3.46	.70	2.10*	.04
學習情形	2.90	.86	2.96	.75	-.68	.50

*p<.05

由表 4.2.3 資料顯示，在學業成就因素的差異情形方面，不同學校屬性學生學業成就因素在「積極態度」層面有顯著差異，即就讀高中學生在學業成就因素上高於就讀高職的學生；在「自我肯定」及「學習情形」層面則無差異性存在。

據此可推論，就讀高中的學生，對於學業成績的態度，包括繳交作業、對課業的付出及情緒的管理等「積極態度」層面上，明顯高於就讀高職的學生；而不論就讀高中或高職的學生在滿意自己包括必修學科、選修學科及專業學科的學科成績「自我肯定」層面上沒有明顯差異；至於則是本身用於應付學業上的體能、精神狀態、健康情形及研習課業的時間的「學習情形」亦無顯著性差異存在。

4.2.4 不同年級學生學業成就因素差異比較

為探討不同年級學生學業成就因素之差異情形，將雲林縣、嘉義縣及嘉義市三縣市學生區分為一年級、二年級及三年級，以單因子變異數分析，不同年級學生學業成就因素之差異情形。如表 4.2.4 所示。

表 4.2.4 不同年級學生學業成就因素之變異數分析摘要表

因素層面	自我肯定			積極態度		學習情形	
背景變項	n	M	SD	M	SD	M	SD
一年級(1)	128	2.67	.86	3.47	.79	2.88	.81
二年級(2)	151	2.78	.83	3.55	.67	2.86	.77
三年級(3)	111	3.06	.91	3.63	.69	3.08	.85
F 值		6.36*		1.42		2.63	
p 值		.01		.24		.07	
事後比較		3>1,2					

*p<.05

由表 4.2.4 資料顯示，在學業成就因素的差異情形方面，不同年級學生學業成就因素在「自我肯定」層面有顯著差異，在「積極態度」及「學習情形」那個層面則無顯著差異性存在。

經事後比較發現，不同年級學生學業成就因素在「自我肯定」層面，三年級學生高於一、二年級學生，據此可推論，高三學生在滿意自己包括必修學科、選修學科及專業學科的學科成績「自我肯定」層面上高於高一、二學生，是一普遍現象。高一、二學生由於還在學習階段，在學業成績考察上明顯較無追求動力；而高三學生在面對升學考試多，自我肯定層面較為明顯；而不論哪個年級的學生在滿意自己對於學業成績的態度，包括繳交作業、對課業的付出及情緒的管理等「積極態度」沒有顯著的差異性；至於則是本身用於應付學業上的體能、精神狀態、健康情形及研習課業的時間的「學習情形」亦無顯著性差異存在。

4.2.5 不同購買數量學生學業成就因素差異比較

為探討不同購買數量學生學業成就因素之差異情形，將雲林縣、嘉義縣及嘉義市三縣市學生一年當中購買書籍數量區分為 6 本以內、7-12 本、13-18 本、19-24

本及 25 本以上，以單因子變異數分析，不同購買數量學生學業成就因素之差異情形。如表 4.2.5 所示。

表 4.2.5 不同購買數量學生學業成就因素之變異數分析摘要表

因素層面		自我肯定		積極態度		學習情形	
背景變項	n	M	SD	M	SD	M	SD
6 本以內 (1)	204	2.73	.88	3.44	.73	2.94	.78
7-12 本 (2)	74	2.91	.83	3.70	.69	3.01	.81
13-18 本 (3)	48	2.96	.85	3.69	.65	2.79	.95
19-24 本 (4)	38	2.98	.94	3.68	.65	2.95	.89
25 本以上(5)	26	2.80	.87	3.50	.81	2.82	.67
F 值		1.32		2.87*		.69	
p 值		.26		.02		.60	
事後比較				2,3>1			

*p<.05

由表 4.2.5 資料顯示，在學業成就因素的差異情形方面，不同購買數量學生學業成就因素在「積極態度」有顯著性差異，在「自我肯定」及「學習情形」層面則無顯著性差異。

經事後比較發現，不同購買數量學生學業成就因素在「積極態度」層面，一年購買 7-18 本書籍的學生高於一年只購買 6 本以下書籍的學生；不論一年購買幾本書籍的學生學業成就滿意度在「自我肯定」及「學習情形」層面上，則無明顯差異。據此可推論，學生在購買書籍的購買數量因素上很明顯地，一年購買 7-18 本書籍的學生對學業成績的態度，包括繳交作業、對課業的付出及情緒的管理，還是會高於一年只購買 6 本以下書籍的學生。以升學為主要目的的高中、職階段，絕大多數的學生對課業或知識有關的部分的滿意度還是很明顯，這與台灣升學主義仍興盛，讀書求得高學歷為主要生涯進路顯然有相當程度的關聯。而不論一年

購買幾本書籍的學生，在滿意自己包括必修學科、選修學科及專業學科的學科成績「自我肯定」層面上沒有明顯差異；至於則是本身用於應付學業上的體能、精神狀態、健康情形及研習課業的時間的「學習情形」亦無顯著性差異存在。

4.2.6 不同家長職業學生學業成就因素差異比較

為探討不同家長職業學生學業成就因素之差異情形，將雲林縣、嘉義縣及嘉義市三縣市學生家長職業區分為商業、軍公教、工農、家管及其他，以單因子變異數分析，不同家長職業學生學業成就因素之差異情形。如表 4.2.6 所示。

表 4.2.6 不同家長職業學生學業成就因素之變異數分析摘要表

因素層面		自我肯定		積極態度		學習情形	
背景變項	n	M	SD	M	SD	M	SD
商業 (1)	123	2.89	.91	3.69	.70	3.02	.81
軍公教(2)	50	2.70	1.02	3.57	.78	2.89	.84
工農 (3)	115	2.84	.76	3.52	.57	2.98	.72
家管 (4)	21	3.16	.96	3.67	.62	2.92	.92
其他 (5)	81	2.67	.82	3.32	.85	2.75	.88
F 值		1.86		3.67*		1.56	
p 值		.12		.01		.19	
事後比較				1>5			

*p<.05

由表 4.2.6 資料顯示，在學業成就因素的差異情形方面，不同家長職業學業成就因素在「積極態度」層面有顯著性差異，在「自我肯定」及「學習情形」則無顯著性差異，這與 Cuttance(1980) 認為會影響到孩子學業成就的因素是父母教育程度、父母職業、教育期望及父母對學校的態度的結果相符；而與魏心怡（2001）認為對學生成績影響的因素上，父母職業、教育等變項的影響力不顯著不符合。

經事後比較發現，不同家長職業學生學業成就滿意度上，家長職業為商業的學生，在學業成就積極態度的滿意度上，高於家長職業為其他職業（如：服務業、製造業）的學生，據此可推論，家長職業工作時間較固定之學生，由於家長能有更多時間陪伴子女、督促子女，會比家長職業工作時間較不固定之學生，在學業成就積極態度的滿意度上要來得高。而不論家長職業性質的學生，在滿意自己包括必修學科、選修學科及專業學科的學科成績「自我肯定」層面上沒有明顯差異；至於則是本身用於應付學業上的體能、精神狀態、健康情形及研習課業的時間的「學習情形」亦無顯著性差異存在。

4.2.7 不同家長教育程度學生學業成就因素差異比較

為探討不同家長教育程度學生學業成就因素之差異情形，將雲林縣、嘉義縣及嘉義市三縣市學生家長教育程度區分為國中以下、高中職、大專院校及研究所，以單因子變異數分析，不同家長職業學生學業成就因素之差異情形。如表 4.2.7 所示。

表 4.2.7 不同家長教育程度學生學業成就因素之變異數分析摘要表

因素層面		自我肯定		積極態度		學習情形	
背景變項	n	M	SD	M	SD	M	SD
國中以下(1)	58	3.12	1.00	3.63	.66	3.25	.94
高中、職(2)	231	2.79	.81	3.48	.71	2.89	.75
大專院校(3)	83	2.64	.90	3.60	.73	2.74	.79
研究所 (4)	18	3.20	.90	3.94	.78	3.33	.85
F 值		4.92*		3.05*		6.43*	
p 值		.01		.03		.01	
事後比較		1>3		4>2		1>2,3	4>3

*p<.05

由表 4.2.7 資料顯示，在學業成就因素的差異情形方面，不同家長教育程度學業成就因素在「自我肯定」「積極態度」及「學習情形」三個層面上均有顯著差異性存在，結果與李鴻章（2007）認為父母對子女之教育期望會影響到子女的學業成就相符，也與郭進財（2010）研究結果顯示父母的教育態度會影響子女的學業成就相符。

經事後比較發現，不同家長教育程度學生學業成就因素在「自我肯定」層面，家長教育程度國中以下的學生高於家長教育程度大專院校的學生；在「積極態度」層面上，家長教育程度達研究所的學生高於家長教育程度高中、職的學生；而在「學習情形」層面上，家長教育程度國中以下高於家長程度在高中職及大專院校的學生、家長教育程度達研究所的學生亦高於家長教育程度高中、職的學生。

進一步討論發現，家長教育程度國中以下的學生學業成就滿意度明顯差異，可推論解讀為，家長自身的教育學歷不足，學生對於學業成就滿意度自我肯定層面上則較為明顯；家長自身的教育學歷達研究所程度者，學生對於學業成就滿意度積極態度層面上則因為家長自己學有專精，也就較期待子女也應有相當的專業成績，進而督促子女，因而顯得較為顯著；而學生對於學業成就滿意度學習情形上，家長教育程度國中以下及家長教育程度達研究所，二者均較高可判讀為，國中以下學歷之家長仍可視為是一種移轉心態；而研究所學歷的家長則是自己學有專精，也就較期待子女也應有相當的專業成績，進而督促子女。

4.3 高中職學生書籍購買動機與學業成就之典型相關分析

探討高中、職學生書籍購買動機（增進知識、休閒效益、學業成績）與學業成就（自我肯定、積極態度、學習情形）之間的典型相關，如圖 4.3.1 和表 4.3.1 所示。

(一) 典型相關路徑圖

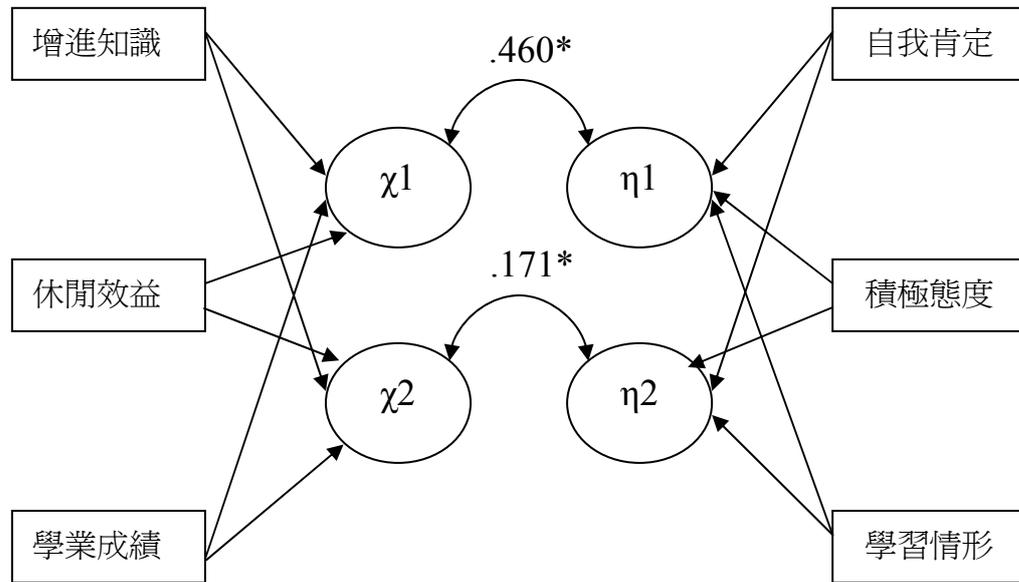


圖 4.3.1 高中職學生書籍購買動機與學業成就之典型相關路徑圖

(二) 統計結果分析

1. 典型相關程度分析

由圖 4.3.1 和表 4.3.1，得知本研究高中職學生書籍購買動機 X 組變項(X1=增進知識、X2=休閒效益、X3=學業成績)，另外 Y 組變項為學業成就(Y1=自我肯定、Y2=積極態度、Y3=學習情形)，進行 X 組與 Y 組之間典型分析結果：X 組變項抽出二組典型因素(χ_1 、 χ_2)，Y 組變項抽出二組典型因素(η_1 、 η_2)。抽出第一組典型因素 χ_1 與 η_1 之典型相關為.460($p<.05$)；抽出第二組典型因素 χ_2 與 η_2 之典型相關為.171($p<.05$)。

表 4.3.1 高中職學生書籍購買動機與學業成就之典型相關分析摘要表

X 變項	典型相關		Y 變項	典型相關	
	χ^1	χ^2		η^1	η^2
購買動機	χ^1	χ^2	學業成就	η^1	η^2
增進知識	-0.771	-0.044	自我肯定	-0.701	.601
休閒效益	-0.672	-0.689	積極態度	-0.797	.040
學業成績	-0.686	.728	學習情形	-0.801	-0.313
抽出變異量 數百分比	50.57	33.55	抽出變異量 數百分比	58.94	15.35
重疊(%)	10.69	.98	重疊(%)	12.46	.45
			ρ^2	.211	.029
			ρ	.460*	.171*

* $p < .05$

2. 典型因素的解釋變異量分析

由表 4.3.1 得知，高中職學生書籍購買動機與學業成就之典型相關，有兩組達到顯著的典型因素。

(1) 第一組典型因素

X 組變項的第一個典型因素(χ^1)可以說明 Y 變項的第一個典型因素(η^1)總變異量的 21.10%；而 Y 變項的第一個典型因素(η^1)又可解釋 Y 組變異量的 58.94%，因此 X 組變項透過第一組典型因素(χ^1 與 η^1)可以解釋 Y 組總變異量 12.46%。

(2) 第二組典型因素

X 組變項的第二個典型因素(χ^2)可以說明 Y 變項的第二個典型因素(η^2)總變異量的 2.90%；而 Y 變項的第二個典型因素(η^2)又可解釋 Y 組變異量的 15.35%，因此 X 組變項透過第二組典型因素(χ^2 與 η^2)可以解釋 Y 組總變異量 0.45%。

3.典型因素相關結構係數（負荷量分析）

經由以上統計分析結果，得知高中職學生書籍購買動機與學業成就由兩組典型因素組成，其中 21.10%解釋力由第一組因素組成；2.90%解釋力由第二組因素組成。

在高中職學生書籍購買動機（X 組）變項中，第一個典型因素(χ_1)的三個相關變項，「增進知識」、「休閒效益」、「學業成績」其係數分別為-.771、-.672、-.686。在學業成就（Y 組）變項中，第一個典型因素(η_1)的三個相關變項「自我肯定」、「積極態度」、「學習情形」的係數為 -.701、-.797、-.801。由第一組典型相關係數可看出，X 組變項中，以「增進知識」，經由第一組典型因素對 Y 組之「積極態度」、及「學習情形」的解釋力較大。

經由以上統計分析結果，得知高中職學生書籍購買動機與學業成就，由二組典型因素所組成，對學業成就的總解釋變異量為 63.10%（46.00% +17.10%），其中大部分解釋力由第一組典型因素組成。研究結果顯示高中職學生書籍購買動機與學業成就有關聯性存在，得知高中職學生書籍購買動機會影響學生的學業成就，顯示高中職學生書籍購買動機愈低時，學生的學業成就愈差。

綜合上述的研究發現顯現高中職學生書籍購買動機與學業成就的相關分析得知，雲嘉地區高中職學生書籍購買動機愈低時學生的學業成就愈不好，反之推論雲嘉地區高中職學生購買書籍的動機愈強烈，其閱讀意願及頻率愈高，進而廣泛的吸收教科書的涵義及融會貫通書籍的精華，使學生能顯現其學業成就之進展。因此，本研究的發現學生購書動機是影響學業成就的關鍵因素，因此值得支持及鼓勵高中職學生購買書籍的習性。

第五章 結論與建議

本研究目的在於探討雲嘉地區高中職學生對於書籍購買動機之人口統計變項因素對學業成就之相關性。

本研究之研究程序為先搜集購買動機與學業成就的相關理論資料，並閱讀、歸納及整理；再提出本研究的架構，整理資料確定研究問卷內容，然後發放問卷調查後，收回問卷做資料處理與統計分析；再將研究之結果分析與討論，做成結論並提出本研究建議，俾供教育相關人員實務及後續學術研究之用。

5.1 結論

依據第四章的研究實證結果，本節將針對研究假設進行驗證及研究結論整理兩個部分進行說明，依序說明如下。

5.1.1 研究假設驗證

本研究經由發放問卷進行研究假設驗證，並以390份有效問卷進行研究分析，其假設結果如表5.1.1所示。本研究共有15項研究假設，經由實證分析，得到3項研究假設不成立，12項研究假設成立。

表 5.1.1 研究假設結果

研 究 假 設	實證結果
1-1：不同性別學生的購買動機因素有差異存在。	不成立
1-2：不同學校學生的購買動機因素有差異存在。	成立
1-3：不同學校屬性學生的購買動機因素有差異存在。	成立
1-4：不同年級學生的購買動機因素有差異存在。	成立
1-5：不同購買書本數量學生的購買動機因素有差異存在。	成立
1-6：不同家長職業學生的購買動機因素有差異存在。	不成立
1-7：不同家長教育程度學生的購買動機因素有差異存在。	成立
2-1：不同性別學生的學業成就因素有差異存在。	成立
2-2：不同學校學生的學業成就因素有差異存在。	不成立
2-3：不同學校屬性學生的學業成就因素有差異存在。	成立
2-4：不同年級學生的學業成就因素有差異存在。	成立
2-5：不同購買書本數量學生的學業成就因素有差異存在。	成立
2-6：不同家長職業學生的學業成就因素有差異存在。	成立
2-7：不同家長教育程度學生的學業成就因素有差異存在。	成立
3：高中職學生對書本的購買動機因素與學業成就有關聯性存在。	成立

5.1.2 人口統計變項對於學生購買動機構面之差異性分析結果

本研究採用學生購買動機構面的人口統計變項包含了性別、學校、學校屬性、年級、購買數量、家長職業及家長教育程度。研究發現不同的性別及不同的家長職業並不會對學生購買書籍動機產生差異，表示不論是男學生或女學生，對於經由購買閱讀書籍來滿足自身對於知識的需求是沒有差別的。此外，在人口統計變項中，書籍購買動機差異最顯著的還是在不同的購買書籍數量，一年中購買書籍數量多的同學，還是比購買數量在六本以下的學生在「增進知識」、「休閒效益」及「學業成績」的表現都比較強烈，顯示對於知識的需求越大的，也會購買較多的書籍。

茲將各人口統計變項對於學生購買書籍動機構面之差異性分析結果整理出來如下：

- (1) 不同性別學生購買書籍動機因素之差異比較上，兩組 t 考驗結果在「增進知識」、「休閒效益」及「學業成績」層面均未達顯著，代表男女在購買書籍動機的程度並無顯著差異。這結果與范明貞（2012）研究購買動機不因性別的不同而有差異的結論相同，可見購買書籍的動機在男、女學生的比較上並沒有明顯的差異存在。
- (2) 不同學校學生在購買書籍動機的差異比較上，在「休閒效益」的層面上有顯著差異，即私立學校學生為了樂趣、紓解壓力及與家人、朋友共閱增進人際關係而購買書籍的動機，會比公立學校學生還要更加顯著。
- (3) 不同學校屬性學生購買書籍動機的差異比較上，在「增進知識」及「休閒效益」的層面上有顯著差異，就讀高中的學生為了吸收知識解決疑問及增進專業能力提高競爭力，及為了樂趣、紓解壓力及與家人、朋友共閱增進人際關係兩個層面而購買書籍的動機，比就讀高職學生還要顯著。
- (4) 不同年級學生購買書籍動機的差異比較上，在「學業成績」層面有顯著差異，二年級學生高於一年級學生。而在「增進知識」、「休閒效益」方面，三個年

級則無顯著差異性存在，可見不論哪個年級對於課外的知識吸收及休閒活動都類似。

- (5) 不同購買數量學生購買書籍動機的差異比較上，在「增進知識」、「休閒效益」及「學業成績」層面均有顯著性差異。在「增進知識」層面，一年購買 13-24 本書籍的學生高於一年只購買 6 本以下書籍的學生；在「休閒效益」層面，一年購買 7-12 本書籍的學生高於一年只購買 6 本以下書籍的學生；而在「學業成績」層面，一年購買 13-24 本書籍的學生高於一年只購買 1-12 本書籍的學生。
- (6) 不同家長職業學生購買書籍動機的差異比較上，在「增進知識」、「休閒效益」及「學業成績」層面均無顯著性差異。學生不因家長職業不同而有差異與家長職業背景等環境因素較無相關。這與范明貞（2012）研究購買動機不因性別、年齡、教育程度、職業、月收入等個人因素的不同而有點相同。
- (7) 不同家長教育程度學生購買書籍動機的差異比較上，在「增進知識」層面，家長教育程度國中以下的學生高於家長教育程度高中、職的學生；在「學業成績」層面上，家長教育程度國中以下及家長教育程度達研究所的學生高於家長教育程度高中、職的學生。這與向令平（2004）研究的結果不論男、女性家長對孩子的教育同樣關心，且在與教育相關之商品購買者的個人特徵及購買動機對購買商品的時機有顯著的影響。

5.1.3 人口統計變項對於學生學業成就構面之差異性分析結果

本研究採用學生學業成就構面的人口統計變項包含了性別、學校、學校屬性、年級、購買數量、家長職業及家長教育程度。研究發現不同學校學生的學業成就是沒顯著性差異。可見不論公、私立學校學生在滿意自己包括必修學科、選修學科及專業學科的學科成績「自我肯定」層面上，及對於學業成績的態度，包括繳交作業、對課業的付出及情緒的管理等「積極態度」上，乃至於本身用於應付學

業上的體能、精神狀態、健康情形及研習課業的時間的「學習情形」的層面上，公、私立學校學生並無顯著性差異存在。

此外，在人口統計變項中，學業成就差異最顯著的是在不同家長教育程度的學生，可見家長本身的教育程度，會影響學生學業成就的表現。

茲將各人口統計變項對於學生學業成就構面之差異性分析結果，整理後如下列所示：

- (1) 不同性別學生學業成就因素之差異比較上，在「學習情形」層面有顯著差異存在，女性學生在學業成就因素上高於男性學生，這與一般研究者如陳美娥（1996）、石培欣（2000）、何美瑤（2001）、李佳玲（2003）及 Stickney and Fitzpatrick(1987)等多位學者研究的結論大致相同，認為女學生的學業成就大致會高於男學生；而在「自我肯定」、「積極態度」層面無差異性存在，則與 Samuels (1991)、Sriampai(1992)及李美慧（2004）等多位學者的研究結果大致相符。
- (2) 不同學校學生學業成就因素之差異比較上，在「自我肯定」、「積極態度」及「學習情形」三個層面均無顯著差異。
- (3) 不同學校屬性學生學業成就因素之差異比較上，在「積極態度」層面有顯著差異，即就讀高中學生在學業成就因素上高於就讀高職的學生，而在「自我肯定」及「學習情形」層面則無差異性存在。
- (4) 不同年級學生學業成就因素之差異比較上，在「自我肯定」層面有顯著差異，在「積極態度」及「學習情形」那個層面則無顯著差異性存在。在「自我肯定」層面，三年級學生高於一、二年級學生。
- (5) 不同購買數量學生學業成就因素之差異比較上，在「積極態度」有顯著性差異，在「自我肯定」及「學習情形」層面則無顯著性差異。在「積極態度」層面，一年購買 7-18 本書籍的學生高於一年只購買 6 本以下書籍的學生。
- (6) 不同家長職業學生學業成就因素之差異比較上，在「積極態度」有顯著性差

異，在「自我肯定」及「學習情形」層面則無顯著性差異。經事後比較發現，不同家長職業學生學業成就滿意度上，家長職業為商業的學生，在學業成就積極態度的滿意度上，高於家長職業為其他職業（如：服務業、製造業）的學生。這與魏心怡（2001）研究認為家長職業、教育程度對子女學業成就的影響力不明顯的結論有所不同，但與 Cuttance(1980) 認為父母職業和孩子的學業成就有關的研究結果相同。

- (7) 不同家長教育程度學生學業成就因素之差異比較上，在「自我肯定」「積極態度」及「學習情形」三個層面上均有顯著差異性存在。在「自我肯定」層面，家長教育程度國中以下的學生高於家長教育程度大專院校的學生；而在「積極態度」層面上，家長教育程度達研究所的學生高於家長教育程度高中、職的學生，與 Lareau(1989)研究結論社經地位高的家長，其教育程度也較高，較瞭解如何與學校互動以獲取有利於子女學習的資訊，進而幫助子女有較佳的學業成就相同；至於在「學習情形」層面上，家長教育程度國中以下高於家長程度在高中職及大專院校的學生、家長教育程度達研究所的學生亦高於家長教育程度高中、職的學生。研究堂結果顯示家長的教育程度的不同，學生的學業成就也會有所差異。

5.1.4 高中職學生書籍的購買動機與學業成就的關聯性

研究結果顯示高中職學生書籍購買動機與學業成就有關聯性存在，得知高中職學生書籍購買動機會影響學生的學業成就，顯示高中職學生書籍購買動機愈低時，學生的學業成就愈差，亦即在教育現場，為使學生學業成就提升，學生購書動機是值得支持及鼓勵。

5.2 建議

5.2.1 研究建議

- (1) 本研究發現，私立學校學生為了樂趣、紓解壓力及與家人、朋友共閱增進人

際關係而購買書籍的動機，會比公立學校學生還要更加顯著，可見多樣化的刺激因素有助於學生的購書動機。建議公立學校可以多給學生刺激的因素，例如：藝能科教學的正常化與多元性、或更多樣化校際活動的舉辦。公立學校教師也應多多進修及研習，在教學方法上力求變化予學生不同刺激，以增強其購書動機。

- (2) 高中學生在閱讀書籍的能力上較佳，因為課程而有所牽涉到的其他課外書籍也比較必要，建議高職學校能給學生較多元的社團選擇，培養學生對於休閒活動方面的興趣，提高學生的生活品質。另外，高職教師應加強手做實驗課程的書籍推薦，讓學生在實務技能上有更多動力及協助，以增進其實務技能的能力訓練。
- (3) 現今普遍認知還是覺得學生要有成就必須讀高中，學生入學成績也是普遍高中學校高於高職學校的現象，建議高職學校對於學生在學業成績的態度，包括繳交作業、對課業的付出及情緒的管理上，需更加積極督促。更進一步應該建置相關的適性課程，引發學生的學習意願及興趣，以俾日後在生涯進路中有明確方向。更精確完整的是，應該從國中階段的課程就給予相關的生涯進路的輔導課程，使其在高中、高職分流時便能較明確抉擇方向，則就讀時也才能較有學習意願及動力，進而產生較良好的學業成就。
- (4) 建議學校擔任「一年級」學生的導師應輔導一年級學生的時間規劃及熟悉校園環境能力，使一年級學生在短時間內熟悉環境及進入學習狀況，並產生良好的學業成就。
- (5) 研究發現家長的教育程度亦會影響學生對於書籍的購買動機，也影響到學業的成就，建議學校對於導師與學生家長的溝通方面應更加落實，了解學生的家庭背景及經濟狀況。進一步更應確實掌握與不定時聯繫，以提供學生相關與及時的協助，避免其學習過程太多不必要的干擾因素。
- (6) 學生購買書籍的動機各項因素包括增進知識、休閒效益及學業成績等均可直接或間接的影響學生的學業成就，建議學校在多樣化活動的舉辦及多元的社

團選擇外，亦可舉辦多樣化的讀書心得作品投稿或比賽，藉由獎品、獎金的方式，鼓勵學生多閱讀書籍，培養閱讀興趣。亦可設計學校相關的特色課程，推薦或刺激學生購買及閱讀各式各樣的書籍，既可活化教師的教學模式，也增進學生的閱讀習慣並進而提高學業成就。

5.2.2 後續研究建議

本研究由於時間、人力及財力的限制，在研究的對象與工具方面，均尚有改善空間，茲提出以下建議供後續研究者作為參考：

(1) 研究對象方面

本研究以雲林縣、嘉義縣及嘉義市區域之高中職學生為研究對象，其研究範圍自有其受限之處，如：城鄉落差的環境因素無法納入分析討論，建議未來的研究者若能將學者專家、學生家長、出版商與其他人員意見納入，對於學生在購買書籍的動機方面做何考量及所遭遇到的阻礙因素等，將有更高與更精確的參考值；或是將研究範圍擴展至其他縣市及國小、國中學生，便能建立起縱向脈絡的學生學習生涯的統整，自然將有助於進一步了解學生購買書籍的因素及學業成就的情形。

(2) 研究工具方面

本研究以量化調查研究為主，僅能將統計之數據進行分析及解釋，問卷設計原本就有其先天受限之處，情意部分的表達事實上本來就難以顧及，例如：受測學生在填答時的情緒或情感是否有因受測時不同的學校環境、或者他個人心態而影響其作答的內容則無從得知。建議未來之研究者可再輔以觀察、訪談、或實地進行了解評估及舉辦座談等質性研究，期待在這方面的研究更趨周延，讓所得到的解釋及推論更為合理正確。

參考文獻

1.中文部份

- 毛國楠（1997）。成績回饋方式對不同能力水準國中生數學科的學習動機、學習策略、學習態度與學業成就之影響。**教育心理學學報**，29卷1期，117-135頁。
- 王文中、呂金鑾、吳毓瑩、張郁雯、張淑慧（2004）。**教育測驗與評量－教室學習觀點**。臺北市：五南圖書出版社。
- 王美華（2008）。**新臺灣之子的自我概念、學習動機與學業成就之相關研究**。未出版碩士論文，新竹市，國立新竹教育大學教育研究所。
- 王財印（2000）。**國民中學學生情緒智力、生活適應與學業成就關係之研究**。未出版碩士論文，高雄市，國立高雄師範大學教育研究所。
- 甘筱如（2011）。**品牌形象、品牌忠誠度及促銷策略對購買動機與購買意願影響之研究－比較 SPEEDO 與 OLYMATE**。未出版碩士論文，臺北市，銘傳大學傳播管理研究所。
- 石培欣（2000）。**國民中學學生家庭環境、同儕關係與學業成就之相關研究**。未出版碩士論文，高雄市，國立高雄師範大學教育研究所。
- 向令平（2004）。**個人特徵及購買動機對大陸城市地區幼教商品購買行為傾向之研究**。未出版碩士論文，彰化縣，大葉大學國際企業管理學系研究所。
- 行政院新聞局（2011）。**第七章台灣消費者圖書消費及閱讀行為**。99年圖書出版產業調查報告，<http://www.be-yond.com.tw/publishers/catalog7-1.html>。
- 何美瑤（2001）。**國中生家庭結構、學業成就與偏差行為之研究**。未出版碩士論文，高雄市，國立高雄師範大學教育研究所。
- 何榮桂（1990）。測驗電腦化與電腦化測驗。載於**台灣師大心理與輔導系主辦改進學校輔導工作研討會引言專輯**，116-136頁。
- 余 嬪（1996）。國中生之學業成就與遊憩參與類型。**測驗與輔導**，137期，2826-2829頁。
- 余民寧（1986）。**考試焦慮、成就動機、學習習慣與學業成績之研究**。未出版碩士論文，臺北市，國立政治大學教育研究所。

- 余啓名(1994)。**國小單親兒童其學業成就、自我觀念與生活適應相關因素之研究**。未出版碩士論文，臺中市，國立臺中師範學院初等教育研究所。
- 吳育東(1998)。**多變量統計方法應用於行動電話消費者購買行為與滿意度之研究**。未出版碩士論文，臺南市，國立成功大學統計學研究所。
- 吳奇峰(2008)。**台北地區樂透彩券與運動彩券購買動機與行為之研究**。未出版碩士論文，新北市，華梵大學工業工程與經營資訊研究所。
- 吳孟錚(2004)。**國小高年級學童自我效能、知覺父母期望、教師期望與行為困擾、學業表現之相關研究**。未出版碩士論文，臺北市，國立台灣師範大學教育心理與輔導研究所。
- 吳家楹(2003)。**影響電腦雜誌消費者購買決策之研究-以台灣網路族群為例**。未出版碩士論文，嘉義縣，南華大學出版學研究所。
- 吳家祺(2010)。**消費者網路團購動機、網路涉入、產品涉入對休閒體驗之研究-以團購網站為例**。未出版碩士論文，彰化縣，朝陽科技大學休閒事業管理研究所。
- 吳應明(2009)。**消費者對透天別墅的購買動機、認知、涉入及意願之研究-以代銷業為例**。未出版碩士論文，彰化縣，朝陽科技大學企業管理研究所。
- 呂弘霖(2004)。**國中學生知識信念、父母期望與學業成就之研究**。未出版碩士論文，彰化縣，國立彰化師範大學教育研究所。
- 李佳玲(2003)。**影響臺東師範學院男女學生學業成績差異之因果機制**。未出版碩士論文，臺東縣，國立臺東師範學院教育研究所。
- 李金泉(1993)。**SPSS/PC+實務與應用統計分析**。臺北市：松崗文魁。
- 李美慧(2004)。**國小六年級學童個人背景、父母管教方式與自我概念對學業成就之相關研究**。未出版碩士論文，臺南市，長榮大學經營管理研究所。
- 李國禎(2000)。**國中學生對教師有效教學行為的知覺與學習策略、學業成就之研究**。未出版碩士論文，高雄市，國立高雄師範大學教育研究所。
- 李鴻章(2007)。**台東縣原住民父母教育期望、子女知覺與學業成就之關聯與變遷**。**教育學術彙刊**1輯2期，1-22頁。

- 林文乾(2007)。**國中學生自我效能、父母期望、教室結構知覺與學業成就之研究**。未出版碩士論文，彰化縣，國立彰化師範大學教育研究所。
- 林清江(1984)。**教育社會學**。高雄市：復文書局。
- 林邦傑(1995)。**我國國小、國中、高中學生學習及讀書策略之比較分析**。**測驗年刊**，42期，349-370頁。
- 林建煌(2002)。**消費者行爲**。臺北市：智勝文化事業股份有限公司。
- 林靈宏(1994)。**消費者行爲**。臺北市：五南圖書出版公司。
- 洪惟泉(2006)。**不同學業成就專校學生休閒活動參與狀況之差異比較**。未出版碩士論文，臺北市，文化大學教練研究所。
- 范明貞(2012)。**旅遊紀念品購買動機、購買情境與遊客旅遊回憶影響之研究**。未出版碩士論文，彰化縣，朝陽科技大學休閒事業管理研究所。
- 范盛傑(2011)。**新竹地區運動彩券消費者購買動機、涉入程度與消費行爲之研究**。未出版碩士論文，臺北市，國立台灣師範大學體育研究所。
- 徐玉燕(2002)。**消費者特徵、企業形象與服務品質對購買決策影響之研究—以台灣地區不同零售業態加以實證**。未出版碩士論文，臺北市，中國文化大學國際企業管理研究所。
- 張春興(2001)。**教育心理學**。臺北市：東華書局。
- 張春興、林清山(1999)。**教育心理學**。臺北市：東華書局。
- 張新仁(1982)。**國中學生學習行爲之研究**。未出版碩士論文，臺北市，國立台灣師範大學教育研究所。
- 張錦鶴(2003)。**彰化縣國小六年級學生學習行爲與學業成就關係之研究**。未出版碩士論文，臺中市，國立台中師範學院國民教育研究所。
- 莊雅涵(2005)。**高雄市國民小學學生家長參與子女學習活動與學業成就之關係研究**。未出版碩士論文，國立高雄師範大學教育研究所。
- 教育部中等教育司(2010)。**我國參與國際學生能力評量計畫(PISA)2009結果**。教育部全球資訊網，http://www.edu.tw/news.aspx?news_sn=4113。

- 連國樑 (2007)。台南市國小六年級學童語文科學業成就及閱讀活動與其家庭兒童圖書消費相關性之研究。未出版碩士論文，臺南市，國立台南大學人文學院社會科教學研究所。
- 郭郁智 (1999)。國民中學學生學習策略、批判思考能力與學業成就之相關研究。未出版碩士論文，高雄市，國立高雄師範大學教育研究所。
- 郭進財 (2009)。大學校院學生運動社團的參與動機、休閒效益、生活品質與學業成就之研究。中正體育學刊，1卷2期。
- 陳奎 (1991)。教育社會學研究。臺北市：師大書苑。
- 陳江水 (2003)。國中學生家庭環境人格特質社會技巧與學業成就之相關研究。未出版碩士論文，彰化縣，國立彰化師範大學教育研究所。
- 陳江瑞 (2012)。小學生知覺父母期望與學業成就之研究－以龍津國小新移民子女為例。未出版碩士論文，嘉義縣，南華大學公共政策研究所。
- 陳志鵬 (2007)。消費者生活型態、品牌知覺與購買動機關聯性之研究－以台灣汽車產業為例。未出版碩士論文，臺南市，崑山科技大學企業管理研究所。
- 陳美娥 (1996)。國小學習遲緩兒童父母教養方式與成就動機、生活適應、學業之關係研究。未出版碩士論文，臺北市，國立台北市立師範學院初等教育研究所。
- 陳慶汝 (2002)。書店消費者購買行為之研究－以嘉義地區為例。未出版碩士論文，嘉義縣，南華大學出版學研究所。
- 黃文俊 (2004)。家庭環境、文化資本與國小學生學業成就之相關研究。未出版碩士論文，嘉義縣，國立嘉義大學師範學院國民教育研究所。
- 黃俊英 (2002)。行銷學的世界。臺北市：天下文化。
- 黃麗鈴 (1997)。影響高中生學業成就自我效能之因素及其與學業成就之相關研究。未出版碩士論文，新北市，淡江大學教育資料科學研究所。
- 楊乾輝 (1985)。一般書籍消費者購買行為之研究。未出版碩士論文，臺北市，國立政治大學企業管理研究所。

- 楊積成（2008）。服務品質與購買動機對消費者購買決策之研究（以3C連鎖家電為例）。未出版碩士論文，桃園市，開南大學企業與創業管理研究所。
- 葉佳宜（2002）。大型購物中心之區位與消費者生活型態對消費行為之影響研究。未出版碩士論文，新竹市，國立交通大學管理科學研究所。
- 廖柏森（2007）。廣設大學的迷思，聯合新聞網高等教育論壇，http://mag.udn.com/mag/campus/storypage.jsp?f_ART_ID=56147。
- 劉明松、張韶霞（2001）。國小學童家庭結構及父母教養方式與學業成就關係之研究。樹德科技大學學報，3(1)，61-77 頁。
- 劉奕佩（2006）。家庭社經地位、父母參與、父母期望與國小六年級學生英語學習成就之相關研究。未出版碩士論文，臺北市，國立台北教育大學兒童英語教育學研究所。
- 蔡坤哲（2004）。國內暢銷書讀者購買決策之實證研究。未出版碩士論文，嘉義縣，南華大學出版事業管理研究所。
- 蔡治平（2011）。解釋風格、學習型態與學業成就關係之研究－以台北市國二學生為例。未出版碩士論文，臺北市，銘傳大學教育研究所。
- 蔡淑鈴（1997）。國小學童家庭環境、班級閱讀環境與閱讀態度之相關研究。未出版碩士論文，嘉義縣，國立嘉義大學家庭教育研究所。
- 繆敏志（1990）。單親兒童學業成就、人格適應及其相關因素研究。未出版碩士論文，臺北市，國立政治大學教育研究所。
- 謝慶皇（2004）。外籍配偶子女學業成就及其相關因素探討。未出版碩士論文，臺南市，國立台南大學特殊教育研究所。
- 簡玉貞（1996）。消費者行為學。臺北市：五南圖書出版公司。
- 簡茂發（1985）。臺北市高中學生家庭社經背景、教師期望與學業成就的關係。臺北市政府研討會。
- 魏心怡（2001）。網際網路與心理幸福、學業成績。未出版碩士論文，臺東縣，國立台東師範學院教育研究所。

2.英文部份

- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6th, in South-Western College Publishing.
- Blackwell, D. R., Miniard P. W. & Engel J. F. (2001). *Consumer Behavior*, 9th ed., Harcourt, Inc.
- Britt, S. H. (1950). The Strategy of Consumer Motivation. *Journal of Marketing*, 14(5), 666-674.
- Brown, A. L., Campione, J. C., & Day, J. D. (1981). Learning to learn : On training students to learn from texts. *Educational Research*, 10, 14-20.
- Churchill, G. A., & Surprenant C. (1982) . An investigation into the determinants of customer satisfaction . *Journal of marketing research*, November, 491-504.
- Coleman, J. S. (1988). *Equality of educational opportunity*. Salem, NH: Plenum Press.
- Cuttance, P. F. (1980). Affective factors in the mediation of background efforts on cognitive performance. *Studies in Educational Evaluation*, 6(1), 65-72.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P.W. (1993), *Consumer Behavior*, 7th edition, Chicago: The Dryden Press.
- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1978). *Consumer Behavior*, 3rd edition, New York: Holt, Rinehart and Winston Company.
- Engel, J. F., Kollat, D.T., & Blackwell, R. D. (1982). *Consumer Behavior*, 4th edition, New York: Holt, Rinehart and Winston Company.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56, 6-21.
- Hahha, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer Behavior*, 1th, Prentice-Hall, Inc.
- Hausknecht, D. C. (1990). Measurement scales in customer satisfaction and Dissatisfaction. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 1-11.

- Henry, A. (1987). *Consumer Behavior and Marketing Action, 3rd Ed* , Boston, Mass. PWS-Kent Press.
- Hunt, K. H. (1977). *Conceptualization and Measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction*. Cambridge, Mass : Marketing science institute.
- Howard, J. A. (1994). *Buyer behavior in marketing strategy*. New Jersey:Prentice-Hall. 35.
- Katsillis, J., & Rubinson, R. (1990). Cultural capital student achievement and educational reproduction: The case of Greece. *American Sociological Review*, 55, 270-279.
- Kinard, E. M., & Reinherz, H. (1986). Birthdate effects on school performance and adjustment: A Longitudinal Study. *Journal of Educational Research*,79(6), 366-372.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control (9th ed.)*. New Jersey: Prentice-Hall
- Lareau, A. (1989). *Home advantage*. Philadelphia: Flamer Press.
- Maggio, D. (1982). Cultural capital and school success: The impact of status culture participation on the grade of U.S. high school students. *American Sociological Review*, 47, 189-201.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality, 2th ed.*, New York:Harper& Row.
- Nicosia, F. M. (1966). *Consumer decision process-marketing and advertising implications*. New Jersey:Prentice-Hall,153-191.
- Pintrich, P. R., & Groot, E. V. (1990). Motivational and self-regulated learning components of classroom academic performance. *Journal of Educational Psychology*, 82, 33-40.
- Plowden, B. (1967). *Children and their Primary schools*. A report of the central advisory council for education, London: HMSO.
- Pratt, J. W. (1974). *Robert measuring purchase behavior*. New York: McGraw-Hill.

- Reynolds, F. D., & Wells, W. D. (1977). *Consumer Behavior*, McGraw-Hill.
- Rowe, K. J. (1988). Single-sex and mixed-sex classes : The effects of class type on student achievement, confidence and participation in mathematics. *Australian Journal of Education*, 32(2), 180-202.
- Samuels, W. D. (1991). *Mathematics achievement and attitude in grade six through eight in Lebanon, Oregon*. Mich : UMI.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behavior*. Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior 7th*, Prentice Hall, Inc.
- Schutz, P. A., & Lanehart, S. L. (2002). Introduction: Emotions in education. *Education Psychologist*, 37(2), 67-78.
- Sriampai, P. (1992). *Attitude toward mathematics, mathematics anxiety, and mathematics achievement related to gender and academic program*. Mich: UMI.
- Stickney, B. D., & Fitzpatrick, J. (1987). Coloma's inequality twenty years later: Thorigns, the issues and the implications. *Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research Association*. US: Colorado.
- Tasi, S. L., & Walberg, H. J. (1983). Mathematics achievement and attitude productivity in high school. *Journal of Educational Research*, 76(5), 265-272.
- Walters, C. G., & Paul, G. W. (1970). *Consumer Behaviors – an integrated framework*, Irwin: Chicago.
- Williams, T. G. (1982). *Consumer Behavior Fundamental and strategies*, St. Paul Minn: West Publishing Co.
- Zaltman, G. (2000). Consumer Researchers : Take a Hike. *Journal of Consumer Research*, 26, 423-428.
- Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence*. *Journal of Marketing*, 52, 2-22

附錄一 預試問卷

購買動機與學業成就之研究—以雲嘉地區高中職生購買書籍為例

大家好：

我是南華大學出版與文化事業管理研究所碩士班研究生，目前正在從事購買動機與學業成就之研究。為確保個人隱私，本研究採不記名方式，所有資料僅供研究分析，絕不外洩，懇請您放心填答。

您的意見將是本研究最重要的依據，感謝您撥冗填寫問卷。

指導教授： 郭進財 博士
南華大學出版與文化事業管理研究所研究生： 曹世和 敬啟
2012.02.23

1. 性別：1.男 2.女
2. 學校：1.公立 2.私立
3. 學校屬性：1.高中 2.高職
4. 年級：1.一年級 2.二年級 3.三年級
- 5.您一年買幾本書 _____本
6. 家長職業：
1.商業 2.軍公教 3.工農
4.家管 5.其他
7. 家長教育程度：
1.國中以下 2.高中、職 3.大專院校 4.研究所

第一部分：購買動機

請問在購買書籍時會對您產生吸引力的因子為何？

請於適當打勾

	非常 符合	很 符合	符 合	有 點 符 合	非 常 不 符 合
1. 購書可讓家人及朋友共閱	<input type="checkbox"/>				
2. 購書是為了加強課業	<input type="checkbox"/>				
3. 為樂趣而購書	<input type="checkbox"/>				
4. 為紓解壓力而購書	<input type="checkbox"/>				
5. 為吸收知識而購書	<input type="checkbox"/>				
6. 為改善生活型態而購書	<input type="checkbox"/>				
7. 為了升學而購書	<input type="checkbox"/>				
8. 為了應付學校考試而購書	<input type="checkbox"/>				
9. 購書閱讀可打發時間	<input type="checkbox"/>				
10. 解決疑問而購書	<input type="checkbox"/>				
11. 為了增進專業能力而購書	<input type="checkbox"/>				
12. 為了增進社會知識而購書	<input type="checkbox"/>				
13. 購書可提高我的競爭能力	<input type="checkbox"/>				
14. 購書可增進我的人際關係	<input type="checkbox"/>				

第二部分：學業成就

請問您對於自己的學業成就之感受為何？

於適當打勾

	非常 滿意	滿意	普通	不滿意	非常 不滿意
1. 考試前均能充分的準備	<input type="checkbox"/>				
2. 均按時繳交報告	<input type="checkbox"/>				
3. 覺得課業輕鬆愉快	<input type="checkbox"/>				
4. 足夠體力應付課業	<input type="checkbox"/>				
5. 上課時均能專心聽課	<input type="checkbox"/>				
6. 滿意自己的學業成績	<input type="checkbox"/>				
7. 滿意自己的必修成績	<input type="checkbox"/>				
8. 滿意自己的選修成績	<input type="checkbox"/>				
9. 滿意自己的專業科目的成績	<input type="checkbox"/>				
10. 足夠時間研習課業	<input type="checkbox"/>				
11. 每天精神飽滿	<input type="checkbox"/>				
12. 學業成績會影響生活情緒	<input type="checkbox"/>				
13. 滿意自己在課業的努力程度	<input type="checkbox"/>				
14. 為了更好的學業成績而努力	<input type="checkbox"/>				
15. 肯定本身的健康狀況	<input type="checkbox"/>				
16. 自己的成績可領獎學金	<input type="checkbox"/>				

【本問卷到此結束，再次感謝您的協助!謝謝您】

附錄二 正式問卷

購買動機與學業成就之研究—以雲嘉地區高中職生購買書籍為例

大家好：

我是南華大學出版與文化事業管理研究所碩士班研究生，目前正在從事購買動機與學業成就之研究。為確保個人隱私，本研究採不記名方式，所有資料僅供研究分析，絕不外洩，懇請您放心填答。

您的意見將是本研究最重要的依據，感謝您撥冗填寫問卷。

指導教授： 郭進財 博士

南華大學出版與文化事業管理研究所研究生： 曹世和 敬啟

2012.05.09

1. 性別：1.男 2.女
2. 學校：1.公立 2.私立
3. 學校屬性：1.高中 2.高職
4. 年級：1.一年級 2.二年級 3.三年級
- 5.您一年買幾本書 _____本
6. 家長職業：
1.商業 2.軍公教 3.工農
4.家管 5.其他
7. 家長教育程度：
1.國中以下 2.高中、職 3.大專院校 4.研究所

第一部分：購買動機

請問在購買書籍時會對您產生吸引力的因子為何？

請於適當打勾

	非常 符合	很 符合	符 合	有 點 符 合	非 常 不 符 合
1. 購書可讓家人及朋友共閱	<input type="checkbox"/>				
2. 購書是為了加強課業	<input type="checkbox"/>				
3. 為樂趣而購書	<input type="checkbox"/>				
4. 為紓解壓力而購書	<input type="checkbox"/>				
5. 為吸收知識而購書	<input type="checkbox"/>				
6. 為了升學而購書	<input type="checkbox"/>				
7. 為了應付學校考試而購書	<input type="checkbox"/>				
8. 購書閱讀可打發時間	<input type="checkbox"/>				
9. 解決疑問而購書	<input type="checkbox"/>				
10. 為了增進專業能力而購書	<input type="checkbox"/>				
11. 為了增進社會知識而購書	<input type="checkbox"/>				
12. 購書可提高我的競爭能力	<input type="checkbox"/>				
13. 購書可增進我的人際關係	<input type="checkbox"/>				

第二部分：學業成就

請問您對於自己的學業成就之感受為何？

於適當打勾

	非常 滿意	滿 意	普 通	不 滿 意	非 常 不 滿 意
1. 均按時繳交報告	<input type="checkbox"/>				
2. 足夠體力應付課業	<input type="checkbox"/>				
3. 滿意自己的學業成績	<input type="checkbox"/>				
4. 滿意自己的必修成績	<input type="checkbox"/>				
5. 滿意自己的選修成績	<input type="checkbox"/>				
6. 滿意自己的專業科目的成績	<input type="checkbox"/>				
7. 足夠時間研習課業	<input type="checkbox"/>				
8. 每天精神飽滿	<input type="checkbox"/>				
9. 學業成績會影響生活情緒	<input type="checkbox"/>				
10. 為了更好的學業成績而努力	<input type="checkbox"/>				
11. 肯定本身的健康狀況	<input type="checkbox"/>				
12. 自己的成績可領獎學金	<input type="checkbox"/>				

【本問卷到此結束，再次感謝您的協助!謝謝您】

附錄二 個人簡歷

1. 姓名：曹世和
2. 出生：民國 64 年 05 月 03 日
3. 籍貫：台灣雲林縣
4. 學歷：輔仁大學體育系，國立彰化師範大學體育教育學分班
5. 經歷：彰化高中代課教師
彰師大附工代課教師
現任：國立民雄農工體育教師