

幼教服務市場消費者行為之研究

鍾榮中、劉原超、唐啟發

E-mail: 9221521@mail.dyu.edu.tw

摘要

台灣目前的幼教產業，採取行銷和策略性經營者為數不多，故而造成經營管理層面的瓶頸。本研究便據此嘗試以行銷的角度探討幼教市場消費者的消費行為差異，期能將研究成果提供幼教業者以為參考，進而改善經營績效。本研究將台灣地區分為北、中、南三區，針對幼稚園之幼兒家長進行問卷調查，期能有效統計分析幼教市場之消費者特性與差異。經初步分析整合，得到以下結論：1.台灣北、中、南三區消費者的幼教消費行為差異並不明顯。2.幼教產業之消費者其對重視之要素以師資、環境安全、教欲及保育內容為主。3.美語教學的受重視，導致幼教產業的教學型態面臨轉型。4.收費的偏高因景氣的低迷而再受重視。

關鍵詞：幼教產業、消費行為、服務品質、市場區隔

目錄

第一章 緒論 第一節 研究背景與動機.....1	第二節 研究問題.....7
.....6	第三節 研究目的.....7
.....7	第四節 研究流程.....7
.....8	第五節 論文架構.....8
.....11	第六節 名詞定義.....11
第二章 相關理論及文獻探討 第一節 服務業行銷理論.....15	第二節 消費行為理論.....26
.....26	第三節 市場區隔理論.....30
.....38	第四節 台灣幼教產業發展及現況探討.....38
.....49	第五節 國內外幼教相關文獻研.....49
.....63	第三章 研究方法 第一節 研究架構.....63
.....65	第二節 研究假設.....65
.....67	第三節 問卷設計.....67
.....69	第四節 資料分析方法.....69
.....70	第五節 研究對象與樣本.....70
.....72	第六節 研究樣本與問卷回收.....72
.....75	第七節 研究限制.....75
.....77	第四章 資料分析與研究結果 第一節 各區域家長對幼教產業的利益變數差異分析.....77
.....91	第二節 各區域家長對幼教服務之消費行為差異分析.....91
.....101	第三節 各區域對幼教服務選擇之態度及影響因素差異分.....101
.....106	第四節 統計分析結果整理.....106
.....111	第五章 結論與建議 第一節 結論.....111
.....115	第二節 建議.....115
.....118	參考文獻.....118
.....128	附錄-問卷.....128

參考文獻

- 1、中華民國管理科學學會編輯部編著，管理新叢書系(7)，服務業經營錦囊，1993，第3頁
- 2、方世榮，服務業營銷管理，書泉出版社，1991，第7-13頁
- 3、Philip Kotler 原著，方世榮譯，行銷管理學-分析、計劃、執行與控制，第二版，東華書局，2000，第225-226、612-618頁
- 4、Heskett,J.L. 原著，王克捷、李慧菊編譯，服務的經營策略，天下出版社，1987，第88-90頁
- 5、內政部兒童局，台灣地區幼稚園與托兒所整合模型之分析與評估研究，國立嘉義大學，2002
- 6、王靜珠，我國托育機構的演進及未來發展途徑，國立台中師範學院，幼兒教育年刊，第十一期，第67-190頁，1999
- 7、天下編輯，從0歲開始，天下雜誌股份有限公司，2000
- 8、李安明，台灣地區國民教育資源分配之問題與建議，教育政策論壇，第二卷第1期，第60-84頁，1999
- 9、林新富，轉換成本在顧客滿意度與顧客中程度關係之干涉效果-以台北市私立幼稚園為例，實踐大學，碩士論文，2000年
- 10、林連宗，連鎖經營與影響顧客消費相關因素之調查研究，大葉大學事業經營研究所，碩士論文，2002
- 11、呂長民，行銷研究-研究方法與實例應用，全程企業出版，2001年
- 12、余朝權，現代行銷管理學，五南圖書出版，1995，第265-269、760-765頁
- 13、周慧菁，大師共奠幼教基石，天下雜誌，第234-238頁，1999年11月
- 14、吳思華，策略九說，臉譜出版社，台北市，2000
- 15、洪福財，變遷社會中的幼兒教育，國民教育38卷3期，1998 65頁
- 16、洪福財，台灣地區幼兒教育歷史發展及未來義務化政策之探討，台灣師範大學教育研究所，碩士論文，1999年
- 17、洪芳傑，科學園區科技人員住宅區位選擇因素之研究-以新竹科學工業區為例，文化大學，碩士論文，1999年
- 18、徐明珠，贏在教育的起跑點，財團法人國家政策研究基金會，國正研究報告，2001
- 19、高幸聰，從專家學者、幼兒家長暨保育員之意見探討提昇托兒所品質之研究，文化大學，碩士論文，1999年
- 20、施美好，網際網路下幼教管理資訊系統之建立，台灣科技大學，碩士論文，1999年
- 21、施叔錦，國內有機潛在市場之研究，大葉大學事業經營研究所，碩士論文，2001
- 22、曾玉明，幼教事業企業化管理，能力雜誌，第74-79頁，1999年12月
- 23、邱定雄，國小學生課後安親班服務市場消費者行為之研究 彰化，大葉大學事業經營研究所，碩士論文，2000，第35頁
- 24、黃怡貌，光復以來台灣幼兒教育發展之研究，國立台灣師範大學歷史研究所，碩士論文，

未出版, 1995 25、許金義, 台北市幼兒家長對於幼稚教育意見之調查研究, 1972 26、許惠欣, 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, 1991, 第184頁 27、許彰禪, 台灣與以色列幼兒教育制度之比較 - 展望我國幼兒教育政策, 比較教育雜誌, 第44期, 第22-40頁, 1996 28、張美麗, 幼兒家長老師專家對幼兒教育的意見與期望比較研究, 師大家政教育研究所, 碩士論文, 1985 29、張孝筠、翁興利、蕭芳華、李裕光, 我國幼兒教托政策分劃研究, 教育政策論壇, 第2卷 第1期, 第87-125頁, 1999 30、楊秋仁, 幼教人的態度管理, 蒙特梭利月刊, 第三十八期, 第31-34頁, 2001 31、楊秋仁, 新世紀幼教人的工作管理, 蒙特梭利月刊, 第37期, 第32-35頁, 2001 32、廖鳳瑞, 幼教經營的雙贏策略, 新幼教月刊, 三月號, 第12-15頁, 2001 33、廖佩珊、許錦雲, 台閩地區托兒所現況分析, 輔仁大學, 輔仁管理評論, 第九卷 第一期, 第197-230頁, 2002 34、陳銘達, 幼教之行銷策略-以台北市為例, 台北大學, 碩士論文 1999年 35、陳素真, 台北市托兒所現況分析與服務模式之試擬, 東海大學, 碩士論文, 1980年 36、陳學綿, 舞蹈才藝班消費之行為研究-以台中市綿綿舞蹈班為例, 台灣體育學院, 碩士論文, 2000 37、Philip Kotler 原著, 陳振遠、陳振田編譯, 行銷管理-分析、規劃與控制, 第六版, 五南圖書出版公司, 1990, 第684頁 38、陳銘達, 幼教之行銷策略探討---以台北市為例, 台北, 國立台北大學企業管理學系, 碩士論文2000, 第26頁 39、管志明, 台北市幼教活動的ㄅ空間組織, 師大地研所碩士論文, 1981 40、謝效昭, 大台北地區兒童才藝班之消費行為研究, 政治大學, 碩士論文, 1986年 41、楊淑惠, 網路書店消費行為研究, 交通大學, 碩士論文, 2000年 42、謝欣佐, 師範學生的綠色消費態度與綠色消費行為之研究, 台中師範學院, 碩士論文, 2000年 43、KOTLER、LEONG ANG、TAN原著, 謝文雀行銷管理華泰書局, 台北市, 1998 44、淺井慶三/清水茲原著, ???業????? 同文館, 1985(昭和60年) 45、鄭玲玲, 婦女的消費行為與消費者意識 - 職業婦女與家庭主婦之比較研究, 台北, 文化大學家政研究所, 碩士論文, 1986, 第8頁 46、翁麗芳, 台灣幼兒教育世紀發展誌, 國民教育37卷2期, 1996, 111-113頁 47、翁麗芳, 日本幼稚園課程的發展過程及其對我國的啟示, 國立台北師範學院學報, 第十二期, 第489-514頁, 1999 48、翁麗芳、黃怡貌, 台灣幼兒教育發展之研究 - 托兒所的演變在台灣幼兒教育發展上的意義, 中華民國台灣史蹟研究中心史聯雜誌, 第25期, 第11-38頁, 1995 49、顏清標, 國民小學附設幼稚園之調查研究, 台中師專學報1983, 第55-98頁 50、龐麗娟, 中國制定保障學前教育客不容緩, 中國網, 2002 51、盧美貴, 幼兒教育的願景及其教育理想-讓幼兒教育成為事業, 師說雜誌, 第152期, 第11-17頁, 2001 二、英文部分: 1、American Marketing Association:Committee on Definition,"Marketing Definitions:A Glossary of Marketing Terms", 1960 2、Arnett, J.D., Caregivers in day care centers:Does training matter?, Dissertation Abstracts International, 48(6-A), 1986,1391 3、Booms, B.H. and Bitner, M.J.,Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms, Marketing of Service, American Marketing Association, Chicago, 1981, pp.47-49 4、Comfort, M.H.,"Factors that Contribute to Parent Satisfaction with day care", Dissertation Abstracts International, 1985, 46(10-A), 2914 5、Clarke-Stewart, A.,& Gruber, C.,Daycare forms and features. , In Ainslie, R. C.(Ed). Quality variations in day care. , NY :Praeger publishers. , 1984. 6、Del I. Hawkins, Roger J.Best, & Kenneth A.Coney Consumer Behavior:Implications for Marketing Strategy, 5th ed. RICHARD D. IRWIN,ING, 1992, P-4 7、Engel, James F.; Blackwell, Roger. D. and Miniard, Paul .W., Consumer Behavior, 5th ed., N.Y.:The Dryden Press, 1986, pp.16-17 8、Henry A. Assael and Marvin Roscoe Jr. "Approaches to Market SegmentationAn alysis",Journal of Marketing,Vol.40 (Oct. 1976), pp 67-76 9、Haley, Rusell I., "Benefit Segmentation:A Decision Oriented Research Tools",Journal of Marketing, Vol.32 (July,1968),pp. 30-35. 10、Howes, C. Caregiver behavior in center and family day care. , Journal of Applied Developmental Psychology, Vol.4 No.1., 1983. , pp.99-107 11、James F. Engel; Roger D. Blackwell and David T. Kollat, Consumer Behavior 4th ed, 華泰書局翻印 1984, p.3 12、Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, Consumer Behavior, 2nd ed., 雙葉書局翻印, 1983, P.6 13、McCarthy, E. Jerome, Basic Marketing:a managerial approach, 7th ed.,(Homewood Illinois:Picard D,IRWIN, INC.,1981),p.226 14、Nurss, J.R., & Hough, R. A., Providing high quality child care, Day Care and Early Education, Vol.11. , 1983,pp.33-35 15、Olenick, M. R., The Relationship between day care quality and selected social policy variables, Dissertation Abstracts International, 47(10-A), 3657 16、4P's的分類首見於E.Jerome McCarthy Basic Marketing:A Managerial Approach, Homewood I11:Richard D.Irwin, 1960 17、Parasuraman,A. Zeithamal,V.A. Berry,L.L. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing Fall, 1985, pp.42-46 18、Philip Kotler, Marketing Management:Analysis,Planning and Control, 3rd ed.,(Englewood Cliffs, N. J.:Prentice-Hall, Inc, 1976), pp.141-142 19、Philip Kotler, Marketing Management:analysis,Planning and Control, 4rd ed., Prentice-Hall, Inc, 1980 p. 206 20、Philip Kotler, Marketing Managementl, 6rd ed., Prentice-Hall, Inc, 1988 21、Robert C. Blattberg and D. Sen Subrata."Market Segmentation Using Models of Multidimensional Purchasing Behavior", Journal of Marketing, Vol.38.(Otc.1974), p.226 22、Rothschild, M. S., "Public School Center Vs Family Home Care Day Care":Single Parents Reasons for Selection "ERIC,1978, pp. 162-759 23、Ruopp, R., Travers, J., Glantz, F.,&Coelen, C., Children at the center, Cambridge, MA:Abt Boots, 1979 24、Rowe, R.R., "Child Care in Masschusetts:The public Responsibility" Boston:Massachusetts Early Education Project, 1972 25、Smith, Wendell. R.,Product Differentiation and Market Segmentation as Alternatives Marketing Strategies",Journal of Marketing, July 1956, pp.3-8 26、Suelzle,Marijean, "Child Care:Family Support, Welfare and Education,"ERIC,1978, pp. 176-259 27、Strand, R., "Who Cares for Children? A Study of Child Care in Olmsted County, Minnesota, 1970, "Minneapolis, Minn:Synergistic System, Inc., 1970 28、Thomas, D.R.E, Strategy's Different in Service Industries Harvra Business Review Jul.-Aug. 1978 P.60 29、Valarie A.Zeithmal How Consumer Evaluation rocesses Differ between Goods and Services in Marketing of Service ed. James H.Donnely and William R. George Chicigo:American Marketing Association 1981 30、Vandell, D. L. & powers, C. P., Day care quality and children's free play activities, American Journal of Orthopsychiatry, Vol.53. No.3,1983,pp.493-500 31、Walters G. Glann and Gordon W.Paul Comsumer Behavior-an intergrated framework Homewood I11 Richard D. Irwin Irwin inc 1970 p.7. 32、Yankelouch, Daniel, "New Criteria for Market Segmentation",Harvard Business Review,Vol.42,No.2,(March-April 1964), pp83-84 33、Zamoff,R.B. & Lyle,J.R., "Who Needs What Kind of Day Care Center" Child, Welfare Vol.152, 1971, pp.351-35