

家長對幼教服務機構選擇行為之研究 ---以大台南地區為例

蔡明田、廖曜生、郭巧俐

本研究以大台南地區幼教機構的學童家長為研究樣本，分別以期望利益及地區來加以區隔，探討其在人口統計變數、幼稚園選擇理由、資訊來源、對附設才藝班看法、對教學內容與方式看法上的差異，以便幼教機構根據不同區隔市場的選擇行為之差異擬定適當的行銷策略。得出以下研究結果：就地理區隔而言，在共通點方面：各區家長均重視安全保育，資訊來源為親友推薦，才藝班重視美術及音樂班，教學內容與方式認同蒙特梭利。在顯著差異方面，在選擇理由上：北區強調低收費及銜接國小課程；東區強調口碑。在資訊來源上：東區強調招生簡章傳單、政府宣導、社區公佈欄。在附設才藝班上，北區強調算術班；東區強調體能班。教學認同度上：中區認同角落教學及蒙特梭利。以期望利益區隔則分出隨遇而安、教保信賴、特色教學、以及親職活動四個集群。

關鍵字：幼教機構、選擇行為、市場區隔

Key words：Kindergarten, Choosing Behavior, Marketing Segmentation

壹、緒言

幼兒教育是一切教育的基礎，其成敗攸關所有後續教育，目前國際間已形成一股重視幼兒教育的潮流，使教育向下延伸成爲新的趨勢。幼兒教育的定義可分爲廣義與狹義兩種，廣義的幼兒教育也可稱爲學前教育（pre-school education），即指從出生到進小學前這段時間的教育，包括了家庭教育、托兒所、幼稚園以及社會教育（曾坤暘，1990）；也是學齡前兒童各種教育的總稱，包括家庭中的親職教育、生活環境中的生活教育，以及

幼稚園、托兒所等學校式的教育（朱敬先，1983）。而狹義的幼兒教育專指學校式的幼兒教育機構所實施的教育（蔡春美、張翠娥、敖韻玲，1992），也就是指幼兒學校所受的教育，如幼稚園、托兒所教育。本研究所使用的定義為後者，即幼兒教育機構中的幼稚園。

隨著幼兒教育的益受重視，高品質的幼教服務是幼教機構生存發展的重要關鍵，有關高品質的幼兒學校所應具備的條件，多位學者提出不同的看法，Arnett（1986）認為有六項特徵，分別為良好的物質環境及保育、結構性與自由開放的綜合性課程、師生互動關係良好語文溝通多、師生比例適當、班級人數少、以及教師流動率低。Clarke-Stewart（1984）則強調良好的物質環境、低師生比例、以及小班級人數及良好訓練之師資。Howes（1983）主張以師生比例及專業教師訓練做為指標。Nurss & Hough（1983）則認為應具備五個特徵，包括班級人數少師生比例適中、教師給予幼兒溫暖與愛的保育、提供幼兒感官與社會之刺激、提供幼兒好品質之活動經驗、以及適當之團體與個別化之活動計劃等五項。Ruopp, Traver, Glantz & Coelen（1979）提出五項預測因素，分別為教師具專業訓練、適合兒童之課程、師生互動關係、師生比例、以及設備教具之使用率。Vandell & Power（1983）則以專業師資及班級人數作為衡量指標。相較於國外的研究，許惠欣（1991）則提出了六個主要影響因素，包括班級人數、師生比例、師資訓練、物質環境、課程效果、以及師生互動關係。游銀泉（1996）發現幼稚園設置的才藝班中以美術班最受家長喜愛，且應供雙語教學，而幼稚園更應培養孩子良好的生活習慣，並使其受到較好的教導與保育。

幼教服務業者應配合目標市場的需求設計符合其需求的教學內容（游銀泉，1996），因此了解家長選擇幼兒學校的重視因素便顯得相當重要，Suelzle（1978）認為最被重視的是課程，其次是費用、地點、交通及全/半日班的選擇。Rothschild（1978）以單親父母親為研究對象，發現最被重視的依次為：適合幼兒的課程及良好訓練的師資、離家近和在園所之時間有彈性、以及具有家庭氣氛的環境等三項。許惠欣（1991）歸納了Comfort（1985）的研究，認為家長選擇幼兒學校的因素為物質環境、課程效果、

師生之互動關係、師資訓練、以及師生比例等五項。

相較於國外的研究，游銀泉（1996）在彰化地區所做的研究發現，家長在選擇幼稚園時優先考慮的因素為：良好的教學活動及師資、設備佳環境好、離家近及寬廣的活動空間。許金義（1972）研究發現，台北市的家長選擇幼教機構的因素依次為優良的師資、離家近及設備佳。賴清標（1983）同時以國小附設幼稚園及私立幼稚園的家長為研究對象，發現兩者的選擇動機並不一致，國小附設幼稚園的家長的考慮因素依次為：便於銜接就讀小學、教學認真、離家近、場地寬敞、以及收費低設備好。而私立幼稚園的家長則考慮離家近、有娃娃車接送、教學認真、以及設備好等因素。管志明（1981）則認為，家長的考慮因素依次為教得好、離家近、以及設備好。張美麗（1985）比較家長、老師及專家對幼兒學校的考慮因素，結果顯示家長的考慮條件依次為環境好設備佳、師資優、教學活動好、以離家近；老師則強調師資優、環境好設備佳、以及教學活動好；專家則認為師資優、教學活動好、以及環境好最被重視；此三者的考慮因素相類似，只是重視的先後順序不同。由以上的討論可以得知，師資、教學、環境設備、以及地理位置四項是家長選擇幼稚園時最主要的考慮因素。

在競爭激烈的產業環境中，業者能否維持生存，端賴是否能提供消費者滿意的產品或服務，以在市場上眾多競爭者中脫穎而出。面對競爭日益激烈的幼教服務市場，游銀泉（1996）認為，幼教服務業者應選擇最適的目標市場，針對目標客戶的需求提供滿足其需求的服務，亦即將市場區隔及行銷的觀念帶進幼教服務市場。目前國內外相關幼教行銷的文獻不多，嘗試以市場區隔的方法來深入了解幼教市場的研究更是付之闕如，面對幼教市場的蓬勃發展，顯示幼教服市場區隔的行銷策略實證研究，確有迫切重要性。

市場區隔乃是以市場需求為發展基礎，將某一產品市場分為幾個具有相當類似需求及行銷意義的群體（Smith, 1956）。然後針對不同群體，設計不同的行銷組合，以便更精確地去滿足目標顧客。Kolter（1994）認為市場具有異質性，乃由不同需求與興趣的顧客群體所組成，而根據購買者

之慾望與需求，即可將紛歧錯綜的市場分割為若干較小且具有同質性的市場，其中，任兩個區隔市場均有不同程度的偏好。

至於市場區隔的目的為何，Yankelovich（1964）認為，市場區隔可以達到以下的目的：一、對最具潛在利益的區隔投入了適當的資金及關心。二、設計真正符合消費者需要的產品。三、能迅發現市場改變之趨勢，並加以掌握。四、採行最有效之廣告訴求。五、選擇最適當之廣告媒體。另外，McCarthy（1981）則認為，市場區隔可以使目標顧客獲得更多的滿足，提高廠商的銷售量、市場佔有率及利潤，有時候甚至可以在其目標市場內形成獨佔的局面，避免激烈的市場競爭。有關市場區隔的基礎，可以依變數多寡區分（Assael and Roscoe, 1976），或依描述性或因果性變數來分（Haley, 1968），或依區隔基礎的性質來分（Kolter, 1994），茲分別論述如下：

一、依變數多寡區分

- (一) 單一基礎：僅以一個變數來區隔市場，優點為操作容易，缺點為在市場異質性與一致性方面區別不夠明顯。
- (二) 多元基礎：採用數個變數來區隔市場，優點為提供決策者更多目標市場的相關資訊，缺點為區分之目標市場越多，每一區隔的銷售量就越小，有違足量性的特點。

二、依描述性或因果性變數區分

- (一) 描述性變數：如人口統計變數。
- (二) 因果性變數：指導致消費者購買之主要利益變數，如動機、產品利益、態度等，又稱利益區隔（benefit segmentation），本研究採用此類區隔方法。

三、依區隔基礎的性質區分

- (一) 地理變數（geographic variables）。
- (二) 人口統計變數（demographic variables）。
- (三) 社經變數：此變數與消費者對產品的需求及購買行為間有極密切的關係，因此運用非常廣泛。例如所得、都市化的程度、職業、教育程度等。

(四)心理變數 (psychographic variables) 。

(五)行為變數：此變數包含產品所有有關的特性及消費者本身的要求，例如使用時機、利益追求、使用率、使用者狀態、品牌忠誠、購買習慣、交易傾向、購物商店的形態、流動性、對行銷活動的反應彈性等行為變數。

至於市場區隔的方法則有事前區隔模式、集群區隔模式、彈性區隔模式、成分區隔模式混合區隔模式。本研究採用集群區隔法及事前區隔法兩種模式進行分析。

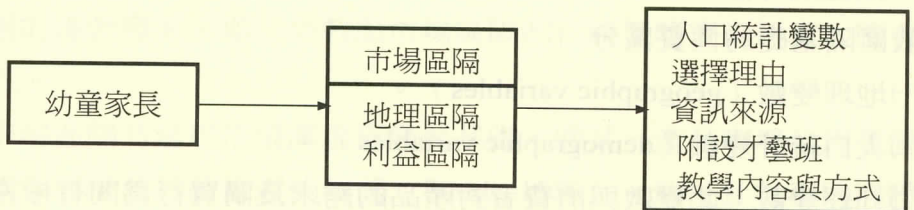
綜合以上的討論，本研究的研究目的首要以期望利益及地區來區隔家長，並探討其在人口統計變數、幼稚園選擇理由、資訊來源、對附設才藝班看法、對教學內容與方式看法上的差異；其次根據不同區隔市場的差異擬定適當的行銷策略。

貳、研究方法

本研究旨在探討不同區隔的家長在選擇幼教機構時考慮因素上的差異。本節先提出本研究的研究架構，再提出本研究的研究假設，其次說明樣本選擇及問卷設計，最後說明資料分析方法。

一、研究架構與假設

本研究旨在了解不同的市場區隔在選擇行為上的差異，因此本研究提出圖一的研究架構。



圖一 本研究架構

根據以上的研究架構，本研究提出以下的研究假設。

假設 1：不同區隔之家長群在人口統計變數上有顯著差異。

假設 2：不同區隔之家長群在幼稚園選擇理由上有顯著差異。

假設 3：不同區隔之家長群在資源來源上有顯著差異。

假設 4：不同區隔之家長群在幼稚園附設才藝班看法上有顯著差異。

假設 5：不同區隔之家長群在各種教學內容與方式的知名度上有顯著差異。

假設 6：不同區隔之家長群在各種教學內容與方式的認同度上有顯著差異。

二、研究工具

本研究使用問卷收集初級資料，內容除了個人基本資料之外，包括消費者對幼教服務所持態度量表、消費者選擇幼稚園理由問項、以及消費行為問項。

(一)消費者對幼教服務所持態度

此部分旨在廣泛了解家長對於幼教服務的態度，以做為因素分析及分群的基礎。本研究根據前述的文獻探討，以及以內涵分析的方式實地對幼教服務機構做文宣資料收集及訪談之後，發展出十個變數，分別為機構型態、資訊來源、招生條件、教學服務、保育服務、實體設備、服務人員、信賴性、便利性、總體環境，再依變數特性設計問項，共設計 43 題，以李克特五點量表量測。

(二)消費者選擇幼稚園理由

此部分參考鄭望崢（1988）的研究問卷，共設計 11 個問項，由受訪者以多重選擇的方式勾選，最多可勾選四項。

(三)消費行為變項

此部分乃在了解家長的消費行為，包括資料來源、對才藝班及教學內容與方式的看法等，共設計成 7 題。

三、抽樣設計與樣本結構

本研究之研究調查區域為大台南地區，所謂大台南地區泛指台南市七

區及鄰近台南市之台南縣鄉鎮，由於資料取得之便利性及可行性的限制，本研究將大台南地區限定在北區、中區、南區、東區以及永康區共五個區域。研究對象則為托收 4 至 6 歲幼兒之私立幼教機構的學童家長，由於幼教市場上的幼教機構不單只有以「幼稚教育法」規定立案之幼稚園，尚包括：(一)以托兒所名義立案，但大幅招收四至六歲與幼稚園同齡之幼兒；(二)未立案但仍以幼稚園型態經營的幼教機構。這些幼教機構經營型態幾無差異且同質性甚高，本研究均將其界定為幼稚園。

本研究以問卷訪問的方式進行資料的收集，問卷係透過幼稚園代為發放給學童家長，樣本數乃參考台南市公私立幼稚園名冊及台南縣統計要覽，統計各區 4 至 6 歲就讀幼稚園人數，再以比例方式決定各區抽樣樣本數。由於幼稚園之性質有公私立之分，本研究考量到園方在經營基礎上的平等，因此僅以私立幼稚園做為研究對象。選取的方式乃在本研究限定之五個區域中隨機選出，並經親自訪談告知研究內容並了解配合意願後確定，這些幼稚園分別是北區 6 家，中區 2 家，南區、東區各 6 家，永康區 3 家，各園抽取人數在 25-35 人之間，共發出 600 份問卷，回收 462 份，回收率 77%，剔除廢卷 52 份，有效樣本 410 份。

關於有效樣本之人口統計變數情形，依性別、年齡、教育程度、職業、家庭月所得整理如表 1。整體而言，母親填答問卷比例較高，30-39 歲接管者最多，教育程度多屬高中、高職，至於家庭月所得，平均以 30001-40000 元比例最高。

四、因素分析與量表信度

本研究針對消費者對幼教服務所持態度進行因素分析，先進行主成份分析，再以最大變異法 (varimax) 進行轉軸，萃取特徵值大於 1，且因素負荷量大於 0.35 的因素，共萃取 5 個因素，如表 2。在此並以 Cronbach's Alpha 檢驗內部一致性，Guieford (1965) 認為，係數大於 0.7 表示高信度，低於 0.35 則拒絕其信度，本研究為初探式研究，信度皆在 0.40 以上，結果尚可接受。

表 1 樣本結構

		北區	中區	南區	東區	永康區	合計
性別	男	41(34.5)	12(27.9)	28(33.3)	24(23.1)	10(17.2)	115(28.2)
	女	78(65.5)	31(72.1)	56(66.7)	80(76.9)	48(82.8)	293(71.8)
年齡	20-29 歲	17(14.3)	3(6.9)	11(13.1)	23(22.1)	6(10.5)	60(14.7)
	30-39 歲	98(82.4)	34(79.1)	62(73.8)	77(74.0)	48(84.2)	319(78.3)
	40 歲以上	4(3.3)	6(14.0)	11(13.1)	4(3.9)	3(5.3)	28(7.0)
教育程度	國中、小	30(25.0)	1(2.4)	17(20.5)	7(6.7)	4(6.9)	59(14.5)
	高中、職	54(45.0)	17(41.5)	41(49.4)	40(38.5)	28(48.3)	180(44.3)
	大學、專	34(28.3)	23(56.1)	24(28.9)	47(45.1)	21(36.2)	149(36.7)
	研究所	2(1.7)	0(0.0)	1(1.2)	10(9.7)	5(8.6)	18(4.5)
職業	工	17(14.9)	0(0.0)	13(15.9)	8(8.3)	4(7.1)	42(10.8)
	商	30(26.3)	8(21.1)	15(18.3)	14(14.4)	13(23.2)	80(20.7)
	公務員	11(9.7)	6(15.7)	14(17.0)	11(11.3)	9(16.1)	51(13.2)
	軍警	2(1.8)	0(0.0)	4(4.9)	1(1.0)	0(0.0)	7(1.8)
	服務業	18(15.7)	4(10.5)	6(7.3)	4(4.1)	3(5.4)	35(9.0)
	教師	7(6.1)	6(15.8)	5(6.1)	23(23.7)	9(16.1)	50(12.9)
	家管	29(25.5)	14(36.9)	25(30.5)	36(37.2)	18(32.1)	122(31.6)
家庭所得	2 萬以下	8(7.1)	2(5.1)	6(7.5)	6(5.9)	2(3.5)	24(6.2)
	20001-30000 元	21(18.6)	1(2.6)	14(17.5)	14(13.9)	10(17.6)	60(15.4)
	30001-40000 元	31(27.4)	12(30.8)	17(21.3)	17(16.8)	8(14.0)	85(21.8)
	40001-50000 元	15(13.3)	5(12.8)	12(15.0)	12(11.8)	4(7.0)	48(12.3)
	50001-60000 元	14(12.4)	5(12.8)	10(12.5)	14(13.9)	10(17.6)	53(13.5)
	60001-70000 元	11(9.7)	8(20.5)	7(8.8)	11(10.9)	6(10.5)	43(11.0)
	70001 元以上	13(11.5)	6(15.4)	14(17.4)	27(26.8)	17(29.8)	77(19.8)

本研究為初探式研究，信度皆在 0.40 以上，結果尚可接受。

五、資料分析方法

表 2 幼教服務構面因素

因素名稱	組成題號	特徵值	解釋變異量	累積解釋變異量	係數
師資保育	3,7,15,22,25,26,32	3.66	28.2%	28.2%	0.69
規模信賴	10,11,13,17,18,23	3.25	25.0%	53.2%	0.73
特色教學	30,31,36,41	1.53	11.8%	65.0%	0.51
親職活動	4,5,6,33	1.22	9.3%	74.3%	0.57
誠信服務	16,39	1.01	7.6%	81.9%	0.40

本研究以 SAS 套裝軟體進行集群分析、變異數分析、Duncan 檢定及卡方檢定。

參、研究結果與討論

本研究之研究假設為探討不同區隔之家長群在各變項上的差異，所使用的消費者分群方法，一為事前區隔法，直接以地理區域來劃分消費群，大台南地區計有北區、中區、南區、東區及永康區 5 區，所以分成 5 群，另一為集群區隔法，以下將先就研究結果做一整體描述，再分析各地區的差異，後再就集群區隔法進行探討。

一、幼教市場消費行為之整體描述

針對本研究所得資料，將幼稚園選擇理由、資訊來源、對才藝班看法、對教學內容與方式的知名及認同上各項得分最高，亦即最受重視的前三項簡述如下。

(一)在選擇該幼稚理由方面，由高而低依次為：注重安全保育、設備佳環境好、離家較近。此結果和許金義（1972）、張美麗（1985）的研究發現相近。

(二)在資訊來源上，由高而低依次為：親友推薦、招生簡章或傳單、路邊招牌。

(三)對附設才藝班的看法，82.9%的家長認同附設才藝班的重要性，而選擇比例最高者依次為美術班、音樂班、陶藝班，最低為電腦班。美術班是最受家長喜愛的才藝班，此結果與游銀泉（1996）的主張一致。

(四)在教學內容與方式的知名度上，聽過比例較高者依次為：雙語教學、蒙特梭利、皮亞傑智能發展訓練。由本研究得知，雙語教學是最被家長所知悉的教學法，游銀泉（1996）也認為幼稚園應提供雙語教學，與本研究的結果相呼應。

(五)在教學內容與方式的認同度上，由高而低依次為：蒙特梭利、皮亞傑智能發展訓練、雙語教學。由以上結果可知，蒙特梭利是最被認同的教學內容與方式，國內也有許多有關蒙特梭利教學法的實證研究，根據林秀慧（1996）的研究發現，蒙特梭利教學法在實施上仍有存在一些問題，分述如下：

- 1.雖同是蒙特梭利，但品質型態不盡相同。
- 2.家長虛榮心作祟，崇尚才藝教學，家庭教育未必能夠配合。
- 3.師資素質不一。
- 4.課程沒有經過完整規劃與設計。
- 5.缺乏本土研發的教具。
- 6.缺乏特殊幼兒教育的訓練管道。

幼教業者及學童家長在採取或接受此教學法時，仍應針對以上問題做必要的配合與修正。

二、不同地區之家長在幼稚園選擇上的差異分析

各地區家長在人口統計變數上，有顯著差異的項目包括年齡（ $\chi^2=19.01, p<0.05$ ）、教育程度（ $\chi^2=47.80, p<0.001$ ）及職業（ $\chi^2=52.71, p<0.01$ ）3項，整理如表3所示。

由表3可知，在年齡方面，30-39歲以永康及北區最多，20-29歲以東區最多，40歲以上以中區最高。在教育程度方面，北區、南區及永康以高

中職較多，中區、東區以大學、大專居多。職業方面，北區以從商最多，次為家管；中區、南區及永康以家管最多，從商次之；東區以家管最多，教師次之。因此，假設 1 獲得本研究結果部分支持。

各地區家長在幼稚園選擇理由、資訊來源、幼稚園附設才藝班的看法、教學內容與方式的知名及認同度上有顯著差異部分，彙整如表 4 所示。

在幼稚園選擇理由上，顯著差異者有 4 項。「口碑好」以東區最高，北區最低 ($\chi^2=20.79, p<0.001$)；「價格水準較低」則以北區最高 ($\chi^2 = 11.95, p<0.05$)；「設備好、環境佳」以東區最高，南區最低 ($\chi^2=13.28, p<0.01$) 及「教讀寫、以銜接國小課程」則為北區最高，東區最低 ($\chi^2 = 25.32, p<0.001$)。因此，假設 2 獲得本研究結果部分支持。由此結果可知，東區的家長在選擇幼稚園時較重視口碑及園方的設備環境；而北區的家長則較關心價格及是否教讀寫以銜接國小課程。比較上，東區家長較重視幼教的品質內涵，而北區家長則是經濟實惠導向。

表 3 各地區家長之差異分析

變數內容		地區別					合計	卡方檢定
		北區	中區	南區	東區	永康		
年齡	20-29 歲	17(14.3)	3(6.9)	11(13.1)	23(22.1)	6(10.5)	60(14.7)	19.01*
	30-39 歲	98(82.4)	34(79.1)	62(73.8)	77(74.0)	48(84.2)	319(78.3)	
	40 歲以	4(3.3)	6(14.0)	11(13.1)	4(3.9)	3(5.3)	28(7.0)	
教育程度	國中、小	30(25.0)	1(2.4)	17(20.5)	7(6.7)	4(6.9)	59(14.5)	47.80***
	高中、職	54(45.0)	17(41.5)	41(49.4)	40(38.5)	28(48.3)	180(44.3)	
	大學、專	34(28.3)	23(56.1)	24(28.9)	47(45.1)	21(36.2)	149(36.7)	
	研究所	2(1.7)	0(0.0)	1(1.2)	10(9.7)	5(8.6)	18(4.5)	
職業	工	17(14.9)	0(0.0)	13(15.9)	8(8.3)	4(7.1)	42(10.8)	52.71**
	商	30(26.3)	8(21.1)	15(18.3)	14(14.4)	13(23.2)	80(20.7)	
	公務人員	11(9.7)	6(15.7)	14(17.0)	11(11.3)	9(16.1)	51(13.2)	
	軍警	2(1.8)	0(0.0)	4(4.9)	1(1.0)	0(0.0)	7(1.8)	
	服務業	18(15.7)	4(10.5)	6(7.3)	4(4.1)	3(5.4)	35(9.0)	
	教師	7(6.1)	6(15.8)	5(6.1)	23(23.7)	9(16.1)	50(12.9)	
	家管	29(25.5)	14(36.9)	25(30.5)	36(37.2)	18(32.1)	122(31.6)	

* $p<0.05$ ** $p<0.01$ *** $p<0.001$

整體而言，各區家長在幼稚園選擇理由上較重視項目，北區為：注重安全保育、離家較近、師資優；中區為：注重安全保育、設備好環境佳、師資優；南區為：注重安全保育、離家較近、設備好、環境佳、師資優；東區為：設備好環境佳、注重安全保育、離家較近；永康為：設備好環境佳、注重安全保育、師資優、離家較近。由以上結果可以得知，注重安全保育是各區家長在選擇幼稚園時均認為是重要的項目，幼稚園學童由於年紀尚小，凡事都處於學習階段，此時還沒有保護自己的能力，一個注重安全保育的學習環境才能讓家長放心。

表 4 各地區家長之差異分析

假設	變數內容	地區別					合計	卡方檢定
		北區	中區	南區	東區	永康		
2	口碑好	21(17.9)	15(38.5)	30(36.1)	45(45.9)	21(38.9)	132(33.8)	20.79***
	價格水準較低	13(11.1)	0(0.0)	8(9.6)	5(5.1)	0(0.0)	26(6.7)	11.95*
	設備好、環境佳	63(53.9)	22(56.4)	36(43.4)	67(68.4)	35(64.8)	223(57.0)	13.28**
	教讀寫銜接國小課程	40(34.2)	4(10.3)	23(27.7)	9(9.2)	9(16.7)	85(21.7)	25.32***
3	招生簡章或傳單	18(16.2)	4(9.8)	9(10.8)	28(27.2)	3(5.3)	62(15.7)	17.56**
	政府施政宣導	2(1.7)	0(0.0)	1(1.2)	7(6.8)	0(0.0)	10(2.5)	11.01*
	社區公佈欄	3(2.68)	0(0.0)	0(0.0)	7(6.8)	0(0.0)	10(2.5)	12.33*
4	體能班	22(19.3)	10(23.8)	9(11.5)	31(30.1)	16(29.1)	88(22.5)	10.88*
	算術班	37(32.5)	4(9.5)	22(28.2)	10(9.7)	11(20.0)	84(21.4)	22.37***
5	全部沒聽過	11(9.2)	0(0.0)	13(15.5)	1(0.9)	2(4.4)	27(6.8)	20.23***
	角落教學法	32(26.7)	22(51.2)	11(13.1)	55(52.4)	17(37.8)	137(34.5)	40.64***
	蒙特梭利教學法	67(55.8)	41(95.4)	53(63.1)	94(89.5)	34(75.6)	289(72.8)	47.48***
	皮亞傑智能展訓	40(33.3)	25(58.1)	27(32.1)	54(51.4)	26(57.8)	172(43.3)	19.64***
	福祿貝爾恩物	32(26.7)	27(62.8)	28(33.3)	60(57.1)	17(37.8)	164(41.3)	32.09***
	奧福音樂	32(26.7)	20(46.5)	8(9.5)	51(48.6)	12(26.7)	123(30.9)	39.57***
6	角落教學法	28(23.3)	16(37.2)	5(5.9)	31(30.7)	8(18.2)	88(22.5)	22.97***
	蒙特梭利教學法	29(24.2)	25(58.1)	34(40.5)	39(38.6)	15(34.1)	142(36.2)	17.48**
	奧福音樂	29(24.2)	11(25.9)	4(4.8)	19(18.8)	6(13.6)	69(17.6)	15.58**

p<0.05 **p<0.01 ***p<0.001

在資訊來源上，在 3 種來源上有顯著差異。「招生簡章或傳單」以東區最高，永康最低（ $\chi^2=17.56, p<0.01$ ）；「政府施政宣導」則以東區最高（ $\chi^2=11.01, p<0.05$ ）及「社區公佈欄」亦為東區最高（ $\chi^2=12.33, p<0.05$ ）。因此，假設 3 獲得本研究結果部分支持。由此結果得知，東區家長比其他區域的家長更重視幼教的相關訊息，顯示該區家長對於幼兒教育有較高的關心程度。

整體而言，各區最主要的資訊來源為「親友推薦」，北區及東區以「招生簡章或傳單」為次多，中區、南區、永康以「路邊招牌」為次多。幼稚園的選擇與一般的消費行為不同，其商品內容不易從外觀上去比較，因此多數家長習慣於由親友推薦，在一般家長的觀念裏，一家經由自己熟識的親友認可的幼稚園，其品質及內涵至少會在一定的水準之上，因此，親友推薦的影響力遠超過任何資訊來源。

在附設才藝班看法上，在 2 種班別上有顯著差異。「體能班」以東區最高，南區最低（ $\chi^2=10.88, p<0.05$ ）；「算術班」以北區最高，中區最低（ $\chi^2=22.37, p<0.001$ ）。因此，假設 4 獲得本研究結果部分支持。

整體而言，在附設的才藝班當中，美術班與音樂班是各區認同比例最高者，次高者在北區為陶藝班，中區與永康為英語班，南區為算術班，東區為體能班。當今學童家長對下一代的教育上，很明顯地已開始注重文化藝術方面的薰陶，美術與音樂則是最基礎而且是入門必修的項目，因此家長對才藝班的認同上，便以美術班及音樂班最高。

在教學內容與方式的知名度上，有 6 項達到顯著差異。「全部沒聽過」以南區最高，中區最低（ $\chi^2=20.23, p<0.001$ ）；「角落教學」以東區最高，南區最低（ $\chi^2=40.64, p<0.001$ ）；「蒙特梭利」以中區最高，北區最低（ $\chi^2=47.48, p<0.001$ ）；「皮亞傑智能」為中區最高，南區最低（ $\chi^2=19.64, p<0.001$ ）；「福祿貝爾恩物」以中區最高，北區最低（ $\chi^2=32.09, p<0.001$ ）；「奧福音樂」以東區最高，南區最低（ $\chi^2=39.57, p<0.001$ ）。因此，假設 5 獲得本研究結果

部分支持。

在教學內容與方式的認同度上，有 3 項達顯著水準，「角落教學」以中區最高，南區最低 ($\chi^2=22.97, p<0.001$)；「蒙特梭利」以中區最高，北區最低 ($\chi^2=17.48, p<0.01$)；「奧福音樂」以中區最高，南區最低 ($\chi^2=15.58, p<0.01$)。因此，假設 6 獲得本研究結果部分支持。由此結果顯示，中區家長對特殊教學內容與方式的認同度是各區中最高者。

各區比例較高者，在北區為：雙語教學、皮亞傑智能發展訓練、蒙特梭利、奧福音樂。中區為：蒙特梭利、角落教學、皮亞傑智能發展訓練。南區為：蒙特梭利、雙語教學、皮亞傑智能發展訓練。東區為：蒙特梭利、皮亞傑智能發展訓練、角落教學。永康為：皮亞傑智能發展訓練、蒙特梭利，雙語教學。

三、不同利益區隔之家長在幼稚園選擇上的差異分析

本節探討不同利益區隔的差異，以下先以集群分析將學童家長分群，再就各集群做差異分析。

(一) 集群分析

以因素分析所得的 5 個幼教服務因素分數作為利益區隔變數，用層次集群方法中的最小變異數法 (minimum variance method)，又稱華德法 (Ward's method) 進行分析，判定規則如下：1. 每個集群至少需 20 人以上。2. 集群必須是樹狀圖的主幹。3. 集群數目的範圍為 4-9 群。4. 最後判定之集群與比其少一集群數之集群間的組內變異和差距越大越好，依此判定標準選定了四個區隔集群。

以群別為自變數，5 個幼教服務因素為因變數，進行變異數分析，若群體間存有顯著差異，再以 Duncan 多重檢定來檢視。結果如表 5 所示。

表 5 各集群家長在幼教服務因素之差異分析

因素構面	群 別				F 值	Duncan 多重檢定
	1	2	3	4		
師資保育	3.640	4.229	4.110	4.005	45.1***	2>1,3>1,4>1,2>3,2>4
規模信賴	2.564	2.965	2.796	2.385	19.5***	2>1,3>1,1>4,2>3,2>4,3>4
特色教學	3.103	3.289	3.625	3.194	23.5***	2>1,3>1,3>2,4>3
親職活動	3.996	4.367	4.355	4.414	28.9***	2>1,3>1,4>1
誠信服務	3.285	3.372	3.171	3.366	2.09	

*p<0.05 **p<0.01 ***p<0.001

由表 5 可知，集群 1 在各項因素上均無顯著較高者，集群 2 在師資保育、規模信賴、親職活動三個因素上較高，集群 3 則在特色教學因素上顯著較高，集群 4 則在親職活動因素上較高，因此群別命名及人數如表 6 所示。

表 6 各集群名稱及人數

群別	集群 1	集群 2	集群 3	集群 4	合計
群名	隨遇而安	教保信賴	特色教學	親職活動	
人數	114	77	108	81	380
百分比	30.0%	20.3%	28.4%	21.3%	100%

將 4 個集群與區域交叉分析，得到各集群在各區域的分佈情形如表 7 所示。

表 7 各集群在各區域分佈情況分析

	群 1	群 2	群 3	群 4	合計
北區	34(30.4)	25(22.3)	32(28.6)	21(18.8)	120
中區	17(39.5)	5(11.6)	15(34.9)	6(14.0)	43
南區	28(38.4)	12(16.4)	19(26.0)	14(19.2)	73
東區	20(20.2)	21(21.2)	28(28.3)	30(30.3)	99
永康	15(27.8)	14(25.9)	14(25.9)	11(20.40)	54

由表 7 可以看出，各集群在各區的分佈情況，北區與永康較類似，以集群 1 占最多，集群 4 最少，意即家長型態以隨遇而安型最多，親職活動型最少；中區則與南區相類似，以集群 1 最多，集群 2 最少，即是隨遇而安型最多，教保信賴型最少；東區與其他區的分佈差異較大，以集群 4 占最多，集群 1 最少，即親職活動型最多，隨遇而安型最少。

(二) 不同利益區隔之家長在幼稚園選擇上的差異分析

各集群家長在人口統計變數上僅教育程度有顯著差異（ $\chi^2=33.96, p<0.001$ ），整理如表 8 所示，由表 8 可以得知，集群 1、4 以高中職最多，集群 2、3 以大學、大專最多。因此，假設 1 獲得本研究結果部分支持。

表 8 各集群家長之差異分析

變數內容		群 別				合計	卡方檢定
		1	2	3	4		
教育程度	國中、小	28(25.0)	7(9.1)	7(6.5)	7(8.6)	49(13.0)	33.96***
	高中、職	48(42.9)	30(38.9)	46(42.9)	43(53.1)	167(44.3)	
	大學、專	31(27.7)	32(41.6)	52(48.6)	28(34.6)	143(37.9)	
	研究所	5(4.5)	8(10.4)	2(1.9)	3(3.7)	18(4.8)	

* $p<0.05$ ** $p<0.01$ *** $p<0.001$

各利益區隔的各群家長在幼稚園選擇理由、資訊來源、幼稚園附設才藝班的看法、教學內容與方式的知名及認同度上有顯著差異部分，彙整如表 9 所示。

表 9 各集群家長之差異分析

	變數內容	群 別				合計	卡方檢 定
		1	2	3	4		
2	離家較近	48(44.0)	43(58.9)	51(49.5)	50(64.1)	192(52.9)	8.90*
3	報紙雜誌廣告	1(0.9)	8(10.8)	4(3.9)	2(2.5)	15(4.1)	12.09**
	政府施政宣導	0(0.0)	0(0.0)	2(1.9)	7(8.9)	9(2.4)	18.49***
	社區公佈欄	1(0.88)	6(8.1)	2(1.96)	1(1.27)	10(2.7)	10.47*
4	全部不需要	22(20.4)	5(6.7)	22(21.4)	13(16.7)	62(17.0)	7.93*
	體能班	21(19.4)	26(34.7)	15(14.6)	22(28.2)	84(23.9)	11.84**
	陶藝班	21(19.4)	30(40.0)	21(20.4)	21(26.9)	93(25.6)	11.87**
5	角落教學法	32(28.8)	19(25.0)	44(42.7)	35(44.3)	130(35.2)	10.86*
	蒙特梭利教學法	70(63.1)	57(75.0)	86(83.5)	63(79.6)	267(74.8)	13.27**
	福祿貝爾恩物	35(31.5)	30(39.5)	54(52.4)	38(48.1)	157(42.6)	10.91*
6	全部不重要	39(35.5)	14(18.7)	10(9.8)	16(20.8)	79(21.7)	21.19***
	蒙特梭利教學法	28(25.5)	24(32.0)	50(49.0)	33(42.9)	135(37.1)	14.53**
	福祿貝爾恩物	13(11.8)	5(6.7)	23(22.5)	13(16.9)	54(14.8)	9.81*

*p<0.01 ***p<0.001

在幼稚園選擇理由特徵上，僅「離家較近」有顯著差異（chi-square=8.90, p<0.05），以集群 4 最重視此因素，集群 1 最不重視。因此，假設 2 獲得本研究結果部分支持。親職活動型家長較重視親子活動，幼稚園離家近可以增加家長與園方互動的便利性，因此是該類型家長選擇幼稚園時考慮的重要因素。

在資訊來源上，有 3 項達到顯著差異。在「報紙雜誌廣告」方面最重視者為集群 2，最不重視者為集群 1（chi-square=12.09, p<0.01）；對「政府施政宣導」最重視的為集群 4，最不重視者為集群 1 及集群 2（chi-square=18.49, p<0.001），對「社區公佈欄」最重視者為集群 2，最不重視者為集群 1（chi-square=10.47, p<0.05）。因此，假設 3 獲得本研究結果部分支

持。各群比例最高者，在集群 1、集群 2 為親友推薦、招生簡章或傳單。集群 3、集群 4 為親友推薦、路邊招牌。

對附設才藝班看法上，達顯著差異者有 3 項。其中「全部不需要」以集群 3 最多，集群 2 最少（ $\chi^2=7.93, p<0.05$ ）；「體能班」（ $\chi^2=11.84, p<0.01$ ）及「陶藝班」（ $\chi^2=11.87, p<0.01$ ）則最被集群 2 認同。因此，假設 4 獲得本研究結果部分支持。由以上結果得知，特色教學型家長較不重視才藝班的設置，而教保信賴型家長在才藝班的重視程度則最高。歸納各群最重視前 3 項，在集群 1 為美術班、音樂班、算術班。集群 2 為美術班、音樂班、陶藝班。集群 3 為美術班、音樂班、英語班。集群 4 為音樂班、美術班、英語班及陶藝班。

在教學內容與方式的知名度上，有 3 項達顯著差異。「角落教學」以集群 4 最高（ $\chi^2=10.86, p<0.05$ ）；「蒙特梭利」（ $\chi^2=13.27, p<0.01$ ）及「福祿貝爾恩物」（ $\chi^2=10.91, p<0.05$ ）則以集群 3 最高。整體而言，聽過比例最高者為雙語教學，其次為蒙特梭利。因此，假設 5 獲得本研究結果部分支持。

在教學內容與方式的認同度上，達顯著差異者有 3 項。「全部不重要」以集群 1 比例最高（ $\chi^2=21.19, p<0.001$ ）；「蒙特梭利」（ $\chi^2=14.53, p<0.01$ ）及「福祿貝爾恩物」（ $\chi^2=9.81, p<0.05$ ）則以集群 3 比例最高。因此，假設 6 獲得本研究結果部分支持。隨遇而安型家長對於幼教內容沒有較多的要求，因此認為不需要特殊教學的比例最高，特色教學型家長則最認同特殊教學。

肆、結論與建議

一、結論

本研究以兩種不同的區隔基礎來分析學童家長對幼教市場的消費行為，得出整體及個別差異的結果，此結果將可作為擬定行銷策略的參考。

就地區區隔而言，各區共通的特點包括在選擇幼稚園理由上注重安全保育，資訊來源最主要為親友推薦，附設才藝班重視美術及音樂班，教學內容與方式認同蒙特梭利。個別差異部分，整理如表 10 所示。

表 10 各地區家長消費行為描述

	北區	中區	南區	東區	永康
選擇理由	離家近、師資優。顯著特徵強調銜接課程。較強調口碑。	設備環境佳、師資優。	離家近、設備環境佳、師資優。顯著特徵則較不強調設備環境。	設備環境佳、離家近。顯著特徵較強調口碑。	設備環境佳、師資優。
資訊來源	簡章或傳單。	路邊招牌。	路邊招牌。	簡章或傳單。顯著特徵較強調招生簡章傳單、政府宣導、社區公佈欄。	路邊招牌。顯著特徵較不強調招生單或傳單。
才藝班	陶藝班。顯著特徵較強調算術班。	英語班。顯著特徵較不強調算術班。	算術班。顯著特徵較不強調體能班。	體能班。顯著特徵較強調體能班。	英語班。
教學知名度	顯著特徵較低為蒙特梭利與福祿貝爾。	顯著特徵較高為皮亞傑、福祿貝爾。	顯著特徵較低為皮亞傑、奧福音樂。	顯著特徵較高為皮亞傑、奧福音樂。	無顯著特徵。
教學認同度	雙語教學、皮亞傑、奧福音樂。顯著特徵較低為蒙特梭利。	角落教學、皮亞傑。顯著特徵認同度較高為角落教學、蒙特梭利。	雙語教學、皮亞傑。顯著特徵認同度較低為角落教學、奧福音樂。	皮亞傑、角落教學。	皮亞傑、雙語教學。

就利益區隔而言，隨遇而安型的教育程度多為高中、職，所得分佈在3萬至4萬之間，對於才藝班或特色教學均不認為需要或重要。教保信賴型的教育程度多為大專、大學，從商居多，次為家管，所得分佈多在3萬至4萬之間，期望幼稚園離家近，資訊來源除口碑及招生簡章外，也重視報紙雜誌與社區公佈欄等，認同體能、陶藝等才藝班。特色教學型的教育程度多為大專、大學，所得多在7萬以上，最重視特色教學，對蒙特梭利與皮亞傑認同度高，不認為才藝班是必需的。親職活動型教育程度多在高中、職，所得分佈在5萬至6萬及7萬以上，期望幼稚園離家近，資訊來源除口碑與招生簡章外，亦重視政府施政宣導，蒙特梭利與角落教學的知名度最高。

進一些分析利益區隔的各群家長特徵及選擇動機可以發現，教育程度與家庭所得皆不高的家長（如：隨遇而安型），不把教學內容當成選擇幼稚園的重點，是屬於較不重視幼兒教學的一群。教育程度不高但家庭所得較高的家長（如：親職活動型），也不會對幼兒教學特別重視，但卻注重親子間的互動。教育程度較高但家庭所得不高的家長（如：教保信賴型），對於才藝班的認同度較高，是屬於較重視幼兒才藝的一群。教育程度與家庭所得皆高的家長（如：特色教學型），則是對於特色教學最重視的一群，對於才藝班反而不認為重要。

由以上各群家長特徵及選擇動機的分析結果來看，似乎隱含著家長的教育程度與收入對其幼兒教育的觀點有著某種程度上的關聯，這個關聯性值得相關機構的重視與進一步的研究探討

二、建議

隨著幼兒教育越來越受到重視，家長的期望也越趨多元，幼教機構應衡量本身的資源與目標，選擇適當的市場區隔，因此，各地區幼教機構應確實了解各地區家長的消費行為，並參照各不同型態集群的特性，適度地調整本身的服務內容，並擬定有效的行銷策略。

各地區的幼教機構在共同的經營策略上，均應強調幼稚園內的安全保

育，招生資訊盡量以家長推薦其親友，附設才藝班必須包括美術及音樂班，以蒙特梭利為優先考慮採用的教學內容與方式。在區域性的差異上，北區的價格水準應低於其他區域，並適時教授讀、寫課程，在口碑之外，要加強招生簡章與傳單的促銷方式，可多設算術班，採用皮亞傑理論與雙語教學；中區路邊招牌的設置十分重要，可增設英語班，採用角落教學；南區須設置路邊招牌，增設算術班，採用雙語教學、皮亞傑；東區屬於文教區，應加強口碑的宣傳及招生簡章或傳單，增設體能班，採用皮亞傑及角落教學；永康區的幼稚園應以招生簡章以外的方式來傳播資訊，增設英語班，採用皮亞傑與雙語教學。

北區與永康區的集群分佈均以隨遇而安型最多，特色教學型次多，親職活動型最少；中區則與南區則以隨遇而安型最多，特色教學型次多，教保信賴型最少；東區與其他區的分佈差異較大，以親職活動型占最多，教保信賴型次多，隨遇而安型最少，因此各區應在策略擬定時，尚需依各集群在區內的所占比重加入各集群所需的特性。

幼教業者針對利益區隔的各群家長的行銷策略，隨遇而安型只須以一般傳統幼稚園的服務方式即可；教保信賴型須廣泛提供幼教資訊，並以口碑或對外參與活動的方式塑造幼稚園的形象；特色教學型則應大大推廣特色教學內容；親職活動型，最重要的就是多舉辦活動，尤其是有關親子關係方面，如親子座談、親子園遊會等。

參考書目

- 朱敬先（1983）。**幼兒教育**。五南圖書出版公司。
- 林秀慧（1996）。**蒙特梭利教學法實施之探討—以兩所台北市幼稚園為例**。師範大學家政教育研究所碩士論文。
- 許惠欣（1991）。**決定幼兒學校品質之因素及其影響幼兒學習效果之研究**。台南師院學報第24期，頁184。
- 許金義（1972）。**台北市幼兒家長對於幼稚教育意見之調查研究**。
- 游銀泉（1996）。**彰化地區幼教服務市場消費行為之實證研究**。雲林科技大學企研所博士論文。
- 張美麗（1985）。**幼兒家長老師專家對幼兒教育的意見與期望比較研究**。師範大學家政教育研究所碩士論文。

- 曾坤暘 (1990) 。**幼兒教育行政**。水牛出版社。
- 管志明 (1981) 。**台北市幼教活動的空間組織**。師範大學地理研究所碩士論文。
- 蔡春美、張翠娥、敖韻玲 (1992) 。**幼稚園與托兒所行政**。心理出版社。
- 鄭望崢 (1988) 。**都市兒童課後托育服務之研究**。文化大學兒福研究所碩士論文。
- 賴清標 (1983) 。**國民小學附設幼稚園之調查研究**。**台中師專學報**，頁 55-98。
- Arnett, J. D. (1986) . Caregivers in Day Care Centers: Does Training Matter?. **Dissertation Abstracts International**, 48 (6-A) , p.1391.
- Assael, H. A., & Roscoe, M. Jr. (1976) . Approaches to Market Segmentation Analysis. **Journal of Marketing**, 40 (Oct) , pp.67-76.
- Clarke-Stewart, A., & Gruber, C. (1984) . **Daycare Forms and Features**. In Ainslie, R.C. (Ed) . Quality Variations in Day Care. NY: Praeger Publishers. Comfort, M. H. (1985) . Factors that Contribute to Parent Satisfaction with Day Care. **Dissertation Abstracts International**, 46 (10-A) , p.2914
- Guiford, J. P. (1965) . **Fundamental Statistics in Psychology & Education**. 4th ed. N.Y.: McGraw-Hill.
- Howes, C. (1983) . Caregiver Behavior in Center and Family Day Care. **Journal of Applied Developmental Psychology**, 4 (1) , pp.99-107.
- Kotler P. (1994) . **Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control**, 8th ed. N. J.: Prentice-Hill.
- McCarthy, E. J. (1981) . **Basic Marketing: A Managerial Approach**, 7th ed.. Homewood Illinois: Richard D., Irwin Inc.
- Nurss, J. R., & Hough, R. A. (1983) . Providing High Quality Child Care. **Day Care Early Education** , 11, pp.33-35.
- Rothschild, M. S. (1978) . Public School Center Vs. Family Home Care Day Care: Single Parents Reasons for Selection. **ERIC**, pp.162-759.
- Rowe, R. R. (1972) . Child Care in Massachusetts: The Public Responsibility. Boston: **Massachusetts Early Education Project**.
- Ruopp, R., Traver, J., Glantz, F., & Coelen, C. (1979) . **Children at the Center**. Cambridge, MA: Abt Boots.
- Smith, W. R. (1956) . Product Differentiation and Market Segmentation as Alternatives Marketing Strategies. **Journal of Marketing**, July, pp.3-8.
- Suelzle, M. (1978) . Child Care: Family Support, Welfare and Education. **ERIC**, pp.167-259.
- Vandell, D. L., & Powers, C. P. (1983) . Day Care Quality and Children's Free Play Activities. **American Journal of Orthopsychiatry**, 53 (3) , pp.493-500
- Yankelouich, D. (1964) . New Criteria for Market Segmentation. **Harvard Business Review**, 42 (2) , March-April, pp.83-84.
- 蔡明田，現任國立成功大學企業管理系副教授
- 廖曜生，現任國立成功大學企業管理系研究所博士班
- 郭巧俐，現任美國富士通總裁特助