

家長與教師選擇童書評估因素之比較

林怡芳, 蔡明春

企業管理學系

管理學院

mctsai@chu.edu.tw

摘要

本研究藉由童書主要消費者「家長」，和專業「教師」立場，就不同類型（生活娛樂性、品格知識性）童書進行評估因素之比較。在研究方法上，本研究以行銷4P為基礎，參考過去相關文獻進行問卷設計，並選取苗栗縣8所小學之家長及教師進行問卷調查。主要研究結果發現，在生活娛樂性童書，家長對產品與口碑重視程度明顯低於教師；對促銷則明顯高於教師。品格知識性童書亦然，但教師更加重視口碑。本研究結果期望提供家長選擇童書及出版商擬定行銷策略之參考。

關鍵字：家長、教師、童書、評估因素