

# 南華大學管理科學研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

GRADUATE INSTITUTE OF MANAGEMENT SCIENCES

NANHUA UNIVERSITY

以供給面研究碩士在職專班之就讀動機與選擇行為  
- 以南華大學為例

THE SUPPLY SIDE RESEARCH EMBA MOTIVATION AND CHOICE  
BEHAVIOR - A STUDY OF NANHUA UNIVERSITY

指導教授：李建中博士

ADVISOR : CHIEN CHUNG LEE Ph.D.

研究生：鄭雅容

GRADUATE STUDENT : YEA RONG CHENG

中 華 民 國 九 十 五 年 一 月

# 南 華 大 學

管理科學研究所

碩 士 學 位 論 文

以供給面研究碩士在職專班之就讀動機與選擇行為  
—以南華大學為例

研究生：鄭雅容

經考試合格特此證明

口試委員：莊麗蓮

李建中

李麗芬

指導教授：李建中

所 長：李麗芬

口試日期：中華民國 九十四 年 十二 月 十六 日

## 謝 誌

兩年半的研究所生涯，終於要劃下休止符，在這論文付梓之際，僅有的只是一顆感謝的心，感謝上天的安排，讓我在南華的學習都過的充實、溫暖，雖然曾經有過挫折，但這讓往後的我會以更感恩的心情去面對一切事物！

論文得以順利完成，首先要感謝指導教授 李建中博士在論文撰寫期間的悉心指導，教授不論是資料收集上或在遭遇瓶頸時總是給予我無限的幫助，我的論文才得以順利完成。

而在論文過程中特別要感謝兩位口試委員，藍俊雄教授與莊鎧溫教授不吝給予指正並提供寶貴的建言，使本論文能更趨於完整，亦在此致上謝忱。

感謝信助大哥、毅書、美貝、承孝在研究上的協助與相互砥礪，以及曹常鴻教授的關心並在我研究過程中不吝給予協助；還要感謝不斷給予我鼓勵的童軍夥伴以及在撰寫論文歷程中曾經陪伴我走過的每一個人。

最後，更要感謝我的父母、棋峰、竣鴻對我的關懷與鼓勵，你們對我的包容，讓我得以無憂無慮的求學，在此謹以這篇論文獻給我最親愛的家人及所有關心我的人！謝謝你們！

鄭雅容 謹識於

南華大學管理科學研究所

中華民國 95 年 1 月

## 南華大學管理科學研究所九十四學年度第一學期碩士論文摘要

論文題目：以供給面研究碩士在職專班之就讀動機與選擇行為—以南華大學為例

研究生：鄭雅容

指導教授：李建中 博士

### 論文摘要內容：

本研究提出學校應將學生視為顧客的構想，將招生之行銷策略由原來的大眾行銷方式，轉變為針對不同學生需求而提供不同的策略，研究的主要目的是運用集群分析，將受測學生分群後探討學生的選擇行為及就讀動機，以作為市場區隔之依據，此分群結果可協助學校了解學生群集的特性，設計不同的招生行銷策略，提供特定的產品給特定群集的學生，才能在有限的組織資源下，提供切合的需求給學習者。

本研究以南華大學及雲嘉南地區之碩士在職專班學生為研究對象，研究量表內容以碩士在職專班學生之選擇行為、就讀動機及其個人背景變項，採問卷調查法，回收之有效樣本依研究目的及驗證假設之需求分別採用，描述性統計、獨立樣本 T 檢定、獨立樣本單因子變異數分析、薛費爾事後比較、集群分析等統計方法進行資料分析，本研究結果顯示：南華大學招生市場可區分成「文憑主義群」、「教學品質群」、「入學便利群」與「教學資源群」四種市場類型；雲嘉南地區招生市場可區分成「入學便利」、「交通便利」、「文憑主義」三種市場類型。就讀動機方面，南華大學學生就讀動機可區分成「社交關係群」、「挑戰自我群」、「職業考量群」三種市場類型；雲嘉南地區學生就讀動機可區分成「職業考量群」、「充實生活群」與「提昇自我群」三種市場類型。

關鍵詞：市場區隔、目標市場、集群分析

**Title of Thesis :** THE SUPPLY-SIDE RESEARCH EMBA MOTIVATION AND  
CHOICE BEHAVIOR - A STUDY OF NNHU

**Name of Institute :** Graduate Institute of Management Sciences, Nanhua  
University

**Graduate date :** Jan 2006                      **Degree Conferred :** M.B.A.

**Name of student :** YEA RONG CHENG    **Advisor :** CHIEN CHUNG LEE Ph.D.

## **Abstract**

This research proposed the school should regard as the student customer's conception, marketing strategy the recruitment of students will sell the way by the original populace , will transform for aims at the different student demand to provide the different strategy , the research main goal will be using cluster analyzes , after Will Receive Measured the student will hive off discusses student's choice behavior and goes study the motive, by will separate the basis as the market area , this will hive off the result to be possible to assist the school to understand the student will gather in great number the characteristic, will design the different recruitment Of students marketing strategy , will provide the specific product for the student which specific will gather in great number, will be able under the limited organization resources, to provide the demand which will suit to give the study.

This of research master of take the Southwest and NANHUA university in office special class students as the research object, studies the meter content by master choice behavior in office special class student , goes study the motive and its the personal background , picks the questionnaire survey law, the recycling the effective sample separately uses demand of according to the research goal and the confirmation supposition, Descriptive statistics, T -Test, one-way ANOVA , Scheffe , cluster analyzes , this .findings showed : The

NNHUA university recruitment of students market may the area divide into "the diploma principle group", "the teaching quality group", "the matriculation convenience group" and "the teaching resources group" four kind of markets types; The cloud fine south area recruitment of students market may the area divide into "the matriculation convenience", "the transportation is convenient", "the diploma principle" three kind of markets types. Goes study the motive aspect, the NANHUA university student goes study the motive to be possible the area to divide into "the .public .relations relations group", "challenges the self- group", "the occupation consideration group" three kind of markets types ; The cloud fine south area student goes study the motive to be possible the area to divide into "the occupation consideration group", "the enrichment life group" and "promotes the self- group" three kind of markets types.

**Key words** : Market Segmentation, Target Market, cluster analyzes

# 目 錄

中文摘要		i
英文摘要		ii
目錄		iv
表目錄		vi
圖目錄		x
第一章	緒論	1
1.1	研究背景	1
1.2	研究目的	3
1.3	研究流程	3
1.4	研究範圍與限制	5
第二章	文獻探討	6
2.1	市場區隔理論	6
2.2	目標市場	13
2.3	碩士在職專班行銷	19
2.4	成人學習的內涵	20
第三章	研究設計	26
3.1	研究架構	26
3.2	研究假設	27
3.3	研究變項的操作性定義與衡量方法	27
3.4	研究對象與資料收集	32
3.5	資料分析方法	33
3.6	量表構面的信效度分析	35

第四章	研究結果	40
4.1	樣本結構與描述性統計分析	40
4.2	不同背景變項與各構面之差異性分析	47
4.3	集群分析	70
4.4	迴歸分析	83
4.5	選擇行為與就讀動機各集群之描述性統計	85
第五章	結論與建議	101
5.1	研究結果	101
5.2	給相關機構之研究建議 .....	105
5.3	給後續研究者的建議 .....	106
參考文獻	.....	107
附錄	.....	111

## 表目錄

表 2.1 市場區隔的益處	8
表 2.1 目標市場選擇策略之比較	18
表 2.2 成人學習原則的內涵	21
表 3.1 碩士在職專班學生選校評估準則	28
表 3.2 碩士在職專班學生就讀動機取向準則	29
表 3.3 碩士在職專班學生個人基本資料表	30
表 3.4 前測信度彙整表	32
表 3.5 問卷發發表	33
表 3.6 南華大學選擇行為因素分析彙整表	34
表 3.7 南華大學就讀動機因素分析彙整表	35
表 3.8 雲嘉南地區選擇行為因素分析彙整表	36
表 3.9 雲嘉南地區就讀動機因素分析彙整表	37
表 4.1 南華大學碩士在職專班樣本基本資料次數分配表	41
表 4.2 雲嘉南地區碩士在職專班樣本基本資料次數分配	44
表 4.3 南華大學各構面描述性統計分析	46
表 4.4 雲嘉南地區各構面描述性統計分析	46
表 4.5 南華大學性別與各研究變項之差異關係	47
表 4.6 南華大學年齡與各研究變項之差異關係	48
表 4.7 南華大學婚姻與各研究變項之差異關係	49
表 4.8 南華大學居住地區與各研究變項之差異關係	50
表 4.9 南華大學就讀訊息來源與各研究變項之差異關係	50
表 4.10 南華大學與學校交通距離與各研究變項之差異關係	51

表 4.11 南華大學最適宜修課時間與各研究變項之差異關係	52
表 4.12 南華大學已取得之最高學歷與各研究變項之差異關係	53
表 4.13 南華大學距離上次求學時間與各研究變項之差異關係	54
表 4.14 南華大學職位與各研究變項之差異關係	55
表 4.15 南華大學服務年資與各研究變項之差異關係	55
表 4.16 南華大學產業別與各研究變項之差異關係	56
表 4.17 南華大學工作屬性與各研究變項之差異關係	57
表 4.18 雲嘉南地區性別與各研究變項之差異關係	58
表 4.19 雲嘉南地區年齡與各與各研究變項之差異關係	59
表 4.20 雲嘉南地區婚姻與各研究變項之差異關係	60
表 4.21 雲嘉南地區居住地區與各研究變項之差異關係	61
表 4.22 雲嘉南地區就讀訊息來源與各研究變項之差異關係	62
表 4.23 雲嘉南地區與學校交通距離與各研究變項之差異關係	63
表 4.24 雲嘉南地區最適宜修課時間與各研究變項之差異關係	64
表 4.25 雲嘉南地區已取得之最高學歷與各研究變項之差異關係	65
表 4.26 雲嘉南地區距離上次求學時間與各研究變項之差異關係	66
表 4.27 雲嘉南地區職位與各研究變項之差異關係	67
表 4.28 雲嘉南地區服務年資與各研究變項之差異關係	68
表 4.29 雲嘉南地區產業別與各研究變項之差異關係	69
表 4.30 雲嘉南地區工作屬性與各研究變項之差異關係	70
表 4.31 南華大學各群組對選擇行為因素之多變量變異數分析	71
表 4.32 南華大學碩士在職專班學生選擇行為各群組分析	72
表 4.33 南華大學碩士在職專班選擇行為因素各群組事後比較	73
表 4.34 雲嘉南地區各群組對選擇行為因素之多變量變異數分析	75
表 4.35 雲嘉南地區碩士在職專班學生選擇行為各群組分析	75

表 4.36 雲嘉南地區碩士在職專班選擇行為因素各群組事後比較	76
表 4.37 南華大學各群組對就讀動機因素之多變量變異數分析	78
表 4.38 南華大學各群組對就讀動機因素之變異數分析	78
表 4.39 南華大學各群組對就讀動機因素之 Scheffe 事後比較	79
表 4.41 雲嘉南地區各群組對就讀動機因素之多變量變異數分析	80
表 4.42 雲嘉南地區各群組對就讀動機因素之變異數分析	81
表 4.43 雲嘉南地區各群組對就讀動機因素之 Scheffe 事後比較	82
表 4.44 南華大學選擇行為集群對就讀動機之迴歸分析.....	83
表 4.45 雲嘉南地區選擇行為集群對就讀動機之迴歸分析.....	84
表 4.46 性別對選擇行為各集群之描述性統計 .....	85
表 4.47 年齡對選擇行為各集群之描述性統計 .....	86
表 4.48 婚姻對選擇行為各集群之描述性統計 .....	86
表 4.49 居住地區對選擇行為各集群之描述性統計 .....	87
表 4.50 就讀訊息來源對選擇行為各集群之描述性統計 .....	87
表 4.51 與學校交通距離對選擇行為各集群之描述性統計 .....	88
表 4.52 最適宜修課時間對選擇行為各集群之描述性統計.....	88
表 4.53 已取得之最高學歷對選擇行為各集群之描述性統計 ...	89
表 4.54 距離上次求學時間對選擇行為各集群之描述性統計 ...	89
表 4.55 職位對選擇行為各集群之描述性統計 .....	90
表 4.56 服務年資對選擇行為各集群之描述性統計 .....	90
表 4.57 職業對選擇行為各集群之描述性統計 .....	91
表 4.58 職務對選擇行為各集群之描述性統計 .....	92
表 4.59 性別對就讀動機各集群之描述性統計 .....	92
表 4.60 年齡對就讀動機各集群之描述性統計 .....	93
表 4.61 婚姻對就讀動機各集群之描述性統計 .....	93

表 4.62 居住地區對就讀動機各集群之描述性統計 .....	94
表 4.63 就讀訊息來源對就讀動機各集群之描述性統計 .....	94
表 4.64 與學校交通距離對就讀動機各集群之描述性統計 .....	95
表 4.65 最適合上課時間對就讀動機各集群之描述性統計 .....	95
表 4.66 已取得之最高學歷對就讀動機各集群之描述性統計 ...	96
表 4.67 距離上次離校時間對就讀動機各集群之描述性統計 ...	96
表 4.68 職位對就讀動機各集群之描述性統計 .....	97
表 4.69 服務年資對就讀動機各集群之描述性統計 .....	97
表 4.70 產業別對就讀動機各集群之描述性統計 .....	98
表 4.71 工作屬性對就讀動機各集群之描述性統計 .....	99
表 5.1 研究假設成立與否表 .....	104

## 圖目錄

圖 1.1	本研究流程	4
圖 2.1	市場區隔的特性	9
圖 2.2	市場區隔的步驟	10
圖 2.3	市場涵蓋五種型態圖	15
圖 2.4	針對目標市場的三種行銷策略	17
圖 3.1	觀念性研究架構	26

# 第一章 緒論

在終生學習理念的影響下，世界各國紛以積極的態度規劃各項新的教育制度，為成人提供更多的學習機會，成人在離開正規教育多年之後，再度回到校園進修已是國內外的共同趨勢。台灣目前有超過40個以上的大學開設碩士在職專班課程，各校競爭激烈。每一個學校都在強調自己的特色，如何能夠在這競爭的教育市場中佔有一席之地，已成為各校開辦碩士在職專班的一大隱憂。

## 1.1.研究背景

現今是一個民主、開放、多元的社會，產業加速升級為掌握經營時效、妥善回應變遷之呼聲日益高漲，而這，不僅突顯管理之重要，更使「管理」蔚為一股風潮，管理人才之需求亦與日俱增，對學校來說，在職進修之推動不僅有實質之經費挹注，更是社會網絡與影響力觸角之延伸；對企業來說，在職進修可說是一種委外辦理之工作外訓練（off-job-training），對員工管理知識之提升與組織「共通語言」之建立將有實質助益；對員工來說，學習乃是面對未來競爭之最佳利器，透過在職進修擷取最新管理知識、結交各方人才、整合實務作法，並取得正式學位，對工作效能、業務拓展與個人形象均有正面之加分作用。加上「終身學習」觀念普及，在職者回流學校繼續進修之做法遂成為社會之一般潮流，此一時代趨勢也促進學校組織跟著起了大幅度的變動，再加上加入WTO 之後所面臨環境的改變，教育機構的快速擴充，競爭者的出現及增加，都促使學校不得不注重學校的自我行銷，以提升競爭力。李小芬(2001)認為學校行銷即是：把教育當作一個市場，學校能善用市場區

隔，找出目標大眾，以良好的課程、師資、設備、學習資源、適當的宣傳，為學校提升競爭力的一種社會過程。事實證明，有愈來愈多的非營利組織，諸如學校、政府機關、慈善團體、競選組織、政黨等，皆已先後採用行銷的觀念和技術，證明行銷的確能有效地達成組織的使命與目標。據此，本研究希望探討行銷理論在招收碩士在職專班上之應用，乃本研究動機之一。

另一方面，對學校來說，在職專班之訓練方式與訓練目標亦與一般生不同。由於學生多已離開學校一段時間且多半在職，白天不易外出上課，再加上個人平日忙於工作，因此，面臨之身體與心理負荷，及家庭、學業與工作之衝突，當較一般生沉重。在此情況下，為體恤學生並考量實際狀況，學校的要求方式通常較為彈性，要求內涵通常較為實務導向（相較於一般生），上課形式亦更趨於多樣，正如陳瑞萍(民89)所言，一所行銷導向的大學，特點不在於舉辦各類的招生活動，而在依據學生不同的特性，有效調整招生的策略，以期能以最有效的方式接觸學生，並打動學生，同時發覺與掌握本身獨特的優勢，做為招生的努力方向。尤其在招生策略中，除著重辦學理念的宣揚，更在於提昇招生管理的效率，以期有效調整招生的策略(陳瑞萍，民89)。盼望經營碩士在職專班的機構能夠掌握其獨特的優勢及特點，善用招生行銷計劃，延攬到適合的學生。因此，想瞭解目前南華大學招生市場區隔策略之現況，是本研究動機之二。

再者，教育不段的多元化發展，促使教育機構必須運用商業行銷的理念，將產品推展到適合的顧客身上，因此教育資源應該如何有效的規劃與整合，並了解消費市場的特性，建立目標市場，成人高等教育如何因應社會互動的增加，突破目前市場的瓶頸，在開放競爭的壓力下，尋求自我特性的建立，以滿足市場的需求，為本研究動機之三。

## 1.2 研究目的

基於上述研究背景，本研究擬了解南華大學碩士在職專班學生需求狀況，希冀達成之具體目的如下：

1. 了解南華大學碩士在職專班學生之目標市場。
2. 了解雲嘉南地區碩士在職專班學生之目標市場，並與南華大學比較。
3. 分析南華大學碩士在職專班學生與其他雲嘉南地區碩士在職專班學生之就讀動機差異為何。
4. 根據分析結果，歸納出南華大學碩士在職專班學生的就讀動機，並提出建議。

## 1.3 研究流程

本研究進行之流程，如圖 1.3.1 所示，並詳述如下：

### 1. 確立研究主題

擬定研究主題及研究目的及待解決之問題彙整評估後，草擬本研究之研究主題，並訂定研究目的。

### 2. 蒐集並彙整相關文獻

利用各種管道搜尋國內外相關文獻資料，如期刊論文、碩博士論文、研討會、相關書籍等，經彙整後，釐清本研究之研究方向、研究方法、研究工具、資料處理等。

### 3. 建立研究架構及假設

依文獻探究所得之結論，建立本研究之研究架構與研究假設。

### 4. 發展並編制問卷

依據研究架構及假設，並配合研究之目的及施測對象的特性，已建構問卷之架構，進而發展、編訂出適切的問卷題組。

5. 執行問卷調查

利用問卷普查調查方式，聯繫相關人員發放，以提高問卷回收率。

6. 資料處理分析

根據研究計畫，對回收問卷所得資料，加以統計分析。

7. 結論與建議

針對資料分析結果與研究理論架構，進行綜合比較與分析，以歸納出系統化之結果與發現，並提出研究結論與建議。

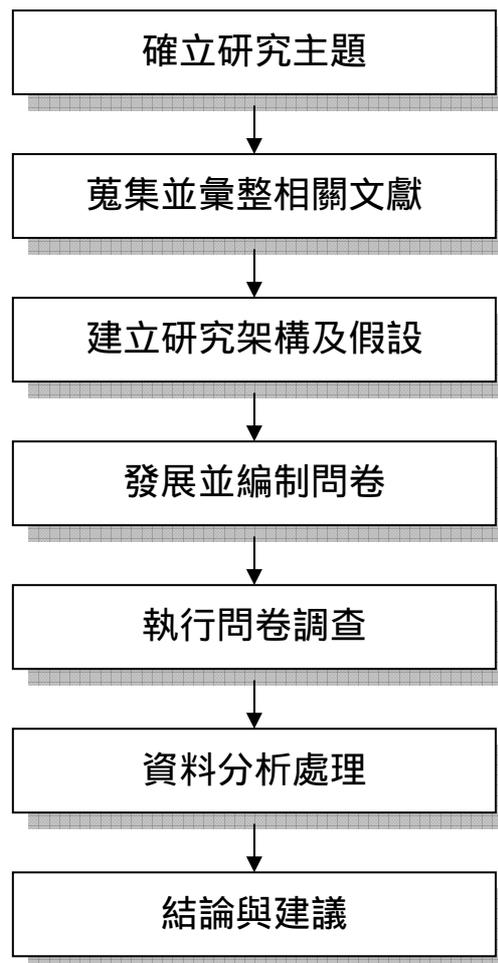


圖 1.1 本研究流程

## 1.4 研究範圍與限制

### 1.4.1 研究範圍

本研究僅針對南華大學及雲嘉南地區有成立碩士在職專班系所的學生作為問卷調查對象，以了解南華大學碩士在職專班之目標市場及雲嘉南地區碩士在職專班學生與其差異，其中每一地區選擇一所大學為本研究之研究範圍。

### 1.4.2 研究限制

1. 囿於人力，研究經費以及時間往返上的限制，本研究只在雲、嘉、南地區各挑選一所大學作為研究比較對象，因此研究結果在推論及解釋上會受到研究對象的限制。
2. 本研究難以去除填答者本身特殊的反應、情緒、認知與態度等主觀因素的影響，故難以顧及個別對象的心理差異。
3. 本研究主要採行量化的問卷調查，對於研究者目的之質性面向難以完整考量在內，僅能就問卷調查內容以探究研究對象的特性。

## 第二章 文獻探討

本章將依研究主題進行論文相關文獻的整理與分析，本研究目的為探討市場區隔與目標市場之間的關係。文獻探討共分為四節，第一節說明市場區隔的定義；第二節目標市場理論；第三節碩士在職專班行銷；第四節成人學習的內涵。

### 2.1 市場區隔理論

行銷學大師 Kotler 主張在進行行銷策劃與分析的過程中，必須先將目標鎖定在最具吸引力的市場區隔上，並挑選目標市場，再將行銷資源投入其中，以滿足消費者的需求(陳瑞萍,2000；嚴玉華,2000)。以下針對市場區隔的意義、功用、區隔招生市場的變數、分別論述如下：

#### 2.1.1 市場區隔的意義

有關市場區隔(Market Segmentation)的觀念，最先是由 Simth(1956)提出，其意義乃在借定為將消費者區分為若干個具有不同需求、特徵或行為之群體的過程，且能針對顧客的需求來調整產品及行銷方式。

McCarthy and William(1984)認為市場區隔是將廣大的產品市場區隔成許多具有同質性的次級市場。其主要目的在於日後選擇目標市場及發展可行且合適的行銷組合策略。Lilien 與 Kolter(1983)認為市場區隔化理論上是去解釋消費者之間的差異性，並試著在策略上開發並探尋他們。Boote(1981)認為市場區隔化分析是為了分辨出那些不同於整個市場人口的消費者，而他們是較容易受特定產品或服務的行銷力量所影響的一群。Kotler(1992)認為：「所謂市場區隔，乃是將市場區隔為不同的購買

群，不同的區隔需要不同的產品和行銷組合。公司可依不同的方式來區隔市場，並對各個市場加以描述，以進行目標市場行銷，這些經過區隔化的群體，即為市場區隔」。

自從 Smith(1956)首先提出市場區隔的觀念以來，市場區隔一直是行銷理論與實務的主導，因此被行銷人員廣泛的應用。因為市場區隔乃是市場的需求面為發展基礎，嘗試再整體異質性的市場中，找出某些共同或相關的因素，將消費者市場劃分為幾個具有相當類似需求及行銷意義的群體，以增進行銷的效能。行銷觀念，強調「選擇目標市場」的重要性，而目標市場的選擇，必先從市場區隔著手(黃俊英,1997)。就碩士在職專班市場而言，基於學生數量以及學生具有不同的特性，為求有效提高招生市場，則可運用「市場區隔」的觀念，先辨認招生目標的所在，再針對特定學生的需求，導引招生策略的規劃方向(Miller,1990)。

### **2.1.2 碩士在職專班招生市場區隔的重要性**

自從民國69年修正公佈「社會教育法」，強調「以實施全民教育及終身教育為宗旨」以後，揭開了政府提倡成人教育的序幕，正因為隨著終生學習時代的來臨及成人學習的重要性日益提昇，再加上成人學習逐漸朝向顧客化的趨勢，了解成人教育消費決策型態及相關因素有其必要性與重要性。市場乃是由消費者所形成，而市場可依據消費者的各項差異進行區隔，而碩士在職專班招生市場是由學生所形成，因此，碩士在職專班教育機構必須考量本身的目標、資源、條件等等，再依照學生的各項特性進行區隔，將碩士在職專班的教育市場區分成幾個不同的群體，再從中去選擇一個或一個以上的群體作為服務目標的群體，所以市場區隔在碩士在職專班教育市場上的規劃與行銷是必要的策略。

Barners(1993)在實用的學校行銷書中指出，市場區隔的價值與重要在於：

1. 提供學校確認可衡量的、可接近的和合適的目標市場。
2. 可幫助學校設計教育方案來滿足學生的需求。
3. 能夠促使活動目標更有效率和有效的接近目標市場。
4. 可經由確認適當的市場、設計出合適的產品和策略，為學校從事目標行銷時提供機會。

### 2.1.3 碩士在職專班市場區隔的優點及功能

碩士在職專班市場區隔的功能有助於教育機構決策者因應目標市場的特性，規劃出足以滿足目標市場中學生的需求及行銷策略，以下分述：

表2.1 市場區隔的益處

學者	市場區隔的益處
McCarthy(1981)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.讓目標顧客得到更多滿足。</li> <li>2.能促使商品銷售量、市場佔有率及利潤等的增加。</li> <li>3.有時能在所選定的目標市場內形成獨占的情況，以避免市場的激烈競爭。</li> </ol>
Beane,T.P.; Ennis,D.M.(1987)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.尋找新的產品機會或地區。</li> <li>2.設計改進的廣告訊息。</li> </ol>
Weinstein(1987)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.對於選擇促銷策略上有所助益。</li> <li>2.助於評估市場競爭態勢，尤其是市場定位。</li> <li>3.有助於檢示目前的行銷策略，進而發覺機會與威脅。</li> </ol>
Art Weinstein(1994)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.設計回應性的產品以滿足市場需求。</li> <li>2.決定有效與有效率的促銷策略。</li> <li>3.評估市場競爭力，特別是在公司的市場定位。</li> <li>4.提供對現有行銷策略的洞悉與理解。</li> </ol>
Mumbai(1998)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.讓策略更明確，有助於成本的降低。</li> <li>2.市場區隔有助於發展顧客忠誠度。</li> </ol>
Kotler(1998)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.銷售人員易於發覺與比較行銷機會。</li> <li>2.行銷人員可對產品及銷售訴求作更好的調整。</li> <li>3.銷售人員能夠更深入瞭解特定市場的反應特性，據以發展行銷方案以及預算規劃。</li> </ol>

資料來源：本研究整理

- 市場區隔通常有很多種方法，但並非所有的區隔方法皆有效，Kotler(1998)認為欲使市場區隔發揮最大效用，必須具備下列五個特點：
1. 可衡量性(measurable)：指所形成的市場區隔大小和購買力可被衡量的程度。
  2. 足量性(substantial)：指所形成的市場區隔是否足夠大或獲利力的程度。
  3. 可接近性(accessible)：指所形成的市場區隔能被有效接觸和服務的程度。
  4. 可差異化(differentiable)：市場區隔在觀念上應是可以加以區別的，且可針對不同的區隔採取不同的行銷組合要素與計畫。
  5. 可行動性(actionable)：指所形成的市場區隔足以制定有效的行銷方案來吸引並服務該市場區隔的程度。
  6. 互斥性(mutual exclusivity)：基本上，每個區隔都應該能夠與其他的區隔互相獨立。

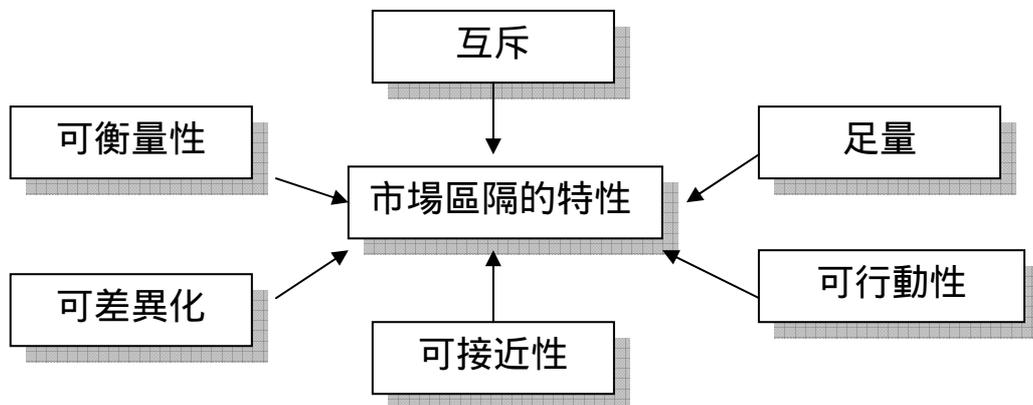


圖2.1 市場區隔的特性

資料來源：Kotler, P. & Armstrong, G., 1990, Marketing： An Introduction, New York： Prentice-Hall.

### 2.1.4市場區隔的步驟

消費市場是由各式各樣的消費者所構成的，且都有各別的特性，各類變數皆可單獨執行其市場區隔，但是因消費市場龐大，所以需要一可茲遵循的步驟，才能比較容易達到選擇所要的目標市場。市場區隔的步驟有許多學者皆曾經進行研究，學者Blattberg and Sen於1974 年提出市場區隔步驟程序如下：

- 1.區隔定義（Segment Definition）：依據研究目標、經營者要求、資源限制等等，選出可能適合的區隔基礎，來定義各個區隔。
- 2.消費者分類( Consumer Classificatuon ):將消費者依據選用的區隔基礎，分類歸入所屬的適當區隔中，以決定各區隔的規模及市場能力。
- 3.區隔辨認（Segment Identification）：找出足以區分各個區隔差異的描述變數，並據以描述各區隔特性作為發展行銷組合的參考。

余朝權於1995 年所提出的六個步驟：

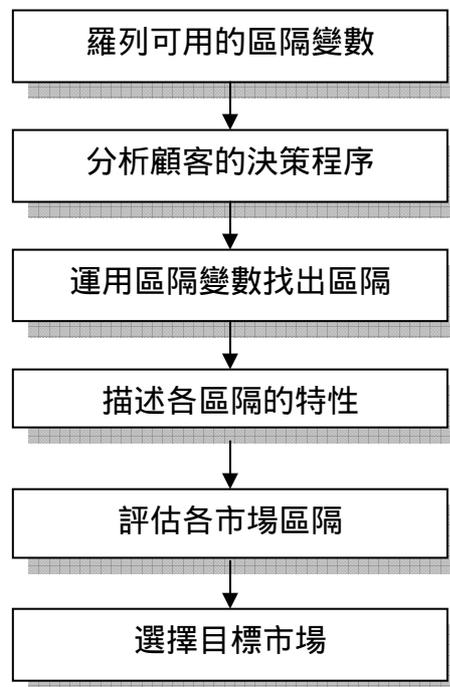


圖2.2 市場區隔的步驟

資料來源：余朝權(1995) 現代行銷管理

依如上學者對市場區隔的觀念，碩士在職專班招生市場區隔的程序，可分為確定研究目標、選擇區隔基準、進行學生的分群、檢定分群效果、各集群學生特性之描述。

Kotler(1997)認為為求有效確認不同的市場區隔，以使區隔能夠有系統的顯現出來，一般包括三個步驟：

- 1.調查階段(Survey Stage):藉由碩士在職專班學生的非正式的訪談或深度訪談，期能發覺碩士在職專班學生的動機、態度與行為。再根據這些調查資料，擬定正式問卷，以蒐集有關的資訊。
- 2.分析階段(Analysis Stage):研究人員將所蒐集到的資料應用因素分析的統計方法，剔除相關性高的變數，再以集群分析，確立最大的不同區隔數目，使各區隔彼此間，達到內部同質性高而外部差異性大。
- 3.剖劃階段(Profiling Stage):每個集群以期特有的態度、行為、人口統計、心理統計、媒體消費習慣等，加以描述，必可將各級群區隔一其特徵來命名。

依如上學者對市場區隔的觀念，碩士在職專班學生招生市場區隔的程序，可分為確定研究目標、選擇區隔基準、進行學生的分群、各集群學生特性的描述。本研究問卷設計依據市場區隔理論參考多位學者之市場區隔策略編製成第一部分碩士在職專班學生評估準則問項來進行市場區隔。

### 2.1.5 市場區隔模式

在選定區隔基礎後，接著就是以各種模式將碩士在職專班學生加以分類，以得知各區隔之大小及市場潛力的多寡，而所謂的區隔模式即是利用基礎變數，將一群異質的顧客分成幾個同質區隔(homogenous

segments)的分類技術，Wind(1978)提出四種區隔模式，依區隔研究目標的不同，來選擇適合的區隔模式(沈宗奇,民90)：

1. 事前區隔模式(Priori Segmentation Model)：此種方法的特點在於一旦選定區隔基礎後，即可得到區隔的數目與型態。此法所採用的區隔基礎變數一般有人口統計變數、品牌忠誠度、產品使用率等。使用的方法有直接觀察法、歸類及交叉列聯表法。
2. 事後區隔模式(Post Hoc Segmentation Model)：亦稱為集群區隔法(Cluster-based Segmentation Design)，此一方法係指在選定區隔變數後並不能直接知道區隔的數目與型態，而是根據受測者在區隔基礎上之相似程度加以分群。常用的區隔基礎變數為尋求的利益、生活型態、需求態度及其他心理變數。常被使用的方法有集群分析、多元尺度等多變量統計方法。
3. 彈性區隔模式(Flexible Segmentation Model)：彈性區隔模式是綜合聯合分析(Conjoint analysis)與顧客選擇行為的電腦模擬而成，經由此方法可以發展出許多交替區隔(Alternative Segments)，每個區隔中包含一些對產品測試(Test Product)有相同反映的顧客。此區隔模式之特色是能使管理者瞭解顧客對不同產品組合的反應。
4. 成分區隔模式(Componential Segmentation Model)：成分區隔是由聯合衡量發展出來的，它和彈性區隔不同之處，在於它同時包含了產品與消費者的雙重特性，具有區隔市場和預測消費者需求的雙重效果。

上述所列的四種區隔模式，以「事後區隔模式」最廣為學界所應用。Tony(2002)亦認為此模式是最為常見且又極為方便的市場區隔方法。故本研究乃以「事後區隔模式」即集群區隔模式進行碩士在職專班招生市場的區隔，且由於碩士在職專班學習者異質性高，背景也有殊異，因此學

習需求差異大，所以區隔市場時必須衡量相關的條件與因素，本研究問卷設計依據市場區隔理論編製成第一部份之市場區隔策略：選擇系所影響因素量表，將碩士在職專班招生市場依據選擇影響因素分為「區域取向」、「聲望取向」、「教學取向」、「入學便利取向」、「文憑取向」為區隔變數，唯有區隔出市場大小與特徵，學習機構才能有效提供服務。

## 2.2 目標市場

### 2.2.1 目標市場選擇

在評估所有的市場區隔之後，學校變更要衡量其本身的條件、競爭者的能力等各方面因素，綜合判斷必須進入哪一市場區隔，柯特勒和富克斯指出，當市場區隔能滿足下面兩項規則時，碩士在職專班教育機構就值得進一步的考量。其評估方法為：區隔的整體吸引力以及學校的目標與資源。首先學校必須探討一個潛在的市場區隔是否具有其吸引力的特徵，如規模大小、成長、獲利力、規模經濟、低風險性等等。其次，學校在決定此一區隔時，必須考量此一決策與學校目標和資源是否能相符合。學校在區隔市場是否具有吸引力，可由下面的幾項特性來看

(Kotler&Fox, 1994)

- 一、市場的大小：大市場比小市場具吸引力。
- 二、市場成長率：高成長率的市場比低成長率的市場具有吸引力。
- 三、付費能力：能支付較高比率教育成本的市場比無法支付的具有吸引力。
- 四、競爭狀況：具有較少競爭者或替代服務的市場，比擁有許多強而有力的競爭者市場具有吸引力。
- 五、變動性：穩定或可持續成長的市場比變動劇烈的市場具有吸引力。

六、經濟規模：當規模增大時，單位成本較低的市場，比單位成本固定的市場具有吸引力。

林彥君(民 81)也認為在界定目標市場時應考慮下列標準：

- 一、同一目標市場內的學習者，其學習需求應相同。
- 二、同一目標市場內的學習者，對同一行銷策略應有相類似的反應。
- 三、在所界定的目標市場內，學習者能以有效且經濟的方式來接觸、爭取。
- 四、在所界定的目標市場內，學習者有能力或潛力參與成人教育機構所提供的活動方案。
- 五、成人教育機構所提供的活動方案，能滿足在所界定的目標市場內學習者的需求。

目標市場經過評估之後，學校可能發現不只一個可行的目標市場。因此，學校就必須依本身資源、活動的目標、市場地位、市場潛力及競爭者的優劣勢等，選擇進入一個或多個目標市場，也就是進行目標市場選擇(target market selection)。一般而言，在評估不同的目標市場後，可考量下列五種目標市場選擇的型態，分別是：

#### (一)方案或市場集中化 ( program/market Concentration )

是指在最簡單的情形下，只選擇一個目標的意思，透過集中行銷，對此目標的需要有更深入的瞭解，而且可以在目標內取得更強、更有力的市場地位。然而，集中行銷所負擔的風險則較其他型態為高，尤其是特定的市場區隔可能轉趨惡劣。

#### (二)方案專業化(program specialization)

是指學校只提供一種方案供應給不同的目標市場，此種策略可創造專業化的聲譽。

### (三)市場專業化(market specialization)

是指學校以各種活動方案來服務某一特定群體的需要，這種專業化策略的好處是可以在目標市場上建立專業服務的形象。

### (四)選擇性專業(selective specialization)

屬於多重區隔涵蓋，是指學校選擇多個目標市場，而每一個目標相當具有吸引力，並且都能配合學校的資源。雖然這些區隔間能只有些許或沒有綜效存在，但卻能策略性的分散風險。

### (五)整個市場涵蓋(full coverage)

指想要以所有的活動方案來服務所有的顧客群體需要，採用全目標涵蓋的策略時，可運用無差異行銷與差異化行銷兩種方式進行。

P：代表活動方案 M：代表市場

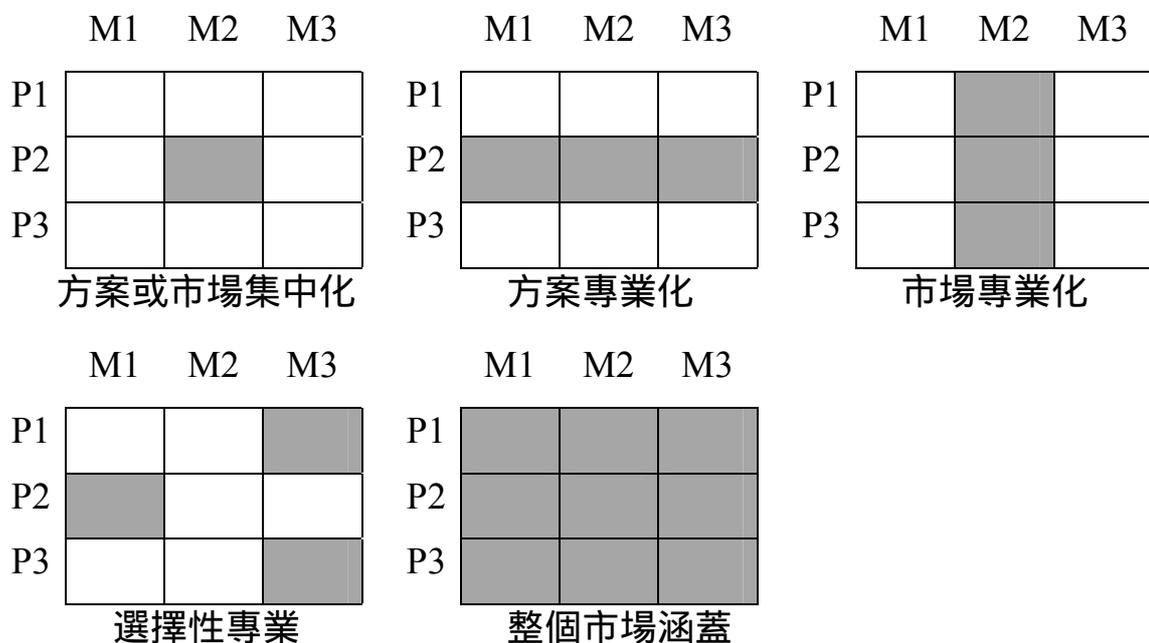


圖 2.3 市場涵蓋五種型態

資料來源:Philip Kotler, p "Strategic Planning and the Marketing Process," Business(1980):6-7.Reprinted by Permission of author

近年來行銷以由過去的「大量行銷」、「差異化行銷」進入所謂的「目標行銷」。也就是，行銷機構先做市場區隔，在從中選擇一個或數個區隔，設計可行的活動方案，研擬適當的行銷策略，以滿足區隔內學習者的需求。由於各學校所擁有的資源與競爭地位不同，因此所選取的目標市場策略也就不同。一般而言，針對目標市場的可行策略大致可分為三種，茲分述如下（Kotler & Fox,1994；Kotler & Andreasen,1996）：

### 一、無差異行銷

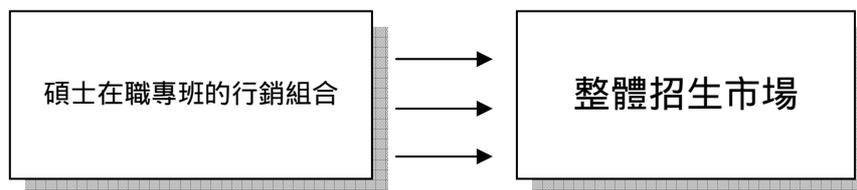
如圖之A所示，若組織認為不需要重視市場區隔的差異，希望藉由相同的行銷組合，以滿足消費者的需求，即是所謂的「無差異行銷」，採用無差異行銷的最大理由是節省成本，但是低成本無法滿足消費者個別不同的需求，減低了消費者的滿足，其他的競爭者可能乘機介入服務這些被忽略的區隔，以碩士在職專班教育市場而言，無差異行銷策略，不但造成活動的重複，資源使用缺乏效益，也容易流於表面的行銷手法，進而造成學校資源的浪費(陳瑞萍，2000)，因此，碩士在職專班在進行招生行銷策略時，應該先了解不同的市場區隔，進而依碩士在職專班學生不同的需求，發展適合的招生行銷策略。

### 二、差異化行銷

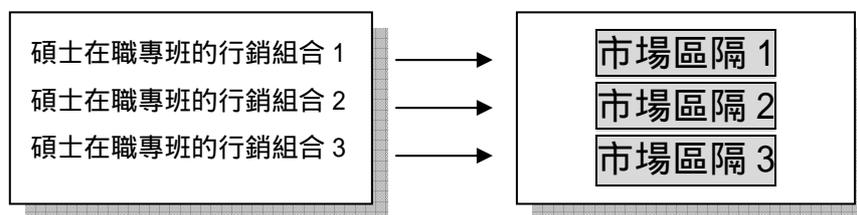
由圖B所示，差異化行銷主要是指組織決定以數個市場區隔為目標市場，並分別對其發展行銷策略組合。各碩士在職專班系所可以先依照學生不同的需求，劃分出不同的市場區隔，再分別為不同集群的學生，發展不同的招生行銷策略，因此，此種模式較能滿足不同學生的需求，但因需規劃許多具有不同特色的招生行銷組合，故差異化行銷所需花費的成本較無差異行銷所需花費的成本來得高。

### 三、集中行銷

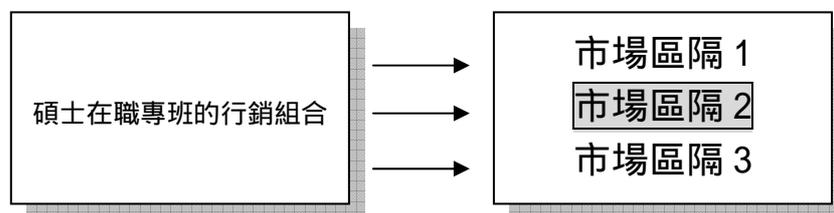
如圖之C所示，若學校資源有限，無法一一針對個別市場區隔進行招生活動，此時，可採取另外一種成本較低，而且又能兼顧學生需求的招生策略，亦即將所有心力集中在某一個市場區隔，並針對此一市場區隔發展特定的招生活動。其著眼點在於「先在特定的市場區隔獲取穩固的定位，再進一步瞭解整個市場的需求與行為，以減輕成本開支」(張松根，1999)，畢竟集中火力專供於一個較小的市場，才能獲取較大的佔有率。



A. 無差異行銷



B. 差異行銷



C. 集中行銷

圖 2.4 針對目標市場的三種行銷策略

資料來源：Kotler, P. & Fox, Karen F. A.(1994). Strategic Marketing for Education Institutions.Englewood Cliffs N. J. : Prentice-Hall, Inc. p.226

學者 Lamb、Hair 與 Mcdaniel(2001)比較無差異化行銷、差異化行銷以及集中行銷的不同，整理如下表：

表 2.1 目標市場選擇策略之比較

目標市場策略	優點	缺點
無差異行銷	<ul style="list-style-type: none"> <li>•潛在性的節約產品或是行銷的成本</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•制式化的提供產品</li> <li>•較容易受到競爭者的影響</li> </ul>
差異化行銷	<ul style="list-style-type: none"> <li>•更雄厚的財政</li> <li>•按經濟比例分配產品或是行銷活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•較高的成本</li> </ul>
集中行銷	<ul style="list-style-type: none"> <li>•集中資源</li> <li>•可以更有效的接觸區隔市場之所需</li> <li>•堅強的定位</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•市場區隔太小或多變</li> <li>•競爭力較大者的利基也許更能契合區隔市場</li> </ul>

資料來源：Lamb，Hair & Mcdaniel(2001)

由上述可以發現，選擇目標市場的策略皆有其優缺點，且各有其適用的市場情況，碩士在職專班除了須有明確的招生行銷策略外，更應該注重本身的辦學特色、辦學理念等因素來吸引在職人士就讀。若是單純的仿效一般大學招生行銷策略，將很容易失去特色，

## 2.3 碩士在職專班行銷

### 2.3.1 碩士在職專班行銷的意義

行銷最基本的觀念是建立在人類的需要，不論是生理的需求或是心理的需求，都是促使人類產生各種行為的趨力，而行銷亦是基於如此的概念而產生的一門學問，碩士在職專班行銷方案的規劃也是基於這樣的觀點來設計有關的教育活動。在碩士在職專班教育市場自由化之時，學生擁有更大的空間與更多元的選擇權來選擇學校。因此，碩士在職專班教育機構要必須充分運用行銷的觀念，有效運用資源，使學校人員能有動機以及尋找其顧客，並且了解碩士在職專班學生的需要、慾望和需求，而且去滿足他們的需求。所以，懂得行銷法則的教育機構通常能較有效率地達成他們的目標，並且能在競爭的市場中不斷地進步，並力求生存。

Beder (1986) 認為碩士在職專班教育行銷是教育活動提供者透過有效的活動設計、定價、宣傳、活動、地點等策略推展教育方案，促使學習者雙方進行自願性的價值交換，滿足碩士在職專班學習者的需求，以及達到組織目標。

Fischer (1987) 認為碩士在職專班行銷就是將教育活動方案或服務，以適當的時間、地點及價格，從教育機構流向碩士在職專班學習者，以滿足碩士在職專班學生的學習需求。

將碩士在職專班行銷觀念運用在教育上，Kotler 和Fox 提出幾點行銷定義需要被注意的地方(Kotler & Fox,1995)：

1. 碩士在職專班行銷被定義為一涉及分析、規劃、執行、控制管理的過程，此定義強調行銷角色是在幫助教育者面對現實行銷問題。
2. 碩士在職專班行銷是一種仔細的規劃計畫，並非只是一個隨機的活動。

有效的行銷活動需要事先規劃和仔細執行。

3. 碩士在職專班行銷藉由服務學生需求來吸引學習者，一個教育機構將提供強而有力的學術計畫或其他利益來吸引學生的加入。
4. 碩士在職專班行銷是指目標市場的選擇，並非指提供所有事物滿足所有人的企圖。
5. 碩士在職專班行銷透過更有效率地方式服務它們的市場，幫助教育機構存活和繁榮。行銷規劃需由教育機構訂出具體的目標。
6. 碩士在職專班行銷所提供目標市場的需求與欲望，不符合市場需求的計畫、服務或想法將會失敗，有效的行銷是顧客導向的，並非銷售導向的。

## 2.4 成人學習的內涵

### 2.4.1 成人學習的原則內涵

成人在身心發展、社會角色等既與兒童或青少年有所不同，則其反應於學習活動，亦自有其特色所在（黃富順，2000）。有關成人學習特性或學習原則的探討，一直是成人教育領域中極受到重視的一環，眾多的成人教育學者為因應成人這種獨特的學習特性，提出了許多的學習原則與教學上的應用，希望藉由對於成人學習原則的有效掌握，進一步來幫助成人學生作更有效率的學習和吸收，並應用於教學或課程的設計上。換言之，在教學的每個過程之中，如能將成人的身心特性以及學習特性，全部融入整個教學活動中，才能真正發揮成人教學的效果（黃富順，1991）。有關成人學習原則的探討不少，學者們所提出的見解亦未盡一致，故本節擬就各學者的觀點來探討成人學習原則的內涵、成人學

習原則的評量及影響成人學習原則的相關因素，希望能更具體地掌握成人學習原則的意涵。

### 一、成人學習原則的內涵

致力於探討成人學習原則與特性的學者相當多，自1960 年代以來，此一領域的相關研究文獻，日益豐富。以下即針對諸位學者對此一議題之觀點加以說明，以求對於成人學習原則的內涵作更進一步的瞭解：

表 2.2 成人學習的原則內涵

學者	功能理論
Gibb (1960)	(1) 成人學習必須以問題為中心。 (2) 成人學習必須以經驗為中心。 (3) 學習經驗必須對成人學習者具有意義。 (4) 學習者必須能自由的接觸經驗。 (5) 學習目標應由學習者建立。 (6) 在達成目標的過程中，學習者必須適當的獲得回饋。
Miller (1964)	(1) 需引發學習者有動機去改變其行為。 (2) 需使學習者瞭解目前不合宜的行為。 (3) 要清楚的認識將來所欲獲得的行為。 (4) 需要有機會實地練習將來所欲獲得的行為。 (5) 對正確的行為表現必須得到正增強。 (6) 相關的學習環境必須作適宜的配合。
Kidd (1973)	(1) 成人學習的活動應該配合成人生命現象的改變。 (2) 學習活動應該配合成人社會角色的改變。 (3) 在學習活動中，成人學習者與教師之間的關係應該是平等的。 (4) 需瞭解成人學習者在生理和功能上相當大的異質性。 (5) 成人為一自我導向的個體。 (6) 時間對成人的生理、心理、情緒和文化上具有不同的意義。 (7) 成人學習者對於老化的態度和對死亡的看法，對於學習具有影響。

資料來源：本研究整理

表 2.4.1 成人學習的原則的內涵（續）

學者	功能理論
Knowles (1980)	(1) 成人是一個自我導向的學習者。 (2) 成人具有豐富的經驗，可以作為學習的資源。 (3) 成人依據社會角色發展任務的需要而學習。 (4) 成人的學習取向是立即的應用，希望能夠解決當前的問題。 (5) 成人學習的動機與兒童不同，是以立即的應用為主。 (6) 成人學習的需要與兒童不同，是以生活上實際的需要為主。

資料來源：本研究整理

### 2.4.2 影響成人學習需求之相關因素

成人學習需求是以學習者的特性或取向為基礎，所據以發展出來的成人學習之準則，而成人的學習特性或學習取向則受到諸多複雜因素的影響，以下即根據相關研究之探討，說明影響成人學習原則的可能性因素：

#### （一）性別

有關性別與成人學習關係的研究，一般的結論常指出，性別是影響成人學習的重要變項，女性學習者似乎較男性學生傾向於成人學習取向，但亦有研究指出男性學生比女性偏好自由獨立而彈性的學習方式或課程。如：Grubbs（1981）對二十個中西部神學學校教師122人和學生332人進行研究，發現女學生較男學生具有成人教育取向。Davenport（1984）針對114名大學及研究生進行施測，發現女性學生較男性學生具「成人學習取向」。Brainard和Ommen（1977）曾以美國中西部社區學院年齡在26歲以上的成人為研究樣本，進行調查研究，結果發現女性較偏好富結構而具組織性的學習方式，男性則比女性偏好自由獨立的學習方式。在國內的研究方面，林義男（1982）以國內871名大學生為研究樣本，進行調查，發現男性較偏好獨立的學習、非正式的、有彈性的

課程。王文瑛（1987）針對空中大學686名全修生進行研究，結果發現相較於男性，女性較傾向於「成人學習取向」。但亦有少數研究指出在課程與教學方式的偏好上，並無性別上的差異（Dugan, 1985; Morstain & Kraft 1979）。

由以上相關的研究，大體均指出性別與成人學習的特性或取向有關，但男女性別的差異性，是否會進一步影響學習者對成人學習需求，仍有待本研究進一步的驗證。

## （二）年齡

探討年齡與成人學習需求關係的研究，大多指出年輕的學生較年長者具有成人學習取向，亦有少數的研究持相反的看法，認為年齡愈長，愈希望在學習的過程中參與學習方案的擬定。如：J.Ommen的研究結果顯示25歲以上的成人學習較20歲以下的學生更具理論傾向，亦較偏好傳統的學習環境，且期待教師扮演權威者的角色（Luehrig, 1984）。Clarke（1980）以美國都市中的成人學生為樣本，發現23歲以上的成人學生比17至19歲的傳統學生，更偏好傳統老師的角色。Grubbs（1982）和Van Allen（1982）的研究均指出年輕的學生較年長者具有「成人學習取向」。但Cross在1977年的研究卻指出，成人學生的偏好是具選擇性的，而非教師中心的學習方式，尤其是30歲的成人，故其希望參與教學方法與學習內容的擬定過程（Tracy & Schuttenberg, 1986）。Apps（1981）及Kerwin（1980）則認為年齡愈大經驗愈豐富，身心愈成熟，愈會積極介入教學計畫的進行，較傾向於「成人學習取向」。然而Davenport（1984）、Stickley-Taylor和Sasse（1990）及Christine（1990）的研究卻指出，年齡與學習偏好或學習取向並無相關。

由以上相關的研究，大體均指出年齡與成人學習的特性或取向有關。

### (三) 教育程度

有關教育程度與成人學習的研究，均指出教育程度愈高，愈喜好傳統的教學方式，學習的動機也愈強，反之，教育程度愈低，愈偏好依自己的方式來學習，其學習動機較為被動。如：Darkenwald和Merriam(1982)指出，年長且教育程度較低的成人較不喜歡傳統的講授法，不喜歡在正規的教育情境中學習，而教育程度較高及高社經地位者，偏好正規教育的講授法，對正規教育的情境感到舒適。Hiemstra 在1975年針對256位成人進行研究，發現教育程度愈高者，愈認為講述法是最有效的學習方式，而教育程度較低或有不愉快學習經驗者，較偏好依自己的方式來學習(Dugan,1985)。Cross 在1979之研究指出，過去正式教育的年限愈多，參與學習的動機愈強，亦即教育程度與教育興趣成正比。教育程度在高中學歷者，則多半偏好職業訓練的課程，教育程度較低者，學習的動機及自信亦較低(詹美娟，1994)。Boshier(1977)對加拿大242位參與成人教育課程的學習者進行調查，發現教育程度較低者傾向於外界的期望，其參與動機較偏向於職業進展的取向。

由上述的研究可得知，教育程度與成人學習方式的偏好有關，教育程度較高者學習動機較強、學習態度較積極，在教學偏好上，則或許由於對正規教育較熟悉，偏好以教師講授的方式來學習，而教育程度較低者，反而偏好按照自己的方式來學習。

### (四) 職業水準

Johnstone & Rivera(1965)在美國所做全國性成人教育參與的調查研究中發現，職業水準較低者參與教育活動之目的在於學習應付日常生活所必需的技術(適應生活)，職業水準較高者則在意生活閒暇時間的充實。黃富順(民74)發現職業水準與求知興趣及社會服務間具有正相關，

而與社交關係間具有顯著負相關，由上述研究可知，職業水準愈低者參與成人教育的動機取向，較傾向於逃避或刺激以及外界期望動機取向；職業水準較高者，較傾向於求知興趣以及社會服務動機取向。

由以上相關的研究，均指出個人背景變相與成人學習的特性或偏好有關，且綜觀可能影響成人學習的相關研究後，在個人的背景變項中，「性別」、「年齡」與「教育程度」、「職業水準」，已被多所討論，因此本研究擬將此四類變項納入研究架構，並加入符合碩士在職專班學生特性之個人背景變項，來進一步探討碩士在職專班學之生學習需求原則。

### 第三章 研究設計

根據研究動機與文獻探討部分，本章說明本研究的方法，提出觀念性架構與研究假設，並確立研究變數的操作型定義與衡量方式，最後說明問卷設計與所採用分析方法工具。

#### 3.1 研究架構

本研究著重應用招生行銷理論中的市場區隔概念，進行雲嘉南地區招收碩士在職專班學生之策略規劃。

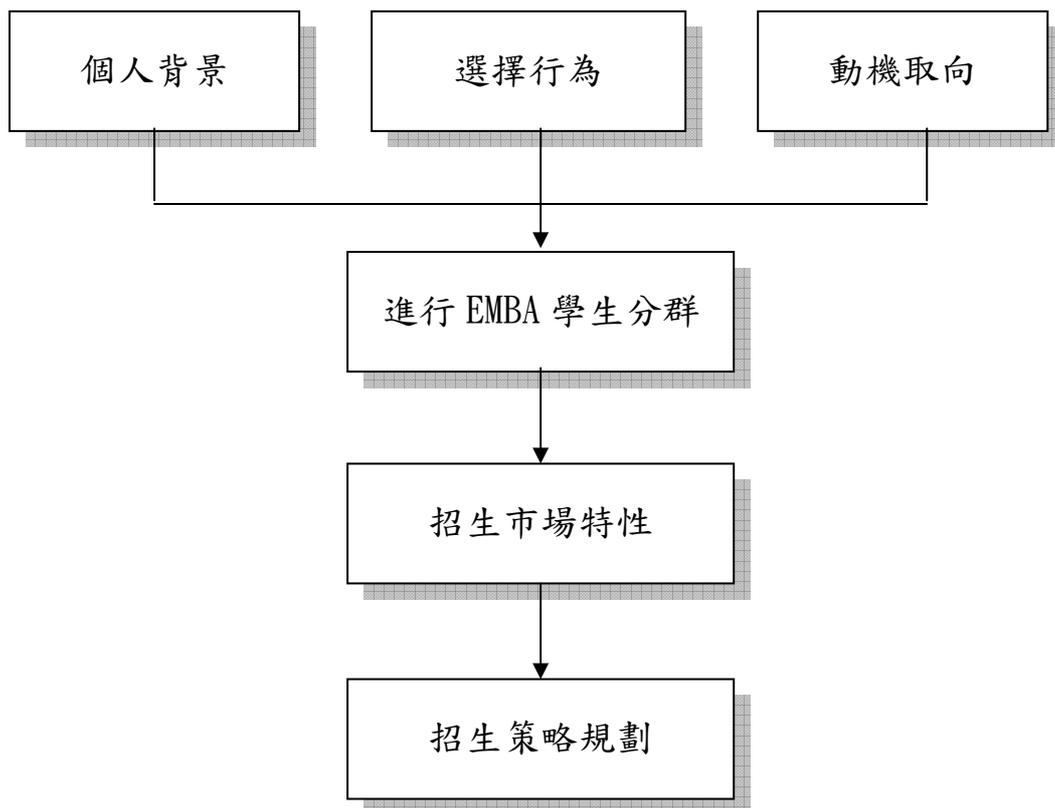


圖 3.1 觀念性研究架構

## 3.2 研究假設

本研究之分析基礎來自問卷回收後的資料量化與統計、現針對欲研究的主題提出以下假設。

假設一：就讀碩士在職專班會因個人背景變項而有顯著差異。

假設二：就讀南華大學碩士在職專班之學生與雲嘉南碩士在職專班學生之選擇行為有差異。

假設三：就讀南華大學碩士在職專班之學生與雲嘉南碩士在職專班之學生就讀動機有差異。

## 3.3 研究變項的操作性定義與衡量方法

本研究問卷設計包含三個部份，第一部分為「選擇行為」，第二部分為「動機取向」，第三部分「個人基本資料」。

### 3.3.1 選擇行為衡量構面

有關選擇行為之操作型定義依據相關文獻理論及實際碩士在職專班的產品面考量，編製碩士在職專班學生選校評估準則調查問卷初稿，將碩士在職專班學生選校評估準則包含「區域取向」、「聲望取向」、「教學取向」、「入學便利取向」、「文憑取向」等五向度衡量。

1. 區域取向：碩士在職專班學生對於區域選擇上的在意程度。
2. 聲望取向：碩士在職專班學生對於學校評鑑、知名度、外界之評價在意程度。
3. 教學取向：碩士在職專班學生對於教學品質、教師的教學風格，具備理論與實務的師資、擁有完整課程規劃、提供英文教學、整合教師資源、提供網路教學、定期舉辦學術研討會的在意程度。

4. 入學便利取向：碩士在職專班學生對於報考時工作資歷、入學測驗、文件審查、上課時間的合適性的在意程度。
5. 文憑取向：碩士在職專班學生對於文憑取得的容易性、求知與學習成就、社會文憑主義及社會大眾對高學歷看法的在意程度。

表 3.1 碩士在職專班學生選擇行為取向準則

構面	變項衡量	參考文獻
區域取向	．交通便利	Martin&Dixon(1991) 黃富順(1991) Webb(1996) Coccari(1995)
	．生活機能便利	
	．上課地點便利性	
	．選擇鄰近學校	
聲望取向	．學校的評鑑排名	Martin&Dixon(1991) 黃富順(1991) Webb(1996) Coccari(1995)
	．學校的知名度	
	．具有崇高學術聲望	
教學取向	．擁有良好教學品質	Martin&Dixon(1991) 黃富順(1991) Webb(1996) Coccari(1995)
	．教師的教學風格與型態	
	．具備理論與實務的師資	
	．擁有完整的課程規劃	
	．提供英文教學	
	．整合教師資源	
	．提供網路教學課程	
	．定期舉辦學術研討會	
入學便利取向	．工作資歷限制較少	
	．入學考試測驗較容易	
	．具學分班入學管道	
	．文件審查方便性	
	．上課時間合適性	
文憑取向	．文憑取得的容易	
	．求知與學習成就	
	．社會文憑主義的影響	
	．社會大眾對高學歷的看法	

資料來源：本研究整理

### 3.3.2 動機取向因素

參與動機量表，選取五大取向，包括「職業進展」、「自我發展」、「求知興趣」、「社交關係」、「求知興趣」。

1. 職業進展：進修是為求職務上的晉升、工作內容改變，而希望再接受教育、為了加薪、為職業轉換而準備、彌補過去學習中斷的遺憾、受到同事較高教育程度的刺激、提高學歷、取得文憑或資格之在意程度。
2. 自我發展：提升社會地位、提高專業形象、再次學習，從新認識自己自我超越與挑戰、使生活更豐富、從新體驗校園生活、作為子女或家人的榜樣之在意程度。
3. 社交關係：擴展社交圈、認識志同道合的夥伴、希望成為學校團體的一份子、享受與其他人一齊學習的樂趣之在意程度。
3. 求知興趣：滿足求知慾、基於活到老學到老的精神、增廣見聞以學習充實生活、課程的吸引力、補充過去所學之不足、想成為更有學識的人從學習中尋求成就感、取得第二專長之在意程度。

表 3.2 碩士在職專班學生就讀動機取向準則

構面	衡量變項	參考文獻
職業進展	．進修是為求職務上的晉升	Sheffield(1964) Burgess(1971) Houle(1979) 陳志樺(2002)
	．工作內容改變，而希望再接受教育	
	．為了加薪	
	．為職業轉換而準備	
	．彌補過去學習中斷的遺憾	
	．受到同事較高教育程度的刺激	
	．提高學歷、取得文憑或資格	
自我發展	．提升社會地位	Sheffield(1964) Burgess(1971) Houle(1979) 陳志樺(2002)
	．提高專業形象	
	．再次學習，從新認識自己	
	．自我超越與挑戰	
	．使生活更豐富	
	．從新體驗校園生活	
	．作為子女或家人的榜樣	

表 3.2 碩士在職專班學生學習動機取向準則（續）

構面	衡量變項	參考文獻
社交關係	．擴展社交圈	Sheffield(1964)
	．認識志同道合的夥伴	Burgess(1971)
	．希望成為學校團體的一份子	Houle(1979)
	．享受與其他人一齊學習的樂趣	陳志樺(2002)
求知興趣	．滿足求知慾	Sheffield(1964) Burgess(1971) Houle(1979) 陳志樺(2002)
	．基於活到老學到老的精神	
	．增廣見聞	
	．以學習充實生活	
	．課程的吸引力	
	．補充過去所學之不足	
	．想成為更有學識的人	
	．從學習中尋求成就感	
．取得第二專長		

資料來源：本研究整理

表 3.3 碩士在職專班學生個人基本資料表

項目	內容
性別	．男
	．女
年齡	．30 歲以下
	．31 歲-40 歲
	．41 歲-50 歲
	．51 歲-60 歲
	．60 歲以上
婚姻狀況	．已婚
	．未婚
居住地區	．北基宜
	．桃竹苗
	．中彰投
	．雲嘉南
	．高屏
	．花東
	．外島
與學校交通距離	．1 小時
	．2 小時
	．3 小時
	．4 小時
	．5 小時

表 3.3 碩士在職專班學生個人基本資料表（續）

項目	內容
最高學歷	. 專科
	. 二技/大學
	. 研究所
距離上次離校時間	. 10 年以下
	. 11~15 年
	. 16~20 年
	. 21~25 年
	. 25 年以上
職 位	. 基層職員（科/組長/課長）
	. 中階職員（襄理/副理/經理/局長）
	. 高階主管（協理/局處長以上）
服務年資	. 10 年以下
	. 11~15 年
	. 16~20 年
	. 21~25 年
	. 25 年以上
產 業 別	. 政府機關
	. 軍警
	. 教育/研究
	. 經商
	. 建築/營造
	. 金融/保險
	. 房地產
	. 資訊
	. 服務
	. 電信
	. 醫療
	. 法律相關行業
	. 交通/運輸/旅遊
	. 娛樂/出版
	. 傳撥/行銷
. 藝術	
. 其他	
工作屬性	. 業務
	. 行銷
	. 普通行政
	. 行政管理
	. 製造
	. 研發
	. 財務

資料來源：本研究整理

### 3.4 研究對象與資料收集

本論文因囿於時間與成本限制，故以南華大學及雲嘉南地區碩士在職專班學生(EMBA)為研究母群體，進行問卷調查。

#### 3.4.1 研究對象

問卷發放方式，以先了解當天學校之碩士在職專班學生人數，南華大學送至班級發放，雲嘉南地區為連絡各系所辦公室。

#### 3.4.2 前測

為瞭解問卷各題項之語詞用字是否適當且易於了解及各量表是否具備良好的信度，本研究以南華大學碩士在職專班學生為施測對象進行前測，共發出30份問卷，回收問卷27份，有效問卷26份；另透過實際的溝通討論，徵詢填答者的反應與建議，並與指導教授多次的討論與修正，以完成正式問卷。

表3.4 前測信度彙整表

量表	Cronbach's $\alpha$ 係數
選擇行為	.7311
就讀動機	.8573

資料來源:本研究整理

Cronbach (1951) 所提出的 $\alpha$ 信賴係數是目前行為研究最常使用之信度指標，Cronbach's  $\alpha > 0.7$  代表具有較高的信度， $0.35 < \alpha < 0.7$  代表中信度， $\alpha < 0.35$  則代表低信度，本研究前測之各量表信度皆高於0.7，顯示具有良好的信度，如表3.4 所示。

### 3.4.3 正式問卷

正式問卷以南華大學碩士在職專班學生為施測對象，發放問卷以普查方式，共發放問卷80份，因為了解南華大學及雲嘉南地區碩士在職專班學生的選擇行為及就讀動機之差異，故發放雲林科技大學45份、中正大學50份及南台大學之碩士在職專班40份問卷，問卷共發出220份，回收南華大學問卷76份，問卷回收率95%，剔除填答不完整等無效問卷4份，回收有效問卷共72份，有效回收率90%；雲嘉南地區共發出問卷135份，回收113份，問卷回收率83.7%，剔除填答不完整等無效問卷9份，回收有效問卷104份，有效回收率77%，抽樣及回收情形如表3.5所示。

表 3.5 問卷發放表

學校	發放份數	有效問卷	回收率
南華大學	80	72	90%
雲嘉南地區	135	104	77%

## 3.5 資料分析方法

### 1. 因素分析：

因素分析可用以精簡變項，簡化分析程序，故本研究先進行KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 分析及Bartlett 球型檢定，確認本研究資料的分配適合進行因素分析，再以主軸法中的主成份分析法 (principle component analysis) 抽取特徵值 (eigenvalue) 大於1的因素，並利用最大變異法 (varimax method) 進行直交轉軸 (orthogonal rotation)，萃取出適當之因素，以驗證各研究變項量表之建構效度。

## 2.信度分析：

利用項目分析求得問卷各研究變項量表之內部一致性係數 Cronbach's  $\alpha$ 值，以檢驗各研究變項量表之信度。

## 3. 描述性統計分析：

主要以描述性分析對個人基本資料進行分析，彙總求得整體樣本、個別樣本在本研究構面之平均數、標準差，瞭解各研究變項在不同個人特徵下的反應情形。

## 4.獨立樣本 T 檢定：

此法適於檢定兩組樣本平均數的差異程度。本研究用獨立樣本 T 檢定來檢驗性別、婚姻等個人特徵之二分變項，在各研究變項上是否有顯著的差異。

## 5.單因子變異數分析（One-way ANOVA）：

用來檢定樣本平均數在不同個人特徵等類別變數，在各研究變項上是否有顯著差異存在，並在達顯著水準時，進行 Scheffe 多重比較檢定每兩組間之差異情形。

## 6.集群分析：

係指根據相似性與相異性，將母群劃分為不同的集群。亦即客觀的相似者歸於同一集群內，使同一集群內舉有高度同質性，集群間具有異質性。

## 7.迴歸分析：

採用迴歸之方式，以了解選擇行為各集群與就讀動機各變項間之關聯性。

### 3.6 量表構面的信效度分析

#### 3.6.1 因素分析

本研究因素分析結果，南華大學選擇行為變項萃取得教學資源、教學品質、交通便利、入學便利、聲望評價、文憑主義、自我學習七個因素，累積解釋變異量71.664%；各因素之名稱、因素負荷量、特徵值、解釋變異量及信度係數，彙整如表3.6所示。

表 3.6 南華大學選擇行為因素分析彙整表

構面	變項衡量	因素負荷量						
		因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六	因素七
教學資源	14.能提供網路教學課程	0.795						
	13.能整合教師資源	0.789						
	15.會定期舉辦學術研討會	0.756						
	12.能提供英文教學	0.714						
教學品質	10.具備理論與實務的師資		0.820					
	8.擁有良好教學品質		0.807					
	9.教師的教學風格		0.783					
	11.擁有完整課程規劃		0.700					
交通便利	1.交通便利			0.834				
	3.上課地點便利			0.799				
	4.選擇鄰近學校			0.797				
	2.生活機能便利			0.736				
入學便利	17.入學考試測驗較容易			0.819				
	19.報考時文件審查的方便性			0.744				
	16.報考時工作資歷限制少			0.711				
	18.具學分班入學管道			0.647				
	21.文憑取得的容易			0.580				
聲望評價	6.學校的知名度					0.882		
	5.學校的評鑑排名					0.835		
	7.具有崇高學術聲望的學校					0.728		
文憑主義	23.社會文憑主義						0.866	
	24.社會大眾對高學歷的看法						0.862	
自我學習	20.上課時間的合適性							0.866
	22.求知與學習成就							0.702
特徵值		3.076	2.971	2.726	2.692	2.477	1.831	1.425
解釋變異量		12.817	12.381	11.357	11.218	10.322	7.630	5.939
累積解釋量		12.817	25.198	36.555	47.773	58.095	65.724	71.664
Cronbach's $\alpha$		0.8269	0.8733	0.8075	0.7663	0.8602	0.7537	0.5132

資料來源：本研究整理

就讀動機變項共萃取得社交關係、挑戰自我、職業考量、提昇地位、自我成長、肯定自我、第二專長、充實生活八個因素，累積解釋變異量 75.311%；各因素之名稱、因素負荷量、特徵值、解釋變異量及信度係數，彙整如表 3.7 所示。

表 3.7 南華大學就讀動機因素分析彙整表

構面	變項衡量	因素負荷量							
		因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六	因素七	因素八
社交關係	16.認識志同道合的夥伴	0.878							
	17.希望成為學校團體一份子	0.877							
	18.與其他人一起學習的樂趣	0.837							
	15.擴展社交圈	0.806							
	13.重新體驗校園生活	0.561							
	14.作為子女或家人的榜樣	0.426							
挑戰自我	10.再次學習從新認識自己		0.933						
	11.自我超越與挑戰		0.870						
	12.使生活更豐富		0.593						
職業考量	3.為了加薪			0.820					
	1.職務上的晉升			0.811					
	6.同事較高教育程度的刺激			0.677					
提昇地位	8.提昇社會地位				0.733				
	9.提高專業形象				0.688				
	7.提高學歷取得文憑或資格				0.676				
	5.學習中斷的遺憾				0.634				
自我成長	20.活到老學到老的精神					0.816			
	24.補充過去所學之不足					0.781			
	19.滿足求知慾					0.604			
肯定自我	26.從學習中尋求成就感						0.781		
	25.想成為更有學識的人						0.707		
第二專長	4.為職業轉換而準備							0.827	
	2.工作內容改變再接受教育							0.722	
	27.第二專長							0.674	
充實生活	21.增廣見聞								0.758
	22.以學習充實生活								0.723
	23.課程的吸引力								0.506
特徵值		5.977	3.334	2.808	2.373	1.757	1.642	1.299	1.145
解釋變異量		22.136	12.348	10.398	8.788	6.506	6.083	4.810	4.241
累積解釋量		22.136	34.484	44.883	53.671	60.177	66.259	71.069	75.311
Cronbach's $\alpha$		0.8589	0.8542	0.8014	0.7124	0.6789	0.7806	0.6678	0.6134

資料來源：本研究整理

雲嘉南地區選擇行為變項共萃取教學品質、入學便利、教學資源、交通便利、自我學習、聲望評價、文憑主義七個因素，累積解釋變異量 73.272%；各因素之名稱、因素負荷量、特徵值、解釋變異量及信度係數，彙整如表 3.8 所示。

表 3.8 雲嘉南地區選擇行為因素分析彙整表

構 面	變項衡量	因素負荷量						
		因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六	因素七
教學 品質	9.教師的教學風格	0.849						
	10.具備理論與實務的師資	0.817						
	11.擁有完整課程規劃	0.773						
	8.擁有良好教學品質	0.691						
入便 便利	17.入學考試測驗較容易		0.854					
	19.報考時文件審查的方便性		0.722					
	18.具學分班入學管道		0.698					
	21.文憑取得的容易		0.667					
	16.報考時工作資歷限制少		0.622					
教學 資源	12.能提供英文教學			0.796				
	15.會定期舉辦學術研討會			0.759				
	13.能整合教師資源			0.681				
	14.能提供網路教學課程			0.675				
交通 便利	4.選擇鄰近學校				0.802			
	3.上課地點便利				0.799			
	1.交通便利				0.740			
	2.生活機能便利				0.614			
自我 學習	20.上課時間的合適性					0.833		
	22.求知與學習成就					0.772		
聲望 評價	5.學校的評鑑排名						0.834	
	6.學校的知名度						0.652	
	7.具有崇高學術聲望的學校						0.602	
文憑 主義	23.社會文憑主義							0.874
	24.社會大眾對高學歷的看法							0.859
特徵值		6.645	3.431	1.950	1.848	1.439	1.165	1.108
解釋變異量		27.686	14.297	8.124	7.698	5.995	4.854	4.618
累積解釋量		27.686	41.983	50.107	57.805	63.800	68.654	73.272
Cronbach's $\alpha$		0.8733	0.7663	0.8269	0.8075	0.5132	0.8602	0.7537

資料來源：本研究整理

雲嘉南就讀動機變項共萃取得充實生活、擴展社交、提昇自我、社會主義、職業考量、自我遺憾、自我期待七個因素，累積解釋變異量 72.255%，各因素之名稱、因素負荷量、特徵值、解釋變異量及信度係數，彙整如表 3.9 所示。

表 3.9 雲嘉南地區就讀動機因素分析彙整表

構面	變項衡量	因素負荷量						
		因素一	因素二	因素三	因素四	因素五	因素六	因素七
充實生活	20.活到老學到老的精神	0.894						
	21.增廣見聞	0.846						
	22.以學習充實生活	0.825						
	19.滿足求知慾	0.652						
	18.與其他人一起學習的樂趣	0.609						
	10.再次學習從新認識自己	0.586						
擴展社交	16.認識志同道合的夥伴		0.803					
	17.希望成為學校團體一份子		0.788					
	15.擴展社交圈		0.641					
	13.重新體驗校園生活		0.541					
	23.課程的吸引力		0.540					
提昇自我	12.使生活更豐富			0.729				
	11.自我超越與挑戰			0.659				
	27.第二專長			0.640				
	26.從學習中尋求成就感			0.588				
	25.想成為更有學識的人			0.516				
社會主義	6.同事較高教育程度的刺激				0.833			
	7.提高學歷取得文憑或資格				0.770			
	8.提昇社會地位				0.630			
	9.提高專業形象				0.610			
職業考量	1.職務上的晉升					0.807		
	3.為了加薪					0.807		
	4.為職業轉換而準備					0.707		
自我學習	5.學習中斷的遺憾						0.804	
	24.補充過去所學之不足						0.748	
自我期待	2.工作內容改變再接受教育							0.685
	14.作為子女或家人的榜樣							0.611
特徵值		9.730	2.880	1.871	1.520	1.371	1.135	1.002
解釋變異量		36.038	10.666	6.928	5.631	5.079	4.203	3.710
累積解釋量		36.038	46.705	53.633	59.264	64.342	68.545	72.255
Cronbach's $\alpha$		0.6676	0.8223	0.6476	0.7266	0.5871	0.5432	0.5123

資料來源：本研究整理

### 3.6.2 信效度分析

本研究量表之信度方面，由表3.6至表3.9可得知，南華大學碩士在職專班選擇行為量表七個構面之Cronbach's  $\alpha$ 係數分別為0.8269、0.8733、0.8075、0.7663、0.8602、0.7537及0.5132；就讀動機量表八個構面為0.8589、0.8542、0.8014、0.7124、0.6789、0.7806、0.6678及0.6134；雲嘉南地區再選擇行為量表七個構面之Cronbach's  $\alpha$ 係數分別為0.8733、0.7663、0.8269、0.8075、0.5132、0.8602及0.7537；就讀動機量表七個構面0.6676、0.8223、0.6476、0.7266、0.5871、0.5432及0.5123，除了雲嘉地區就讀動機之構面高於0.5外，其餘各構面皆高於0.7，顯示各項目間具有良好的內部一致性。

在效度方面，本研究所採用之量表皆以相關研究文獻所發展之量表及研究理論、結果為基礎，針對本研究之特性及對象加以修訂，並經前測及徵詢受測對象之觀點意見後修正而來，應具有一定內容效度；再經由因素分析結果，確認量表各構面均具有一定的建構效度。

## 第四章 研究結果

本章共分成四節，分別為樣本結構與描述性統計分析、個人特徵變項與各構面之差異性分析、集群分析、迴歸分析、集群描述性統計分析及小結。

### 4.1 樣本結構與描述性統計分析

#### 1. 南華大學碩士在職專班樣本結構

針對回收問卷之樣本結構整理如表4.1 所示，並就其結果敘述如下：

1. 性別：回收樣本中女性比列為 29.2%，男性為 70.8%，男性顯高於女性。
2. 年齡：抽樣對象以 31~40 歲者最多，佔 59.7%，30 歲以下及 41~50 歲分別佔 18.1%及 30.6%，51~60 僅占 9.7%。
3. 婚姻：已婚者及未婚者各為 70.8%及 27.8%。
4. 居住地區：居住地區以雲嘉南地區最多，佔 80.6%，中彰投佔 11.1%，北基宜、高屏分別佔 4.2%及 2.8%，外島僅佔 1.4%。
5. 就讀訊息來源：就讀訊息以自己找尋為最多，佔 34.7%，其次是同事推薦佔 27.8%，親朋好友佔 20.8%，上司推薦、報章雜誌及網路各佔 4.2%、4.2%及 8.3%。
6. 與學校交通距離：與學校交通距離大部分均 1 小時可到達者佔 86.1%，2 小時佔 8.3%，3 小時、4 小時、5 小時各佔 1.4%、1.4%及 2.8%，顯示南華大學碩士在職專班學生與學校之交通距離大約以 1 小時左右即可到達。
7. 最適宜修課時間：最適合修課時間星期六、日者佔 91.7%，星期一至星

期五者佔8.3%，顯示南華大學碩士在職專班的學生最適合上課時間為週六日。

8. 已取得之最高學歷：已取得之學歷以二技/大學者為最高佔65.3%，專科佔31.9%，研究所僅佔2.8%。

9. 距離上次求學時間：上次求學時間十年以下者佔54.2%，其次是11~15年佔19.4%，16~20及21~25分別佔13.9%及8.3%，25年以上者僅佔4.2%。

10. 職位：所從事工作之職位以基層職員者為最多佔68.1%，中階職員佔26.4%，高階僅佔5.5%。

11. 服務年資：年資在10年以下者34.7%，而11~15年者佔27.8%，16~20年、21~25年及25年以上者各佔11.1%、12.5%及13.9%。

12. 產業別：產業別以教育/研究者佔26.4%，其次是軍警佔20.8%，政府機關佔15.3%。

13. 工作屬性：工作屬性以行政管理者為最多佔40.3%，其次為普通行政佔22.2%，業務佔15.3%。

表 4.1 南華大學碩士在職專班樣本基本資料次數分配表

樣本基本資料	類別	人數(n=72)	有效百分比(%)
性 別	男	51	70.8
	女	21	29.2
年 齡	30 歲以下	13	18.1
	31 歲-40 歲	30	41.7
	41 歲-50 歲	22	30.6
	51 歲-60 歲	7	9.7
婚姻狀況	已婚	52	72.2
	未婚	20	27.8
居住地區	北基宜	3	4.2
	中彰投	8	11.1
	雲嘉南	58	80.6
	高屏	2	2.8
	外島	1	1.4

表 4.1 南華大學碩士在職專班樣本基本資料次數分配表(續)

樣本基本資料	類別	人數(n=72)	有效百分比(%)
就讀訊息來源	同事推薦	20	27.8
	上司推薦	3	4.2
	親朋好友	15	20.8
	自己找尋	25	34.7
	報章雜誌	3	4.2
	網路	6	8.3
與學校交通距離	1 小時	62	86.1
	2 小時	6	8.3
	3 小時	1	1.4
	4 小時	1	1.4
	5 小時	2	2.8
最適宜修課時間	週一至週五晚間	6	8.3
	星期六、日	66	91.7
最高學歷	專科	23	31.9
	二技/大學	47	65.3
	研究所	2	2.8
距離上次離校時間	10 年以下	39	54.2
	11~15 年	14	19.4
	16~20 年	10	13.9
	21~25 年	6	8.3
	25 年以上	3	4.2
職 位	基層職員 (科/組長/課長)	49	68.1
	中階職員 (襄理/副理/經理/局長)	19	26.4
	高階主管 (協理/局處長以上)	4	5.5
服務年資	10 年以下	25	34.7
	11~15 年	20	27.8
	16~20 年	8	11.1
	21~25 年	9	12.5
	25 年以上	10	13.9
產 業 別	政府機關	11	15.3
	軍警	15	20.8
	教育/研究	19	26.4
	建築/營造	1	1.4
	金融/保險	3	4.2
	資訊	2	2.8
	服務	2	2.8
	電信	6	8.3
	醫療	7	9.7
	交通/運輸/旅遊	1	1.4
	其他	5	6.9
工作屬性	業務	11	15.3
	行銷	3	4.2
	普通行政	16	22.2
	行政管理	29	40.3
	製造	4	5.6
	研發	5	6.9
	財務	4	5.5

資料來源：本研究整理

## 2.雲嘉南碩士在職專班樣本結構

針對回收問卷之樣本結構整理如表4.2所示，並就其結果敘述如下：

1. 性別：回收樣本中女性比列為 29.8%，男性為 70.2%，男性顯高於女性。
2. 年齡：抽樣對象以 31~40 歲者最多，佔 52.9%，30 歲以下及 41~50 歲分別佔 5.8%及 30.8%，51~60 佔 7.7%，60 歲以上佔 2.9%。
3. 婚姻：已婚者及未婚者各為84.6%及15.4%。
4. 居住地區：居住地區以雲嘉南地區最多，佔57.7%，中彰投佔35.6%，北基宜、高屏分別佔2.9%及3.8%。
5. 就讀訊息來源：就讀訊息以自己找尋為最多，佔35.6%，其次是同事推薦佔24%，親朋好友佔22.1%，上司推薦、報章雜誌及網路各佔 4.8%、9.6%及3.8%。
6. 與學校交通距離：與學校交通距離大部分均1小時可到達者佔82.7%，2 小時佔14.4%，3小時及5小時各佔1.9%及1%，顯示雲嘉南碩士在職專班學生與學校之交通距離大約以1小時左右即可到達。
7. 最適宜修課時間：最適合修課時間星期六、日者佔89.4%，星期一至星期五者佔10.6%，顯示雲嘉南碩士在職專班的學生選擇最適合上課時間為週六日。
8. 已取得之最高學歷：已取得之學歷以二技/大學者為最高佔72.1%，專科佔23.1%，研究所僅佔4.8%。
9. 距離上次求學時間：上次求學時間十年以下者佔39.4%，其次是11~15 年佔31.7%，16~20及21~25分別佔18.3%及4.8%，25年以上者僅佔5.8%。
10. 職位：所從事工作之職位已中階職員佔最多為56.8%，基層職員者佔

26.9%，高階佔16.3%。

11.服務年資：年資在10年以下者38.5%，而11~15年者佔37.1%，16~20年、21~25年及25年以上者各佔14.4%、5.8%及9.6%。

12.產業別：產業別以其他產業為最高佔26.9%，金融保險者佔14.4%，醫療者佔10.6%。

13.工作屬性：工作屬性以行政管理為最多佔37.5%，其次為業務者佔19.2%，業務佔21.2%，行銷佔19.2%。

表 4.2 雲嘉南碩士在職專班樣本基本資料次數分配表

樣本基本資料	類別	人數(n=104)	有效百分比(%)
性 別	男	73	70.2
	女	31	29.8
年 齡	30 歲以下	6	5.8
	31 歲-40 歲	55	52.9
	41 歲-50 歲	32	30.8
	51 歲-60 歲	8	7.7
	60 歲以上	3	2.9
婚姻狀況	已婚	88	84.6
	未婚	16	15.4
居住地區	北基宜	3	2.9
	中彰投	37	35.6
	雲嘉南	60	57.7
	高屏	4	3.8
就讀訊息來源	同事推薦	25	24.0
	上司推薦	5	4.8
	親朋好友	23	22.1
	自己找尋	37	35.6
	報章雜誌	10	9.6
與學校交通距離	網路	4	3.8
	1 小時	86	82.7
	2 小時	15	14.4
	3 小時	2	1.9
最適宜修課時間	5 小時	1	1.0
	週一至週五晚間	11	10.6
最高學歷	星期六、日	91	89.4
	專科	23	31.9
	二技/大學	47	65.3
	研究所	2	2.8

資料來源：本研究整理

表 4.2 雲嘉南碩士在職專班樣本基本資料次數分配表（續）

樣本基本資料	類別	人數(n=72)	有效百分比(%)
距離上次離校時間	10 年以下	41	39.4
	11~15 年	33	31.7
	16~20 年	19	18.3
	21~25 年	5	4.8
	25 年以上	6	5.8
職 位	基層職員（科/組長/課長）	28	26.9
	中階職員（襄理/副理/經理/局長）	57	54.8
	高階主管（協理/局處長以上）	17	16.3
服務年資	10 年以下	40	38.5
	11~15 年	33	31.7
	16~20 年	15	14.4
	21~25 年	6	5.8
	25 年以上	10	9.6
產 業 別	政府機關	6	5.8
	軍警	4	3.8
	教育/研究	5	4.8
	經商	5	4.8
	建築/營造	3	2.9
	金融/保險	15	14.4
	資訊	6	5.8
	服務	10	9.6
	電信	2	1.9
	醫療	11	10.6
	交通/運輸/旅遊	4	3.8
	傳撥/行銷	4	3.8
	藝術	1	1.0
	其他	28	26.9
工作屬性	業務	22	21.2
	行銷	20	19.2
	普通行政	5	4.8
	行政管理	39	37.5
	製造	6	5.8
	研發	4	3.8
	財務	8	7.7

資料來源：本研究整理

#### 4.1.2 描述性統計分析

本節針對各研究變項之構面進行描述性統計分析，如：平均值、標準差、變異數等，以初步瞭解受測對象對於研究變項及各構面之認知程度，並列示如表4.3。

表 4.3 南華大學各構面描述性統計分析

變項	構面	平均值	標準差
選擇行為	教學品質	3.405	0.812
	教學資源	3.930	0.740
	交通便利	3.707	0.902
	入學便利	3.270	1.000
	聲望評價	3.436	0.873
	文憑主義	3.700	0.890
	自我學習	4.425	0.560
就讀動機	社交關係	3.440	1.018
	挑戰自我	4.210	0.730
	職業考量	3.300	3.260
	提升地位	3.882	0.845
	自我成長	4.170	0.703
	肯定自我	4.040	0.710
	第二專長	3.830	0.936
充實生活	4.050	0.616	

資料來源:本研究整理

各研究變項之平均值皆高於中間值，顯示整體而言，南華大學碩士在職專班學生對於選擇行為及就讀動機皆抱持較正面的觀感和認知。

表 4.4 雲嘉南各構面描述性統計分析

變項	構面	平均值	標準差
選擇行為	教學品質	3.405	0.812
	教學資源	3.930	0.740
	交通便利	3.707	0.902
	入學便利	3.270	1.000
	聲望評價	3.436	0.873
	文憑主義	3.700	0.890
	自我學習	4.425	0.560
就讀動機	社交關係	3.440	1.018
	挑戰自我	4.210	0.730
	職業考量	3.300	3.260
	提升地位	3.882	0.845
	自我成長	4.170	0.703
	肯定自我	4.040	0.710
	第二專長	3.830	0.936
充實生活	4.050	0.616	

資料來源:本研究整理

各研究變項之平均值皆高於中間值，顯示雲嘉南地區而碩士在職專班學生對於選擇行為及就讀動機也是抱持較正面的觀感和認知。

## 4.2 不同背景變項與各構面之差異性分析

本節依個人特徵變項類別組數之不同，以單因子變異數分析等統計方法進行分析，以瞭解各類別變項在本研究各構面與子構面間是否有顯著的差異情形，分別說明如下：

### 4.2.1 南華大學碩士在職專班單因子變異數分析

#### 1. 性別：

經進行T檢定分析結果得知，不同性別之南華大學碩士在職專班學生對於其各變項及其構面之知覺程度的差異皆未達顯著水準。如表4.5 所示：

表4.5性別與各研究變項之差異分析

研究變項	T值	P值
選擇行為	.009	.926
教學資源	.724	.957
教學品質	1.629	.369
交通便利	.868	.678
入學便利	-.569	.439
聲望評價	-1.667	.304
文憑主義	-.476	.487
自我學習	-.753	.396
就讀動機	.248	.827
社交關係	-.396	.349
挑戰自我	1.750	.440
職業考量	.678	.905
提升地位	.900	.599
自我成長	-1.656	.541
肯定自我	-.754	.320
第二專長	-.558	.268
充實生活	-.616	.598

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 2. 年齡

經進行單因子變異數分析結果得知，不同年齡之南華大學碩士在職專班學生對於其各變項及其構面之知覺程度的差異除文憑主義具有顯著差異外，其他皆未達顯著水準。如表4.6所示：

表4.6年齡與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	1.376	.258	
教學資源	1.194	.319	
教學品質	2.234	.092	
交通便利	.692	.560	
入學便利	2.046	.116	
聲望評價	2.103	.108	
文憑主義	2.879	.042*	2>4, 1>3, 3>4
自我學習	.829	.483	
就讀動機	.998	.399	
社交關係	2.169	.100	
挑戰自我	2.054	.114	
職業考量	1.114	.349	
提升地位	.687	.563	
自我成長	2.464	.070	
肯定自我	2.680	.054	
第二專長	.803	.496	
充實生活	.132	.941	

註：Scheffe 檢定中”1”表年齡在30歲以下(n=13)，”2”表31歲至40歲(n=30)，”3”表41歲至50歲(n=22)，”4”表51歲以上(n=7)；\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001  
資料來源：本研究整理

## 3. 婚姻：

經進行 T 檢定分析結果得知，已婚與未婚之南華碩士在職專班學生在各變項及其各構面的認知上均無顯著差異，如表 4.7 所示：

表4.7婚姻與各研究變項之差異分析

研究變項	T值	P值
選擇行為	.254	.776
教學資源	.122	.393
教學品質	-.536	.818
交通便利	2.171	.018
入學便利	-1.416	.354
聲望評價	-.308	.310
文憑主義	-2.162	.299
自我學習	.560	.015
就讀動機	.127	.881
社交關係	-1.615	.320
挑戰自我	-.522	.978
職業考量	.135	.437
提升地位	2.037	.032
自我成長	-0.331	.302
肯定自我	-2.122	.586
第二專長	.498	.027
充實生活	.691	.065

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001。

資料來源：本研究整理

#### 4.居住地區

經進行單因子變異數分析結果得知，居住地區在各變項及其構面的認知上，除交通便利、入學便利、社交關係、挑戰自我、提升地位具有顯著差異外，其他均無顯著性差異，由表4.8得知居住地區以雲嘉南及中彰投之學生對於其變項及構面有較高的認知程度。

表4.8居住地區與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	1.604	.183	
教學資源	.988	.420	
教學品質	2.620	.042	
交通便利	7.302	.000***	3>1, 4>1
入學便利	3.060	.022*	4>5, 3>5, 4>3
聲望評價	1.444	.229	
文憑主義	.909	.464	
自我學習	1.400	.244	
就讀動機	1.469	.222	
社交關係	2.843	.031*	4>5, 4>3, 3>5
挑戰自我	2.524	.049	4>5>3
職業考量	1.001	.414	
提升地位	7.559	.000***	4>1, 3>1
自我成長	1.552	.197	
肯定自我	1.194	.321	
第二專長	1.372	.253	
充實生活	.331	.856	

註：Scheffe 檢定中“1”表居住地區在北基宜 (n=3)，“2”中彰投(n=8)，“3”表雲嘉南 (n=58)，“4”表高屏 (n=2)，“5”表外島(n=1)；\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001  
資料來源：本研究整理

## 5.就讀訊息來源

經進行單因子變異數分析結果得知，就讀訊息來源在南華碩士在職專班學生在各變項及其各構面的認知上均無顯著差異，如表4.9所示：

表4.9 就讀訊息來源與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值
選擇行為	1.046	.398
教學資源	.333	.891
教學品質	.278	.924
交通便利	1.255	.239
入學便利	.919	.475
聲望評價	1.694	.148
文憑主義	.616	.688
自我學習	.237	.945
就讀動機	.860	.513
社交關係	.712	.617
挑戰自我	.279	.923
職業考量	.351	.880
提升地位	1.254	.294
自我成長	2.030	.086
肯定自我	.683	.638
第二專長	.210	.957
充實生活	1.305	.273

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001  
資料來源：本研究整理

## 6.與學校交通距離

經進行單因子變異數分析結果得知，與學校交通距離在各變項及其構面的認知上，除交通便利、入學便利、文憑主義、社交關係及肯定自我具有顯著差異外，其他均無顯著性差異，由表4.10得知與學校交通距離時間越長者在選擇行為上以入學便利、文憑取向有較高的認知程度，而就讀動機上又以社交關係、肯定自我之構面有較高的認知程度，這顯示學校能夠方便入學又能有其社交關係及肯定自我對於與學校交通距離較遠之碩士在職專班學生有強烈之吸引力。

表4.10與學校交通距離各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	1.105	.361	
教學資源	.528	.715	
教學品質	.572	.684	
交通便利	3.560	.011*	2>1
入學便利	2.927	.027*	3>2>1
聲望評價	.252	.907	
文憑主義	4.644	.002**	3>2
自我學習	.965	.432	
就讀動機	.664	.619	
社交關係	2.797	.033*	3>1>
挑戰自我	.474	.755	
職業考量	.536	.710	
提升地位	3.394	.014	
自我成長	.232	.919	
肯定自我	4.585	.002**	3>2
第二專長	1.243	.301	
充實生活	.319	.864	

註：Scheffe 檢定中”1”表與學校交通距離在1小時（n=62），”2”2小時n=6，”3”表3小時（n=4）；\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 7.最適宜修課時間

經進行單因子變異數分析結果得知，最適宜修課時間在南華碩士在職專班學生各變項及其各構面的認知上均無顯著差異，如表4.11所示：

表4.11最適宜修課時間各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值
選擇行為	.045	.832
教學資源	.174	.678
教學品質	2.320	.132
交通便利	2.719	.104
入學便利	1.050	.309
聲望評價	.028	.869
文憑主義	.003	.959
自我學習	.286	.594
就讀動機	.048	.828
社交關係	1.301	.258
挑戰自我	2.611	.111
職業考量	.111	.740
提升地位	2.056	.156
自我成長	.003	.959
肯定自我	.019	.892
第二專長	.403	.528
充實生活	.034	.855

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 8.以取得之最高學歷

經進行單因子變異數分析結果得知，已取得之最高學歷在南華碩士在職專班學生各變項及其各構面的認知上均無顯著差異，如表 4.12 所示：

表4.12以取得之最高學歷與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值
選擇行為	.476	.624
教學資源	.069	.933
教學品質	.458	.635
交通便利	.307	.737
入學便利	.018	.982
聲望評價	.145	.866
文憑主義	1.173	.316
自我學習	.612	.545
就讀動機	.230	.795
社交關係	.004	.996
挑戰自我	.482	.620
職業考量	.062	.940
提升地位	.309	.735
自我成長	.151	.860
肯定自我	1.183	.312
第二專長	.642	.530
充實生活	.211	.810

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 9.距離上次求學時間

經進行單因子變異數分析結果得知，距離上次求學時間在各變項及其構面的認知上，除入學便利、社交關係具有顯著差異外，其他均無顯著性差異，由表4.13得知離校時間以16~20年者對於其學校選擇行為上以入學便利構面有較高的認知程度，在就讀動機上也以社交關係有高的認知程度。

表4.13距離上次求學時間與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	1.260	.294	
教學資源	.437	.782	
教學品質	.633	.640	
交通便利	.247	.911	
入學便利	2.966	.026*	3>5>4>1>2
聲望評價	1.294	.281	
文憑主義	1.069	.379	
自我學習	.685	.605	
就讀動機	.882	.479	
社交關係	3.283	.016*	3>5>4>2>1
挑戰自我	.784	.539	
職業考量	.381	.822	
提升地位	.323	.861	
自我成長	1.194	.322	
肯定自我	1.109	.360	
第二專長	.488	.744	
充實生活	.746	.564	

註：Scheffe 檢定中”1”表距離上次求學時間在10年以下（n=39），”2”11~15年（n=14），

”3”表16~20年（n=10），”4”表21~25年（n=6），”5”表25年以上（n=3）；

\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 10.職位

經進行單因子變異數分析結果得知，職位在各變項及其構面的認知上，除入學便利、社交關係具有顯著差異外，其他均無顯著性差異，由表 4.14 知職務以高階主管對於其學校選擇行為上以入學便利構面有較高的認知程度，在就讀動機上也以社交關係有高的認知程度。

表4.14 職位與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	.880	.419	
教學資源	1.721	.187	
教學品質	.186	.831	
交通便利	2.675	.076	
入學便利	4.384	.016*	3>2>1
聲望評價	.340	.713	
文憑主義	.932	.399	
自我學習	.587	.559	
就讀動機	.833	.439	
社交關係	4.005	.023*	3>2>1
挑戰自我	.161	.852	
職業考量	1.649	.200	
提升地位	2.294	.109	
自我成長	.520	.597	
肯定自我	1.134	.328	
第二專長	.341	.712	
充實生活	.369	.692	

註：Scheffe 檢定中”1”表職務為基層職員（n=49），”2”表中階職員(n=19)，”3”表高階主管(n=4) \*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 11.服務年資

經進行單因子變異數分析結果得知，服務年資在南華碩士在職專班學生各變項及其各構面的認知上均無顯著差異，如表 4.15 所示：

表4.15 服務年資與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值
選擇行為	1.106	.361
教學資源	1.556	.196
教學品質	.524	.719
交通便利	.241	.914
入學便利	.900	.469
聲望評價	.177	.949
文憑主義	1.696	.161
自我學習	.261	.902
就讀動機	1.079	.374
社交關係	1.074	.377
挑戰自我	.610	.657
職業考量	1.531	.203
提升地位	.197	.939
自我成長	.233	.919
肯定自我	2.062	.096
第二專長	.333	.855
充實生活	.619	.651

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 12. 產業別

經進行單因子變異數分析結果得知，產業別在各變項及其構面的認知上，除交通便利及提升地位具有顯著差異外，其他均無顯著性差異，由表 4.16 得知產業別以服務業與教育/研究業對於其學校選擇行為上對交通便利構面有較高的認知程度，在就讀動機上也以提升地位有較高的認知程度。

表4.16 產業別與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	.787	.616	
教學資源	1.703	.115	
教學品質	.543	.940	
交通便利	3.269	.004**	9>3
入學便利	.812	.594	
聲望評價	1.780	.098	
文憑主義	.520	.837	
自我學習	1.605	.141	
就讀動機	.534	.827	
社交關係	.621	.757	
挑戰自我	.410	.911	
職業考量	1.652	.128	
提升地位	3.111	.005**	9>3
自我成長	2.000	.061	
肯定自我	.443	.891	
第二專長	1.828	.088	
充實生活	.306	.961	

註：Scheffe檢定中”1”表政府機關(n=11)，”2”表軍警(n=15)，”3”表教育/研究(n=19)，”5”表建築/營造(n=1)，”6”表金融/保險(n=3)，”8”表資訊(n=2)，”9”表服務(n=2)，”10”表電信(n=6)，”11”表醫療(n=7)，”13”表交通/運輸/旅遊(n=1)，”17”表其他(n=5)；\*\*表P<0.05，\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

### 13.工作屬性

經進行單因子變異數分析結果得知，工作屬性在各變項及其構面的認知上，除社交關係具有顯著差異外，其他均無顯著性差異，由表 4.17 得知工作屬性以研發與普通行政對於其就讀動機行為上以社交關係構面有較高的認知程度。

表4.17 工作屬性與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	1.956	.075	
教學資源	.891	.519	
教學品質	.628	.731	
交通便利	1.018	.427	
入學便利	1.963	.074	
聲望評價	.883	.525	
文憑主義	.660	.705	
自我學習	.715	.659	
就讀動機	2.054	.062	
社交關係	2.210	.045*	6>3
挑戰自我	.544	.798	
職業考量	.819	.575	
提升地位	.808	.584	
自我成長	.854	.547	
肯定自我	1.066	.395	
第二專長	.873	.533	
充實生活	1.184	.324	

註：Scheffe檢定中”1”表工作屬性為業務(n=11)，”2”表行銷(n=3)，”3”表普通行政(16)，

”4”行政管理(n=29)，”5”表製造(n=4)，”6”表研發(n=5)，”7”財務(n=4)；

\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

#### 4.2.2 雲嘉南地區碩士在職專班單因子變異數分析

##### 1.性別

經進行T檢定分析結果得知，不同性別之雲嘉南地區碩士在職專班學生對於其各變項及其構面之知覺程度除在選擇行為之教學品質有差異外，其他皆未達顯著水準。如表4.18 所示：

表4.18性別與各研究變項之差異分析

研究變項	T值	P值	Scheffe
選擇行為	.009	.926	
教學品質	.552	.030*	2>1
入學便利	.408	.618	
教學資源	-1.218	.356	
交通便利	.200	.983	
自我學習	.135	.399	
聲望評價	.277	.630	
文憑主義	1.506	.929	
就讀動機	.048	.827	
充實生活	-.858	.486	
擴展社交	-.002	.407	
提升自我	-2.243	.726	
社會主義	1.872	.063	
職業考量	.014	.772	
自我遺憾	.484	.089	
自我期待	-.178	.705	

註：”1”代表男(n=73)，”2”代表女(n=31)；\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

##### 2.年齡

經進行單因子變異數分析結果得知，不同年齡之雲嘉南地區碩士在職專班學生對於其各變項及其構面之知覺程度除在就讀動機之擴展社交及自我期待有顯著差異外，其他皆未達顯著水準，由表 4.19 得知 31~40 歲對於參與學習有較高的認知程度；51~60 歲對於再受教育也有較高的認知程度。

表4.19年齡與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	1.376	.258	
教學品質	.762	.552	
入學便利	.510	.728	
教學資源	.034	.998	
交通便利	.789	.535	
自我學習	.493	.741	
聲望評價	1.872	.121	
文憑主義	1.738	.148	
就讀動機	.998	.399	
充實生活	1.462	.220	
擴展社交	2.524	.046*	2>4>1>5>3
提升自我	.148	.963	
社會主義	1.833	.129	
職業考量	.856	.493	
自我遺憾	.313	.869	
自我期待	3.003	.022*	4>2>1>5>4

註：Scheffe 檢定中”1”表年齡在30歲以下(n=6)，”2”表31歲至40歲(n=55)，”3”表41歲至50歲(n=32)，”4”表51歲至60歲(n=8)，”5”表60歲以上(n=3)；

\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

### 3.婚姻

經進行 T 檢定分析結果得知，已婚與未婚之雲嘉南地區碩士在職專班學生在各變項及其各構面的認知上除就讀動機之社會主義及自我遺憾有顯著差異外，其餘均無顯著差異，如表 4.20 得知已婚對於社會主義及自我遺憾上的認知程度較未婚為高。

表4.20 婚姻與各研究變項之差異分析

研究變項	T值	P值	Scheffe
選擇行為	.254	.776	
教學品質	-.210	.441	
入學便利	-.263	.410	
教學資源	-.417	.292	
交通便利	2.390	.736	
自我學習	-.559	.565	
聲望評價	-.209	.645	
文憑主義	1.169	.563	
就讀動機	.127	.881	
充實生活	-1.558	.230	
擴展社交	-.093	.803	
提升自我	-1.881	.066	
社會主義	1.477	.001	1>2
職業考量	-.386	.539	
自我遺憾	-.621	.015	1>2
自我期待	.835	.330	

註：Scheffe 檢定中”1”表已婚 (n=88)，”2”未婚(n=16)；\*P表<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

#### 4. 居住地區

經進行單因子變異數分析結果得知，居住地區對雲嘉南地區碩士在職專班學生在各變項及其各構面的認知上除選擇行為之入學便利、交通便利、聲望評價及就讀動機之自我遺憾有顯著差異外，其餘均無顯著差異，如表 4.21 得知居住於高屏地區及北基宜地區之學生對於入學便利上的認知程度較其他地區為高；交通便利以雲嘉南地區學生認知程度較高；聲望評價上以中彰投地區學生認知程度較高；自我遺憾上以北基宜地區學生認知程度較高。

表4.21居住地區與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	1.604	.183	
教學品質	1.109	.349	
入學便利	3.766	.013**	5>1
教學資源	1.425	.240	
交通便利	4.412	.006**	4>3
自我學習	1.377	.254	
聲望評價	3.225	.026*	3>5
文憑主義	1.202	.313	
就讀動機	1.469	.222	
充實生活	.706	.551	
擴展社交	1.903	.134	
提升自我	.549	.650	
社會主義	1.235	.301	
職業考量	.902	.443	
自我遺憾	2.892	.039*	1>4
自我期待	.748	.526	

註：Scheffe 檢定中”1”表居住地區在北基宜(n=3)，”2”中彰投(n=37)，”3”表雲嘉南(n=60)，”4”表高屏(n=4)；\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 5.就讀訊息來源

經進行單因子變異數分析結果得知，就讀訊息來源對雲嘉南地區碩士在職專班學生在各變項及其各構面的認知上除選擇行為之交通便利及就讀動機之自我遺憾有顯著差異外，其餘均無顯著差異，如表 4.22 得知選擇行為以報章雜誌有較高的認知程度，就讀動機上以網路、親朋好友及上司推薦有較高的認知程度。

表4.22就讀訊息來源地區與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	1.046	.398	
教學品質	.801	.551	
入學便利	1.814	.117	
教學資源	1.444	.215	
交通便利	2.883	.018**	5>1>3
自我學習	.503	.774	
聲望評價	.790	.560	
文憑主義	1.537	.185	
就讀動機	.860	.513	
充實生活	.938	.460	
擴展社交	1.466	.208	
提升自我	.773	.572	
社會主義	.368	.869	
職業考量	.538	.747	
自我遺憾	2.430	.040*	6>1, 3>1, 2>1>3
自我期待	.519	.761	

註：Scheffe 檢定中”1”表同事推薦(n=25)，”2”表上司推薦(n=5)，”3”表親朋好友(n=23)，”4”表自己找尋(n=37)，”5”表報章雜誌(n=10)，”6”表網路(n=4)；

P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 6.與學校交通距離

經進行單因子變異數分析結果得知，與學校交通距離對雲嘉南地區碩士在職專班學生在各變項及其各構面的認知上除選擇行為之交通便利、自我學習及就讀動機之充實生活有顯著差異外，其餘均無顯著差異，如表 4.23 得知選擇行為之交通便利以交通距離為 1 小時者有較高的認知程度，自我學習上也以交通距離為 1 小時者有較高的認知程度；就讀動機之充實生活也以 1 小時有較高的認知程度。

表4.23與學校交通距離地區與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	1.105	.361	
教學品質	1.061	.369	
入學便利	.251	.861	
教學資源	.758	.520	
交通便利	3.594	.016*	1>2, 2>3
自我學習	4.901	.003**	1>2, 2>3, 5.3
聲望評價	1.343	.265	
文憑主義	1.248	.296	
就讀動機	.664	.619	
充實生活	8.204	.000***	1>3, 2>3, 5>3
擴展社交	1.200	.314	
提升自我	2.096	.106	
社會主義	.537	.658	
職業考量	.959	.415	
自我遺憾	.713	.547	
自我期待	1.752	.161	

註：Scheffe 檢定中”1”表與學校交通距離在1小時(n=86),”2”2小時n=15),”3”表3小時(n=2),”5”表5小時(n=1); \*表P<0.05, \*\*表P<0.01, \*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 7. 最適宜修課時間

經進行單因子變異數分析結果得知，最適宜修課時間對雲嘉南地區碩士在職專班學生在各變項及其各構面的認知上除就讀動機之社會主義、自我遺憾有顯著差異外，其餘均無顯著差異，如表 4.24 得知就讀動機之社會主義以星期六日的上課時間有較高的認知程度，自我遺憾也以星期六日的上課時間有較高的認知程度。

表4.24最適宜修課時間與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	.045	.832	
教學品質	2.182	.118	
入學便利	.861	.426	
教學資源	.063	.939	
交通便利	.963	.385	
自我學習	.226	.798	
聲望評價	.406	.668	
文憑主義	2.182	.118	
就讀動機	.048	.828	
充實生活	1.530	.222	
擴展社交	.807	.449	
提升自我	.374	.689	
社會主義	.420	.018**	2>1
職業考量	.957	.388	
自我遺憾	6.172	.003**	2>1
自我期待	.515	.599	

註：Scheffe 檢定中”1”表星期一至星期五 (n=11)，”2”表星期日(n=91)；

P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 8.已取得之最高學歷

經進行單因子變異數分析結果得知，已取得之最高學歷對雲嘉南地區碩士在職專班學生在各變項及其各構面的認知上除就讀動機之自我遺憾有顯著差異外，其餘均無顯著差異，如表 4.25 得知就讀動機之自我遺憾以專科學歷有較高的認知程度。

表4.25已取得之最高學歷與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	.476	.624	
教學品質	1.235	.295	
入學便利	.953	.389	
教學資源	.178	.837	
交通便利	.327	.722	
自我學習	1.885	.157	
聲望評價	2.817	.064	
文憑主義	.341	.712	
就讀動機	.230	.795	
充實生活	.446	.641	
擴展社交	.328	.721	
提升自我	2.615	.078	
社會主義	.147	.864	
職業考量	.727	.486	
自我遺憾	4.043	.020*	1>2, 1>3
自我期待	.129	.879	

註：Scheffe 檢定中”1”表專科 (n=23)，”2”表二技/大學(n=47)，”3”表研究所(n=2)；

P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 9.距離上次求學時間

經進行單因子變異數分析結果得知，距離上次求學時間在雲嘉南地區碩士在職專班學生各變項及其各構面的認知上均無顯著差異，如表4.26所示：

表4.26距離上次求學時間與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值
選擇行為	1.260	.294
教學品質	.959	.434
入學便利	.670	.614
教學資源	2.063	.091
交通便利	.929	.451
自我學習	.735	.570
聲望評價	.593	.668
文憑主義	.539	.707
就讀動機	.882	.479
充實生活	.427	.789
擴展社交	1.513	.204
提升自我	.569	.686
社會主義	.479	.751
職業考量	1.357	.255
自我遺憾	.074	.990
自我期待	1.076	.373

註：Scheffe 檢定中”1”表距離上次求學時間在10年以下（n=41），”2”11~15年(n=33)，”3”表16~20年（n=19），”4”表21~25年（n=5），”5”表25年以上(n=6)；

\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 10.職位

經進行單因子變異數分析結果得知，職位對雲嘉南地區碩士在職專班學生在各變項及其各構面的認知上除就讀動機之擴展社交、自我期待有顯著差異外，其餘均無顯著差異，如表 4.27 得知在擴展社交上中階職員有較高程度的認知；而自我期待上以高階主管有較高程度的認知。

表4.27職位與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	.880	.419	
教學品質	.306	.821	
入學便利	1.162	.328	
教學資源	1.818	.149	
交通便利	1.237	.300	
自我學習	.561	.642	
聲望評價	.284	.837	
文憑主義	.458	.712	
就讀動機	.833	.439	
充實生活	.216	.885	
擴展社交	2.863	.041*	2>1, 2>3, 3>1
提升自我	.343	.794	
社會主義	.772	.513	
職業考量	.207	.892	
自我遺憾	1.091	.357	
自我期待	2.797	.044*	3>1, 3>2

註：Scheffe 檢定中”1”表職務為基層職員 (n=28)，”2”表中階職員(n=57)，

”3”表高階主管(n=17) \*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 11.服務年資

經進行單因子變異數分析結果得知，服務年資對雲嘉南地區碩士在職專班學生在各變項及其各構面的認知上除擴展社交及自我期待有顯著差異外，其餘均無顯著差異，如表 4.28 得知在擴展社交及自我期待上均以年資較長者有較高程度的認知。

表4.28服務年資與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值	Scheffe
選擇行為	1.106	.361	
教學品質	1.320	.268	
入學便利	.749	.561	
教學資源	.463	.762	
交通便利	1.829	.129	
自我學習	.347	.845	
聲望評價	1.333	.263	
文憑主義	1.346	.258	
就讀動機	1.079	.374	
充實生活	.698	.595	
擴展社交	2.682	.036 <sup>*</sup>	4>2
提升自我	.388	.817	
社會主義	.893	.471	
職業考量	1.411	.236	
自我遺憾	.906	.463	
自我期待	2.845	.028 <sup>*</sup>	5>4>3>2>1

註：Scheffe 檢定中”1”表年資10年以下(n=40),”2”表11~15年(n=33),”3”表16~20年(n=15),

”4”表21~25年(n=6),”5”表25年以上(n=10); P<0.05, \*\*表P<0.01, \*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

## 12.產業別

經進行單因子變異數分析結果得知，服務年資在南華碩士在職專班學生各變項及其各構面的認知上均無顯著差異，如表 4.29 所示：

表4.29產業別與各研究變項之差分析

研究變項	F值	P值
選擇行為	.787	.616
教學品質	.733	.726
入學便利	.592	.855
教學資源	1.603	.099
交通便利	1.480	.141
自我學習	1.259	.253
聲望評價	2.463	.067
文憑主義	1.093	.375
就讀動機	.534	.827
充實生活	.741	.719
擴展社交	.462	.940
提升自我	1.049	.413
社會主義	.865	.592
職業考量	.801	.657
自我遺憾	1.228	.273
自我期待	1.349	.201

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

### 13.工作屬性

經進行單因子變異數分析結果得知，不同工作屬性之雲嘉南地區碩士在職專班學生對於其各變項及其構面之知覺程度的差異均無顯著差異，如表 4.30 所示：

表4.30工作屬性與各研究變項之差異分析

研究變項	F值	P值
選擇行為	1.956	.075
教學品質	.613	.720
入學便利	.725	.630
教學資源	2.180	.051
交通便利	1.350	.243
自我學習	1.277	.275
聲望評價	1.182	.322
文憑主義	1.487	.191
就讀動機	2.054	.062
充實生活	.693	.656
擴展社交	.594	.734
提升自我	1.261	.282
社會主義	.608	.724
職業考量	2.046	.067
自我遺憾	.804	.570
自我期待	.548	.770

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

### 4.3 集群分析

本節將根據先前萃取出因素，把碩士在職專班學生選擇行為區分為不同的集群。採用二階段集群法，先以層級集群分析法中的華德法決定集群數目，再依集群數目採用非層次集群法的K平均數法，將樣本分成不同之集群。並分別對有南華大學碩士在職專班與雲嘉南地區碩士在職專班兩組樣本進行探討。

### 4.3.1 南華大學碩士在職專班選擇行為之集群分析

為進一步了解南華大學碩士在職專班學生對於選擇行為之 7 各共同因素是否有不同之取向，因此對選擇行為此 7 各因素之得分進行集群分析，分群基礎是以歐幾里得距離經華德法將相似的樣本歸為一群，以檢驗是否能找出數各擁有相似選擇行為之同質群組，決定集群數之後，接著以 K 平均數法進行分群，共分成四群，並以 ONEWAY ANOVA 分析每群之因素平均數差異以進行命名。

表 4.31 南華大學碩士在職專班學生各群組對選擇行為因素之多變量變異數分析

因素	F 值	P 值
教學品質	13.510	.000***
教學資源	9.014	.000***
交通便利	17.088	.000***
入學便利	4.299	.008**
聲望評價	1.913	.013
文憑主義	9.186	.000***
自我學習	4.223	.008**

註：\*表 $P < 0.05$ ，\*\*表 $P < 0.01$ ，\*\*\*表 $P < 0.001$

表 4.32 南華大學碩士在職專班學生各群組選擇行為因素之變異數分析

因素名稱	各群組在各因素上之平均分數				F 值	P 值
	集群一	集群二	集群三	集群四		
教學品質	-0.248	0.444	0.610	-0.815	13.510	.000 <sup>***</sup>
教學資源	-0.949	0.175	0.276	0.347	9.014	.000 <sup>***</sup>
交通便利	0.306	-2.368	0.125	0.143	17.088	.000 <sup>***</sup>
入學便利	0.136	-1.025	0.329	-0.353	4.299	.008 <sup>**</sup>
聲望評價	-0.485	-0.067	0.158	0.192	1.913	.013
文憑主義	0.552	0.540	0.139	-0.813	9.186	.000 <sup>***</sup>
自我學習	0.463	-0.158	-0.433	0.295	4.223	.008 <sup>**</sup>
樣本數	17	5	30	20		
集群命名	文憑主義	教學品質	入學便利	教學資源		

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

#### 1. 集群一文憑主義群：

此一集群共有17 個樣本數，佔總樣本數23.6%之多，是四個群組中人數第三多的群體。由表4.32觀察得知，此一集群之受測者在選擇行為方面，與其他各群組相比，其對於文憑主義及自我學習有較高的偏好程度。

#### 2. 集群二教學品質群：

此一集群共有5 個樣本數，佔總樣本數3.9%之多，是四個群組中人數最少的群體。由表4.32觀察得知，此一集群之受測者在選擇行為方面，與其他各群組相比，其對於文憑主義及教學品質有較高的偏好程度。

#### 3. 集群三入學便利群：

此一集群共有30 個樣本數，佔總樣本數41.6%之多，是四個群組中人數最多的群體。由表4.32觀察得知，此一集群之受測者在選擇行為方面，與其他各群組相比，其對於入學便利有較高的偏好程度。

#### 4. 集群四教學資源群：

此一集群共有20個樣本數，佔總樣本數27.76%之多，是四個群組中人數第二多的群體。由表4.32觀察得知，此一集群之受測者在選擇行為方面，與其他各群組相比，其對於教學資源及自我學習有較高的偏好程度。

表 4.33 南華大學碩士在職專班學生各群組對選擇行為因素之 Scheffe 事後比較

選擇因素	Scheffe 事後比較結果
教學品質	群組三>群組一 <sup>*</sup> ，群組三>群組二，群組三>群組四 <sup>***</sup> 集群二>集群一，集群二>集群四 <sup>*</sup> ，集群一>集群四
教學資源	群組四>群組一 <sup>***</sup> ，群組四>群組二，群組四>群組三 集群三>集群一 <sup>***</sup> ，集群三>集群二
交通便利	群組一>群組二 <sup>***</sup> ，群組一>群組三，群組一>群組四 集群三>集群二 <sup>***</sup> ，集群四>集群二 <sup>***</sup>
入學便利	群組三>群組一，群組三>群組二 <sup>*</sup> ，群組三>群組四 集群四>集群二，集群一>集群二，集群一>集群四
聲望評價	群組四>群組一，群組四>群組二，群組四>群組三 集群三>集群一，集群二>集群一
文憑主義	群組一>群組二，群組一>群組三 <sup>*</sup> ，群組一>群組四 集群四>集群二 <sup>*</sup> ，集群四>集群三，集群二>集群三
自我學習	群組一>群組二，群組一>群組三 <sup>*</sup> ，群組一>群組四 群組四>群組三，群組四>群組二，群組三>群組二

註：群組一代表：文憑主義群；群組二代表：教學品質群；群組三代表：入學便利群  
群組四代表：教學資源群；<sup>\*</sup>表 P<0.05，<sup>\*\*</sup>表 P<0.01，<sup>\*\*\*</sup>表 P<0.001

資料來源：本研究整理

由表 4.32 資料顯示，不同選擇行為確實在選擇學校重視程度上有顯著差異，從表 4.33 之事後比較結果，可歸納為幾點加以說明：

1. 選擇行為以文憑主義為主的學生，對於教學品質重視程度上低於教學品質群及入學便利群之學生，另對於交通便利上的重視程度相對高於教學品質群、入學便利群及教學資源群之學生。

2. 選擇行為以教學品質為主的學生，對於教學品質上的重視程度高於文憑主義群的學生，也高於教學資源群的學生，對於文憑取得的重視程度也相對高於入學便利群之學生。
3. 選擇行為以入學便利群為主的學生，對於教學品質的重視程度及教學資源上均高於教學資源群及文憑主義群的學生，在聲望評價上的重視程度也高於教學品質及文憑主義群的學生。
4. 選擇行為以教學資源為主的學生，對於教學資源的重視程度是最高的，且對於文憑的取得重視程度也高於教學品質群之學生。

#### 4.3.2 雲嘉南地區之碩士在職專班學生選擇行為之集群分析

為進一步了解雲嘉南地區碩士在職專班學生對於選擇行為之 7 個共同因素是否有不同之取向，因此對選擇行為此 7 各因素之得分進行集群分析，分群基礎是以歐幾里得距離經華德法將相似的樣本歸為一群，以檢驗是否能找出數個擁有相似選擇行為之同質群組，決定集群數之後，接著以 K 平均數法進行分群，共分成四群，並以 One-way ANOVA 分析每群之因素平均數差異以進行命名。

表 4.34 雲嘉南地區碩士在職專班學生各群組對選擇行為因素之多變量變異數分析

因素	F 值	P 值
教學品質	2.144	.122
入學便利	10.339	.000 <sup>***</sup>
教學資源	8.070	.001 <sup>***</sup>
交通便利	42.177	.000 <sup>**</sup>
自我學習	6.809	.002 <sup>***</sup>
聲望評價	0.903	.409
文憑主義	23.926	.000 <sup>***</sup>

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

表 4.35 雲嘉南地區碩士在職專班學生各群組選擇行為因素之變異數分析

因素名稱	各群組在各因素上之平均分數			F 值	P 值
	集群一	集群二	集群三		
教學品質	0.095	0.228	-0.279	2.144	.122
入學便利	0.395	-0.055	-0.536	10.339	.000 <sup>***</sup>
教學資源	0.285	-0.696	0.017	8.070	.001 <sup>***</sup>
交通便利	0.163	-1.288	0.560	42.177	.000 <sup>**</sup>
自我學習	-0.118	-0.461	0.455	6.809	.002 <sup>***</sup>
聲望評價	0.114	0.029	-0.183	0.903	.409
文憑主義	-0.591	0.382	0.616	23.926	.000 <sup>***</sup>
樣本數	49	21	34		
集群命名	入學便利	文憑主義	交通便利		

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源:本研究整理

### 1. 集群一入學便利群：

此一集群共有49 個樣本數，佔總樣本數47.1%之多，是三個群組中

人數最多的群體。由表4.35 觀察得知，此一集群之受測者在選擇行為方面，與其他各群組相比，其對於入學便利有較高的偏好程度。

### 2. 集群二自文憑主義：

此一集群共有21個樣本數，佔總樣本數20.1%之多，是三個群組中人數最少的群體。由表4.35觀察得知，此一集群之受測者在選擇行為方面，與其他各群組相比，其對於教學品質有較高的偏好程度。

### 3. 集群三交通便利群：

此一集群共有34 個樣本數，佔總樣本數32.6%之多，是三個群組中人數次多的群體。由表4.35觀察得知，此一集群之受測者在選擇行為方面，與其他各群組相比，其對於文憑主義上有較高的偏好程度。

表 4.36 雲嘉南地區碩士在職專班學生各群組對選擇行為因素之 Scheffe 事後比較

選擇因素	Scheffe 事後比較結果
教學品質	集群二>集群一，集群二>集群三 集群一>集群三
入學便利	集群一>集群二，集群一>集群三*** 集群二>集群三
教學資源	集群一>集群三***，集群一>集群二 集群三>集群二*
交通便利	集群三>集群一，集群三>集群二*** 集群一>集群二***
自我學習	集群三>集群一*，集群三>集群二** 集群一>集群二
聲望評價	集群一>集群二，集群一>集群三 集群二>集群三
文憑主義	集群三>集群一***，集群三>集群二 集群二>集群一***

註：群組一代表：入學便利群；群組二代表：自主學習群；群組三代表：文憑主義群  
\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

由表 4.35 資料顯示，不同選擇行為確實在選擇學校重視程度上有顯著差異，從表 4.36 之事後比較結果，可歸納為幾點加以說明：

1. 選擇行為以入學便利為主的學生，對於教學品質、交通便利及聲望平價的重視程度相對高於自主學習群集文憑主義群之學生。
2. 選擇行為以自主學習群為主的學生，對於教學品質及文憑主義的重視程度高於入學便利群及文憑主義群文憑主義群的學生。
3. 選擇行為以文憑主義群為主的學生，對於交通便利、自我學習的重視程度及均高於入學便利群及自主學習群的學生。

#### 4.3.3 南華大學碩士在職專班就讀動機之集群分析

為進一步了解南華大學碩士在職專班學生對於就讀動機之 8 各共同因素是否有不同之取向，因此對選擇行為此 8 各因素之得分進行集群分析，分群基礎是以歐幾里得距離經華德法將相似的樣本歸為一群，以檢驗是否能找出數各擁有相似選擇行為之同質群組，決定集群數之後，接著以 K 平均數法進行分群，共分成四群，並以 ONEWAY ANOVA 分析每群之因素平均數差異以進行命名。

表 4.37 南華大學碩士在職專班學生各群組對就讀動機因素之多變量變異數分析

因素	F 值	P 值
社交關係	10.584	.000***
挑戰自我	8.723	.000***
職業考量	4.279	.018**
提升地位	42.654	.000***
自我成長	5.115	.008**
肯定自我	2.983	.057
二專長	0.033	.968
充實生活	0.211	.810

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001  
資料來源：本研究整理

表 4.38 南華大學碩士在職專班學生各群組就讀動機因素之變異數分析

因素名稱	各群組在各因素上之平均分數			F 值	P 值
	集群一	集群二	集群三		
社交關係	0.428	-0.488	-0.497	10.584	.000***
挑戰自我	-0.461	0.454	0.164	8.723	.000***
職業考量	0.275	-0.350	0.497	4.279	.018**
提升地位	-0.533	0.433	-2.346	42.654	.000***
自我成長	-0.388	0.347	0.073	5.115	.008**
肯定自我	0.243	-0.265	0.329	2.983	.057
第二專長	-0.572	0.002	-0.067	0.033	.968
充實生活	0.240	-0.007	-0.268	0.211	.810
樣本數	34	32	6		
集群命名	社交關係	挑戰自我	職業考量		

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001  
資料來源：本研究整理

### 1. 集群一社交關係群：

此一集群共有34個樣本數，佔總樣本數47.2%之多，是三個群組中人數最多的群體。由表4.38 觀察得知，此一集群之受測者在就讀動機方面，與其他各群組相比，其對於社交關係有較高的偏好程度。

### 2. 集群二自挑戰自我群：

此一集群共有32個樣本數，佔總樣本數44.4%之多，是三個群組中人數次多的群體。由表4.38觀察得知，此一集群之受測者在就讀動機方面，與其他各群組相比，其對於挑戰自我及提升地位有較高的偏好程度。

### 3. 集群三職業考量群：

此一集群共有6個樣本數，佔總樣本數8.3%之多，是三個群組中人數最少的群體。由表4.38觀察得知，此一集群之受測者在就讀動機方面，與其他各群組相比，其對於職業考量及肯定自我上有較高的偏好程度。

表 4.39 南華大學碩士在職專班學生各群組對就讀動機因素之 Scheffe 事後比較

就讀動機	Scheffe 事後比較結果
社交關係	集群一>集群三 <sup>**</sup> ，集群二>集群三 <sup>**</sup> ，集群二>集群一
挑戰自我	集群二>集群一 <sup>***</sup> ，集群二>集群三，集群三>集群一
職業考量	集群一>集群二，集群三>集群一，集群三>集群二
提升地位	集群二>集群一 <sup>*</sup> ，集群一>集群三 <sup>***</sup> ，集群二>集群三 <sup>***</sup>
自我成長	集群一>集群二 <sup>**</sup> ，集群一>集群三，集群三>集群二
肯定自我	集群三>集群一，集群三>集群二，集群二>集群一
第二專長	集群三>集群一，集群三>集群二，集群二>集群一
充實生活	集群一>集群二，集群一>集群三，集群二>集群三

註：群組一代表：社交關係群；群組二代表：挑戰自我群；群組三代表：職業考量群

<sup>\*</sup>表P<0.05，<sup>\*\*</sup>表P<0.01，<sup>\*\*\*</sup>表P<0.001

資料來源：本研究整理

由表 4.38 資料顯示，不同就讀動機在集群有顯著性差異，從表 4.39 之事後比較結果，可歸納為幾點加以說明：

1. 就讀動機以社交關係為主的學生，對於職業考量、提升地位、自我成長、充實生活的重視程度，均高於挑戰自我群及職業考量群的學生。
2. 就讀動機以挑戰自我為主的學生，對於提升地位、肯定自我、第二專長及充實生活的重視程度，均高於社交關係群及職業考量群的學生。
3. 就讀動機以職業考量為主的學生，對於肯定自我及第二專長上均高於社交關係群及挑戰自我群的學生。

#### 4.3.4 雲嘉南碩士在職專班就讀動機之集群分析

為進一步了解雲嘉南地區碩士在職專班學生對於就讀動機之 7 個共同因素是否有不同之取向，因此對選擇行為此 7 個因素之得分進行集群分析，分群基礎是以歐幾里得距離經華德法將相似的樣本歸為一群，以檢驗是否能找出數各擁有相似選擇行為之同質群組，決定集群數之後，接著以 K 平均數法進行分群，共分成四群，並以 One-way ANOVA 分析每群之因素平均數差異以進行命名。

表 4.41 雲嘉南碩士在職專班學生各群組對就讀動機因素之多變量變異數分析

因素	F 值	P 值
充實生活	10.496	.000***
擴展社交	14.968	.000***
提昇自我	25.108	.000***
社會主義	2.397	.096
職業考量	33.599	.000***
自我遺憾	1.633	.195
自我期待	2.628	.077

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001  
資料來源：本研究整理

表 4.42 雲嘉南地區碩士在職專班學生各群組就讀動機因素之變異數分析

因素名稱	各群組在各因素上之平均分數			F 值	P 值
	集群一	集群二	集群三		
充實生活	-0.426	0.479	0.240	10.496	.000 <sup>***</sup>
擴展社交	0.119	0.402	-0.911	14.968	.000 <sup>***</sup>
提昇自我	-0.488	0.071	1.028	25.108	.000 <sup>***</sup>
社會主義	0.171	-0.005	-0.391	2.397	.096
職業考量	0.393	-0.916	0.520	33.599	.000 <sup>***</sup>
自我遺憾	-0.187	0.168	0.171	1.633	.195
自我期待	0.080	0.157	-0.434	2.628	.077
樣本數	49	33	22		
集群命名	職業考量	充實生活	提昇自我		

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源:本研究整理

### 1. 集群一職業考量群：

此一集群共有49個樣本數，佔總樣本數47.1%之多，是三個群組中人數最多的群體。由表4.42觀察得知，此一集群之受測者在就讀動機方面，與其他各群組相比，其對於職業考量有較高的偏好程度。

### 2. 集群二充實生活群：

此一集群共有33個樣本數，佔總樣本數31.7%之多，是三個群組中人數次多的群體。由表4.42觀察得知，此一集群之受測者在就讀動機方面，與其他各群組相比，其對於充實自我及擴展社交上有較高的偏好程度。

### 3. 集群三提升自我群：

此一集群共有22個樣本數，佔總樣本數21.1%之多，是三個群組中人數最少的群體。由表4.42觀察得知，此一集群之受測者在就讀動機方面，與其他各群組相比，其對於提升自我上有較高的偏好程度。

表 4.43 雲嘉南地區碩士在職專班學生各群組對就讀動機因素之 Scheffe 事後比較

就讀動機	Scheffe 事後比較結果
充實生活	集群二>集群一 <sup>***</sup> ，集群二>集群三 集群三>集群一 <sup>*</sup>
擴展社交	集群二>集群一，集群二>集群三 <sup>***</sup> 集群一>集群三 <sup>***</sup>
提昇自我	集群三>集群一 <sup>***</sup> ，集群三>集群二 <sup>***</sup> 集群二>集群一 <sup>*</sup>
社會主義	集群一>集群二，集群一>集群三 集群二>集群三
職業考量	集群三>集群一，集群三>集群二 <sup>*</sup> 集群一>集群二 <sup>*</sup>
自我遺憾	集群三>集群二，集群三>集群一 集群二>集群一
自我期待	集群二>集群一，集群二>集群三 集群一>集群三

註：群組一代表：職業考量群；群組二代表：充實生活群；群組三代表：提昇自我群  
<sup>\*</sup>表P<0.05，<sup>\*\*</sup>表P<0.01，<sup>\*\*\*</sup>表P<0.001  
 資料來源：本研究整理

由表 4.42 資料顯示，不同就讀動機在集群有顯著性差異，從表 4.43 之事後比較結果，可歸納為幾點加以說明：

1. 就讀動機以職業考量群為主的學生，對於擴展社交、社會主義及自我期待上的重視程度，均高於充實生活群及提昇自我群的學生。
2. 就讀動機以充實生活為主的學生，對於提昇自我即自我期待上的重視程度，均高於職業考量群及提昇自我群的學生。
3. 就讀動機以提昇自我群為主的學生，對於充實生活、職業考量、自我遺憾的重視程度均較高。

## 4.4 迴歸分析

本研究採用複迴歸及多元層級迴歸分析針對研究假設進行驗證，分別說明如下：

### 4.44 南華大學選擇行為集群對就讀動機之迴歸分析

	集群一 文憑主義群 ( $\beta$ 值)	集群二 教學品質群 ( $\beta$ 值)	集群三 入學便利群 ( $\beta$ 值)	集群四 教學資源群 ( $\beta$ 值)
就讀動機				
社交關係	.084 <sup>***</sup>	-.016	.952 <sup>***</sup>	.120 <sup>***</sup>
挑戰自我	.022	.920 <sup>***</sup>	-.111 <sup>***</sup>	.207 <sup>***</sup>
職業考量	.030	.258 <sup>***</sup>	.084 <sup>***</sup>	.934 <sup>***</sup>
提升地位	-.011	.008	.108 <sup>***</sup>	.028
自我成長	.048	.263 <sup>***</sup>	.049 <sup>*</sup>	.156 <sup>***</sup>
肯定自我	.968 <sup>***</sup>	.006	.135 <sup>***</sup>	.014
第二專長	.076 <sup>**</sup>	.003	.013	.067 <sup>*</sup>
充實生活	-.054 <sup>*</sup>	.089 <sup>***</sup>	.008	.041
R <sup>2</sup>	.965	.973	.962	.971
調整後R <sup>2</sup>	.961	.970	.957	.968
F	217.056 <sup>***</sup>	286.099 <sup>***</sup>	199.768 <sup>***</sup>	268.384 <sup>***</sup>

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001

資料來源：本研究整理

由表4.44得知由集群一至集群四中可以看出，就讀動機其各構面的 $\beta$ 係數多為正值，文憑主義群的學生對於參與進修的動機在擴展社交關係、肯定自我及第二專長部分呈顯著水準，代表此類的學生，除了希望取得文憑之外也能認識志同道合的學習夥伴且能在學習中尋求成就感及取得第二專長；教學品質群的學生對於參與進修的動機在挑戰自我、職業考量、自我成長及充實生活上均呈顯著水準，代表此類學生，除了重

視學校及教師的教學品質外，也能在學習的過程中重新認識自己也滿足自己的求知慾及充實自己的生活；入學便利群的學生在社交關係、職業考量、提升地位及肯定自我均呈顯著水準，表示此類型的學生對於參與進修除了希望能夠在入學考試時有多樣的入學管道外，也希望進修可提升職務及社會地位；教學資源群的學生，在社交關係、挑戰自我、職業考量上及自我成長均呈顯著水準，表示此類型的學生對於在學習的過程中能夠職務晉升外，也能滿足自我的求知慾。

表4.45 雲嘉南地區選擇行為集群對就讀動機之迴歸分析

	集群一 文憑主義群 (β值)	集群二 教學品質群 (β值)	集群三 入學便利群 (β值)
就讀動機			
充實生活	.019	.105	.141
擴展社交	.234**	.207**	.238**
提昇自我	.209**	.010	.136
社會主義	.179*	.510***	.133
職業考量	.308***	.272***	.050
自我遺憾	.033	.147*	.048
自我期待	-.078	-.292***	.178
R <sup>2</sup>	.232	.495	.149
調整後R <sup>2</sup>	.176	.457	.086
F	4.108***	13.287***	2.371*

註：\*表P<0.05，\*\*表P<0.01，\*\*\*表P<0.001  
資料來源：本研究整理

由表 4.45 得知由集群一至集群四中可以看出，就讀動機其各構面的  $\beta$  係數多為正值，文憑主義群的學生在擴展社交、及提升自我以及職業考量上均呈顯著水準，表示此類的學生，希望在取得文憑之外，也能擴展

社交關係並取得第二專長，更能在職務上能有所晉升；教學品質群的學生在擴展社交、社會主義及職業考量上均呈顯著水準，此類的學生除了重視學校及教師的教學品質，對於參與進修能夠享受與其他人學習的樂趣外並能提升職務及提昇社會地位；入學便利群的學生在社交關係上呈顯著水準，代表此類的學生希望在入學管道具有多樣性外，也能在學習當中擴展社交關係。

## 4.5 選擇行為與就讀動機各集群之描述性統計

### 4.5.1 南華大學與雲嘉南地區在職碩士專班學生選擇行為各集群之描述性統計

#### 1. 性別

由表 4.46 得知，男性在各集群的比率均較高。

表 4.46 性別對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	性別	人數	集群百分比 (%)	雲嘉南集群	性別	人數	集群百分比 (%)
文憑主義群	男	11	23.6	文憑主義群	男	16	20.1
	女	6			女	5	
入學便利群	男	21	41.6	入學便利群	男	32	47.1
	女	9			女	17	
教學品質群	男	4	3.9	交通便利	男	26	32.6
	女	1			女	8	
教學資源群	男	13	27.7				
	女	7					

資料來源:本研究整理

#### 2. 年齡

由表 4.47 得知年齡以 31-40 歲為最多，41-50 歲居次，但南華大學 30 歲以下之學生數較雲嘉南地區為高。

表 4.47 年齡對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	年齡	人數	集群百分比 (%)	雲嘉南集群	年齡	人數	集群百分比 (%)
文憑主義群	30 歲以下	5	23.6	文憑主義群	30 歲以下	2	20.1
	31-40 歲	5			31-40 歲	12	
	41-50 歲	5			41-50 歲	6	
	51-60 歲	2			51-60 歲	1	
入學便利群	30 歲以下	8	41.6	入學便利群	30 歲以下	3	47.1
	31-40 歲	13			31-40 歲	26	
	41-50 歲	7			41-50 歲	13	
	51-60 歲	2			51-60 歲	6	
教學品質群	30 歲以下	1	3.9	交通便利群	30 歲以下	1	32.6
	31-40 歲	2			31-40 歲	18	
	41-50 歲	2			41-50 歲	12	
教學資源群	31-40 歲	9	27.7		51-60 歲	1	
	41-50 歲	8			60 以上	2	
	51-60 歲	3					

資料來源:本研究整理

### 3. 婚姻

由表 4.48 得知均以已婚者為多，但南華大學未婚人數較雲嘉南地區為高。

表 4.48 婚姻對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	婚姻	人數	集群百分比 (%)	雲嘉南集群	婚姻	人數	集群百分比 (%)	
文憑主義群	已婚	10	23.6	文憑主義群	已婚	16	20.1	
	未婚	7			未婚	5		
入學便利群	已婚	19	41.6	入學便利群	已婚	41	47.1	
	未婚	11			未婚	8		
教學品質群	已婚	2	3.9	交通便利群	已婚	30	32.6	
	未婚	3			未婚	4		
教學資源群	已婚	18	27.7					
	未婚	2						

資料來源:本研究整理

### 4. 居住地區

由表 4.49 得知居住地區大都以雲嘉南地區為最多，中彰投居次。

表 4.49 居住地區對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	居住地區	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	居住地區	人數	集群百分比(%)
文憑主義群	北基宜		23.6	文憑主義群	北基宜	2	20.1
	中彰投	1			中彰投	12	
	雲嘉南	15			雲嘉南	7	
	外島	1			外島		
入學便利群	北基宜		41.6	入學便利群	北基宜	1	47.1
	中彰投	3			中彰投	13	
	雲嘉南	25			雲嘉南	33	
	外島	2			外島	2	
教學品質群	北基宜	2	3.9	交通便利群	中彰投	12	32.6
	雲嘉南	2			雲嘉南	20	
	高屏	1			高屏	2	
教學資源群	北基宜	1	27.76				
	中彰投	3					
	雲嘉南	15					
	高屏	1					

資料來源:本研究整理

## 5.就讀訊息來源

由表 4.50 得知，就讀訊息大都由同事推薦或自我找尋者為多。

表 4.50 就讀訊息來源對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	就讀訊息來源	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	就讀訊息來源	人數	集群百分比(%)
文憑主義群	同事推薦	8	23.6	文憑主義群	同事推薦	5	20.1
	上司推薦	1			上司推薦	3	
	親朋好友	1			親朋好友	8	
	自己找尋	5			自己找尋	5	
	網路	2			網路		
入學便利群	同事推薦	11	41.6	入學便利群	同事推薦	11	47.1
	上司推薦	3			上司推薦	2	
	親朋好友	6			親朋好友	12	
	自己找尋	6			自己找尋	19	
	報章雜誌	2			報章雜誌	3	
	網路	2			網路	2	
教學品質群	親朋好友	2	3.9	交通便利群	同事推薦	9	32.6
	自己找尋	3			親朋好友	4	
教學資源群	同事推薦	3	27.7		自己找尋	13	
	親朋好友	5			報章雜誌	6	
	自己找尋	9			網路	2	
	報章雜誌	1					
	網路	2					

資料來源:本研究整理

## 6. 與學校交通距離

由表 4.51 得知交通距離均以 1 小時到達為最多。

表 4.51 與學校交通距離對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	與學校交通距離	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	與學校交通距離	人數	集群百分比(%)
文憑主義群	1 小時	15	23.6	文憑主義群	1 小時	14	20.1
	3 小時	1			2 小時	5	
	5 小時	1			3 小時	2	
入學便利群	1 小時	26	41.6	入學便利群	1 小時	44	47.1
	2 小時	2			2 小時	4	
	3 小時	1			3 小時	1	
	5 小時	1			5 小時	1	
教學品質群	1 小時	2	3.9	交通便利群	1 小時	27	32.6
	3 小時	1			2 小時	6	
	4 小時	1			5 小時	1	
	5 小時	1					
教學資源群	1 小時	15	27.76				
	2 小時	4					
	4 小時	1					

資料來源:本研究整理

## 7. 最適宜修課時間

由表 4.52 得知，最適宜的修課時間，大都於週六、日。

表 4.52 最適宜修課時間對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	最適宜修課時間	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	最適宜修課時間	人數	集群百分比(%)
文憑主義群	週一至週五晚間	2	23.6	文憑主義群	週一至週五晚間	1	20.1
	週六、日	15			週六、日	20	
入學便利群	週一至週五晚間	4	41.6	入學便利群	週一至週五晚間	6	47.1
	週六、日	26			週六、日	42	
教學品質群	週一至週五晚間	1	3.9	交通便利群	週一至週五晚間	4	32.6
	週六、日	4			週六、日	30	
教學資源群	週一至週五晚間	1	27.7				
	週六、日	19					

資料來源:本研究整理

## 8. 已取得之最高學歷

由表 4.53 得知，各集群已取得之最高學歷均以二技/大學為最多。

表 4.53 已取得之最高學歷對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	已取得之最高學歷	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	已取得之最高學歷	人數	集群百分比(%)
文憑主義群	專科	4	23.6	文憑主義群	專科	5	20.1
	二技/大學	12			二技/大學	15	
	研究所	1			研究所	1	
入學便利群	專科	8	41.6	入學便利群	專科	9	47.1
	二技/大學	21			二技/大學	37	
	研究所	1			研究所	3	
教學品質群	專科	2	3.9	交通便利群	專科	11	32.6
	二技/大學	3			二技/大學	22	
教學資源群	專科	7	27.7		研究所	1	
	二技/大學	13					

資料來源:本研究整理

## 9. 距離上次求學時間

表 4.54 距離上次求學時間對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	距離上次求學時間	人數	集群百分比(%)	南華集群	距離上次求學時間	人數	集群百分比(%)
文憑主義群	10 年以下	10	23.6	文憑主義群	10 年以下	8	20.1
	11-15 年	2			11-15 年	9	
	16-20 年	4			16-20 年	3	
	25 年以上	1			25 年以上	1	
入學便利群	10 年以下	18	41.6	入學便利群	10 年以下	20	47.1
	11-15 年	6			11-15 年	16	
	16-20 年	5			16-20 年	7	
	21-25 年	1			21-25 年	3	
教學品質群	10 年以下	3	3.9	交通便利群	10 年以下	12	32.6
	11-15 年	2			11-15 年	9	
教學資源群	10 年以下	9	27.7		16-20 年	9	
	11-15 年	3		21-25 年	2		
	16-20 年	2		25 年以上	2		
	21-25 年	4					
	25 年以上	2					

資料來源:本研究整理

## 10. 職位

由表 4.55 得知，南華大學學生之職位以基層為最多，雲嘉南地區學生以中階職位為最多。

表 4.55 職位對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	職位	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	職位	人數	集群百分比(%)
文憑主義群	基層	13	23.6	文憑主義群	基層	5	20.1
	中階	2			中階	14	
	高階	2			高階	2	
入學便利群	基層	22	41.6	入學便利群	基層	11	47.1
	中階	6			中階	28	
	高階	2			高階	10	
教學品質群	基層	1	3.9	交通便利群	基層	12	32.6
	中階	4			中階	17	
教學資源群	基層	13	27.7		高階	5	
	中階	6					
	高階	1					

資料來源:本研究整理

## 11.服務年資

由表 4.56 得知，服務年資大都以 10 年以下及 11-15 年為最多。

表 4.56 服務年資對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	服務年資	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	服務年資	人數	集群百分比(%)
文憑主義群	10 年以下	7	23.6	文憑主義群	10 年以下	9	20.1
	11-15 年	3			11-15 年	9	
	16-20 年	3			16-20 年	1	
	21-25 年	2			21-25 年	1	
	25 年以上	2			25 年以上	1	
入學便利群	10 年以下	10	41.6	入學便利群	10 年以下	14	47.1
	11-15 年	8			11-15 年	18	
	16-20 年	5			16-20 年	7	
	21-25 年	3			21-25 年	3	
	25 年以上	4			25 年以上	7	
教學品質群	10 年以下	4	3.9	交通便利群	10 年以下	18	32.6
	11-15 年	1			11-15 年	6	
教學資源群	10 年以下	5	27.7		16-20 年	7	
	11-15 年	7			21-25 年	1	
	21-25 年	4			25 年以上	2	
	25 年以上	4					

資料來源:本研究整理

## 12.職業

由表 4.57 得知，南華大學學生的職業大都以政府機關、軍警以及教育研究為多，雲嘉南地區學生大都以金融/保險、服務、醫療或其他職業較多。

表 4.57 職業對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	職業	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	職業	人數	集群百分比(%)
文憑主義群	政府機關	3	23.6	文憑主義群	金融/保險	4	20.1
	軍警	3			資訊	3	
	教育/研究	6			服務	1	
	服務	1			醫療	4	
	電信	1			其他	9	
	醫療	2					
	其他	1					
入學便利群	政府機關	2	41.6	入學便利群	政府機關	2	47.1
	軍警	9			軍警	1	
	教育/研究	9			教育/研究	5	
	金融/保險	2			經商	3	
	資訊	1			建築/營造	2	
	服務	2			金融/保險	6	
	電信	2			資訊	2	
	醫療	2			服務	6	
	其他	1			醫療	6	
教學品質群	金融/保險	1	3.9	交通便利群	政府機關	3	32.6
	醫療	3			軍警	3	
	其他	2			經商	2	
教學資源群	政府機關	5	27.7		建築/營造	1	
	軍警	1			金融/保險	5	
	教育/研究	6			資訊	2	
	資訊	1			服務	3	
	電信	3			電信	2	
	醫療	1			醫療	1	
	其他	3			交通/運輸/旅遊	2	
		傳撥/行銷	4				
		藝術	2				
		其他	4				

資料來源:本研究整理

### 13. 工作屬性

由表 4.58 得知，工作屬性以管理職為最多，顯示南華大學及雲嘉南地區之學生，目前大多從事管理相關工作。

表 4.58 職務對選擇行為各集群之描述性統計

南華集群	工作屬性	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	工作屬性	人數	集群百分比(%)
文憑主義群	業務	2	23.6	文憑主義群	業務	5	20.1
	行政	6			行銷	8	
	管理	8			管理	3	
	製造	1			製造	1	
			研發		2		
			財務		2		
入學便利群	業務	3	41.6	入學便利群	業務	7	47.1
	行銷	1			行銷	6	
	行政	3			行政	2	
	管理	8			管理	25	
	製造	2			製造	4	
	研發	1			研發	1	
	財務	2			財務	4	
教學品質群	業務	4	3.9	交通便利群	業務	9	32.6
	管理	1			行銷	7	
教學資源群	業務	3	27.7		行政	3	
	行銷	1			管理	10	
	行政	3			製造	1	
	管理	8			研發	2	
	製造	2			財務	2	
	研發	1					
財務	2						

資料來源:本研究整理

## 4.5.2 南華大學與雲嘉南地區碩士在職專班就讀動機各集群之描述性統計

### 1. 性別

由表 4.59 得知，男性在各集群的比率均較高。

表 4.59 性別對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	性別	次數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	性別	次數	集群百分比(%)
社交關係群	男	20	47.2	職業考量群	男	39	47.1
	女	14			女	10	
挑戰自我群	男	26	44.4	充實生活群	男	21	31.7
	女	2			女	12	
職業考量群	男	5	8.3	提升自我群	男	13	21.1
	女	1			女	9	

資料來源:本研究整理

## 2. 年齡

由表 4.60 得知，得知年齡以 31-40 歲為最多，41-50 歲居次，但南華大學 30 歲以下之學生數較雲嘉南地區為高。

表 4.60 年齡對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	性別	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	性別	人數	集群百分比(%)
社交關係群	30 以下	8	47.2	職業考量群	30 以下	1	47.1
	31-40 歲	15			31-40 歲	26	
	41-50 歲	10			41-50 歲	17	
	51-60 歲	1			51-60 歲	3	
			60 歲以上		2		
挑戰自我群	30 以下	4	44.4	充實生活群	30 以下	3	31.7
	31-40 歲	13			31-40 歲	15	
	41-50 歲	10			41-50 歲	12	
	51-60 歲	5			51-60 歲	2	
			60 歲以上		1		
職業考量群	30 以下	1	8.3	提升自我群	30 以下	2	21.1
	31-40 歲	2			31-40 歲	14	
	41-50 歲	2			41-50 歲	3	
	51-60 歲	1			51-60 歲	3	

資料來源:本研究整理

## 3. 婚姻

由表 4.61 得知均以已婚者為多，但南華大學未婚人數較雲嘉南地區為高。

表 4.61 婚姻對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	性別	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	性別	人數	集群百分比(%)
社交關係群	已婚	21	47.2	職業考量群	已婚	45	47.1
	未婚	13			未婚	4	
挑戰自我群	已婚	27	44.4	充實生活群	已婚	26	31.7
	未婚	5			未婚	7	
職業考量群	已婚	3	8.3	提升自我群	已婚	17	21.1
	未婚	3			未婚	5	

資料來源:本研究整理

#### 4. 居住地區

由表 4.62 得知，得知居住地區大都以雲嘉南地區為最多，中彰投居次。

表 4.62 居住地區對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	性別	人數	集群百分比 (%)	雲嘉南集群	性別	人數	集群百分比 (%)
社交關係群	中彰投	4	47.2	職業考量群	北基宜	1	47.1
	雲嘉南	28			中彰投	18	
	外島	2			雲嘉南	27	
		高屏	3				
挑戰自我群	北基宜	1	44.4	充實生活群	北基宜	1	31.7
	中彰投	4			中彰投	7	
	雲嘉南	26			雲嘉南	24	
	高屏	1			高屏	1	
職業考量群	北基宜	2	8.3	提升自我群	北基宜	1	21.1
	雲嘉南	3			中彰投	12	
	高屏	1			雲嘉南	9	

資料來源:本研究整理

#### 5. 就讀訊息來源

由表 4.63 得知，就讀訊息大都由同事推薦、親朋好友或自我找尋者為多。

表 4.63 就讀訊息來源對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	就讀訊息來源	人數	集群百分比 (%)	雲嘉南集群	就讀訊息來源	人數	集群百分比 (%)
社交關係群	同事推薦	12	47.2	職業考量群	同事推薦	13	47.1
	上司推薦	2			上司推薦	1	
	親朋好友	5			親朋好友	13	
	自己找尋	11			自己找尋	17	
	報章雜誌	2			報章雜誌	4	
	網路	2			網路	1	
挑戰自我群	同事推薦	8	44.4	充實生活群	同事推薦	6	31.7
	上司推薦	1			上司推薦	1	
	親朋好友	7			親朋好友	6	
	自己找尋	11			自己找尋	14	
	報章雜誌	1			報章雜誌	4	
	網路	4			網路	2	
職業考量群	親朋好友	3	8.3	提升自我群	同事推薦	6	21.1
	自己找尋	3			上司推薦	3	
					親朋好友	4	
					自己找尋	6	
					報章雜誌	2	
					網路	1	

資料來源:本研究整理

## 6.與學校交通距離

由表 4.64 得知，交通距離均以 1 小時到達者為最多。

表 4.64 與學校交通距離對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	與學校交通距離	人數	集群百分比 (%)	雲嘉南集群	與學校交通距離	人數	集群百分比 (%)
社交關係群	1 小時	30	47.2	職業考量群	1 小時	37	47.1
	2 小時	3			2 小時	10	
	5 小時	1			3 小時	2	
挑戰自我群	1 小時	27	44.4	充實生活群	1 小時	30	31.7
	2 小時	3			2 小時	2	
	3 小時	1			5 小時	1	
	4 小時	1					
職業考量群	1 小時	3	8.3	提升自我群	1 小時	18	21.1
	3 小時	1			2 小時	3	
	4 小時	1			5 小時	1	
	5	1					

資料來源:本研究整理

## 7.最適合上課時間

由表 4.65 得知，最適合上課時間為週六、日。

表 4.65 最適合上課時間對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	最適合修課時間	人數	集群百分比 (%)	雲嘉南集群	最適合修課時間	人數	集群百分比 (%)
社交關係群	週一至週五	3	47.2	職業考量群	週一至週五	4	47.1
	週六、日	31			週六、日	45	
挑戰自我群	週一至週五	2	44.4	充實生活群	週一至週五	4	31.7
	週六、日	30			週六、日	29	
職業考量群	週一至週五	1	8.3	提升自我群	週一至週五	3	21.1
	週六、日	5			週六、日	19	

資料來源:本研究整理

## 8. 已取得之最高學歷

由表 4.66 得知，已取得之最高學歷以二技/大學為最多。

表 4.66 已取得之最高學歷對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	已取得之最高學歷	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	已取得之最高學歷	人數	集群百分比(%)
社交關係群	專科	10	47.2	職業考量群	專科	11	47.1
	二技/大學	22			二技/大學	35	
	研究所	2			研究所	3	
挑戰自我群	專科	10	44.4	充實生活群	專科	5	31.7
	二技/大學	22			二技/大學	27	
	研究所				研究所	1	
職業考量群	專科	3	8.3	提升自我群	專科	8	21.1
	二技/大學	3			二技/大學	13	
	研究所				研究所	1	

資料來源:本研究整理

## 9. 距離上次離校時間

由表 4.67 得知，離校時間以 10 年以下即 11-15 年為最多。

表 4.67 距離上次離校時間對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	距離上次離校時間	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	距離上次離校時間	人數	集群百分比(%)
社交關係群	10 年以下	18	47.2	職業考量群	10 年以下	18	47.1
	11-15 年	8			11-15 年	15	
	16-20 年	4			16-20 年	10	
	21-25 年	3			21-25 年	4	
	25 年以上	1			25 年以上	2	
挑戰自我群	10 年以下	18	44.4	充實生活群	10 年以下	12	31.7
	11-15 年	4			11-15 年	11	
	16-20 年	5			16-20 年	6	
	21-25 年	3			21-25 年	1	
	25 年以上	2			25 年以上	3	
職業考量群	10 年以下	3	8.3	提升自我群	10 年以下	11	21.1
	11-15 年	2			11-15 年	7	
	16-20 年	1			16-20 年	3	
					25 年以上	1	

資料來源:本研究整理

## 10. 職位

由表 4.68 得知，南華大學學生之職位以基層為最多，雲嘉南地區學生以中階職位為最多。

表 4.68 職位對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	職務	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	職務	人數	集群百分比(%)
社交關係群	基層	24	47.2	職業考量群	基層	12	47.1
	中階	7			中階	29	
	高階	3			高階	8	
挑戰自我群	基層	24	44.4	充實生活群	基層	5	31.7
	中階	7			中階	21	
	高階	1			高階	7	
職業考量群	基層	1	8.3	提升自我群	基層	11	21.1
	中階	5			中階	9	
	高階				高階	2	

資料來源:本研究整理

## 11. 服務年資

由表 4.69 得知，服務年資大都以 10 年以下及 11-15 年為最多。

表 4.69 服務年資對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	服務年資	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	服務年資	人數	集群百分比(%)
社交關係群	10 年以下	10	47.2	職業考量群	10 年以下	15	47.1
	11-15 年	11			11-15 年	18	
	16-20 年	6			16-20 年	9	
	21-25 年	5			21-25 年	2	
	25 年以上	2			25 年以上	5	
挑戰自我群	10 年以下	11	44.4	充實生活群	10 年以下	10	31.7
	11-15 年	8			11-15 年	12	
	16-20 年	2			16-20 年	4	
	21-25 年	4			21-25 年	4	
	25 年以上	7			25 年以上	3	
職業考量群	10 年以下	4	8.3	提升自我群	10 年以下	15	21.1
	11-15 年	1			11-15 年	3	
	16-20 年				16-20 年	2	
	25 年以上	1			25 年以上	2	

資料來源:本研究整理

## 12. 產業別

由表 4.70 得知，南華大學學生的職業大都以政府機關、軍警以及教育研究為多，雲嘉南地區學生大都以金融/保險、服務、醫療或其他職業較多。

表 4.70 產業別對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	產業別	人數	集群百分比 (%)	雲嘉南集群	產業別	人數	百分比 (%)
社交關係群	政府機關	5	47.2	職業考量群	政府機關	4	47.1
	軍警	11			軍警	1	
	教育/研究	8			教育/研究	4	
	金融/保險	1			經商	2	
	服務	1			建築/營造	2	
	電信	2			金融/保險	9	
	醫療	5			資訊	4	
	其他	1			服務	6	
			電信		2		
			醫療		4		
			交通/運輸/旅遊		2		
			傳播/行銷		2		
			其他		7		
挑戰自我群	政府機關	6	44.4	充實生活群	政府機關	1	31.7
	軍警	4			軍警	2	
	教育/研究	11			經商	2	
	資訊	2			建築/營造	1	
	服務	1			金融/保險	3	
	電信	4			資訊	1	
	其他	4			服務	3	
			醫療		3		
			交通/運輸/旅遊		1		
			傳播/行銷		2		
			藝術		1		
			其他		13		
職業考量群	金融/保險	2	8.3		提升自我群	政府機關	
	醫療	2		軍警		1	
	其他	2		教育/研究		1	
			經商	1			
			金融/保險	3			
			資訊	1			
			服務	1			
			醫療	4			
			交通/運輸/旅遊	1			
			藝術	1			
			其他	7			

資料來源:本研究整理

### 13.工作屬性

由表 4.71 得知，工作屬性以管理職為最多，顯示南華大學及雲嘉南地區之學生，目前大多從事管理相關工作。

表 4.71 工作屬性對就讀動機各集群之描述性統計

南華集群	工作屬性	人數	集群百分比(%)	雲嘉南集群	工作屬性	人數	集群百分比(%)
社交關係群	業務	3	47.2	職業考量群	業務	10	47.1
	行銷	1			行銷	9	
	行政	9			行政	3	
	管理	17			管理	19	
	研發	3			製造	2	
	財務	1			研發	2	
挑戰自我群	業務	5	44.4	充實生活群	財務	4	31.7
	行銷	2			業務	6	
	行政	7			行銷	10	
	管理	10			行政	1	
	製造	4			管理	12	
	研發	2			製造	2	
	財務	2			財務	2	
職業考量群	業務	4	8.3	提升自我群	業務	6	21.1
	管理	2			行銷	1	
					行政	1	
					管理	8	
					製造	2	
					研發	2	
					財務	2	

資料來源:本研究整理

## 第五章 結論與建議

本研究在探討在職碩士專班學生的選擇行為及就讀動機，以了解學習者的需求與偏好，並依據研究結果整理出研究結論，以提供給予相關機構在目標市場選擇之決策依據，同時也能提供給有意願就讀在職碩士專班者的選擇建議。

### 5.1 研究結果

本研究依據研究目的，將就讀碩士在職專班學生的現況，整理歸納以下結論。

#### 5.1.1 就讀碩士在職專班會因個人背景變相而有顯著差異。

本研究已就讀碩士在職專班學生進行實證研究，以十三種個人背景變項特性：性別、年齡、婚姻狀況、居住地區、就讀訊息來源、與學校交通距離、最適宜修課時間、已取得之最高學歷、距離上次求學時間、職位、服務年資、產業別、工作屬性，分析不同類型之在職碩士專班學生參與進修的選擇行為，研究發現南華大學在職碩士專班學生在選擇行為上其年齡、居住地區、與學校交通距離、距離上次求學時間、職位、產業別及工作屬性不同而有所差異；雲嘉南地區碩士在職專班在選擇行為上其性別、年齡、婚姻、居住地區、就讀訊息來源、與學校交通距離、最適宜修課時間、已取得之最高學歷、職位、服務年資、產業別不同而有所差異。

### 5.1.2 就讀南華大學碩士在職專班之學生與雲嘉南碩士在職專班學生之選擇行為有差異

#### 1. 南華大學招生市場可區分成「文憑主義群」、「教學品質群」、「入學便利群」與「教學資源群」四種市場類型

南華碩士在職專班招生市場的類型，是研究者透過文獻探討，獲得市場區隔劃分的初步概念後，並加入實際碩士在職專班學生的選擇特性，再經由因素分析的檢測與集群分析的運用，將南華大學碩士在職專班劃分為：「文憑主義群」、「教學品質群」、「入學便利群」與「教學資源群」四種市場類型。

其中「文憑主義群」對於「交通便利」與「入學便利」兩項因素，最為重視，此類的學生不僅希望能夠取得文憑外也希望在就讀學校的地理位置或是週遭生活的便利性及入學考試方面均能有較高的方便性，「教學品質群」的學生，最重視「聲望評價」，此類學生不僅希望學校能夠提供高品質的課程規劃、高水準的教學過程外，也希望學校的聲望評價也需有一定的形象，「入學便利群」的學生，最重視「教學資源」及「交通便利」上，顯示此類的學生，不僅希望入學考試能有豐富資訊外，對於學校資源上的運用也極為重視，「教學資源群」的學生，最重視「文憑」，顯示此類學生在學校教學資源運用外也重視文憑取得的容易度。

#### 2. 雲嘉南地區招生市場可區分成「入學便利」、「交通便利」、「文憑主義」三種市場類型

入學便利群，對於「交通便利」及「教學資源」兩項因素最為重視，此類的學生除了參與進修需入學便利外，對於區域上的便利及教學資源上的運用也極為重視；「交通便利」群的學生，最重視「文憑主義」，此

類的學生對於在義學校的交通地點及方便性外也非常重視文憑取得的容易度；「文憑主義」群的學生，最重視教學品質，此類的學生對於取得文憑的重視程度頗高外，學校是否提供高品質的課程規劃是影響其選擇行為的重要因素。

3.雲嘉南地區在交通便利群上佔有 32.6%，且這類群的學生居住地區大多以雲嘉南及中彰投為主，因此交通距離也幾乎都在 1 小時左右可到達上課地點，工作屬性、工作資歷與年資大部分以各行業年輕之中階行政管理人員為主。

### 5.1.3 就讀南華大學碩士在職專班之學生與雲嘉南碩士在職專班之學生就讀動機有差異

1.南華大學學生就讀動機可區分成「社交關係群」、「挑戰自我群」、「職業考量群」三種市場類型

「社交關係群」的學生最重視自我成長及充實自我，此類型的學生對於就讀碩士在職專班除了認識志同道合的同學之外，對於自我學習也有相當程度的期許，「挑戰自我群」的學生，最重視社交關係及提升地位，此類型的學生對於參與進修是爲了再次學習自我超越外，也希望能享受與其他人學習的樂趣及提升社會地位及形象；「職業考量群」的學生，最重視肯定自我及第二專長，此類的學生參與進修除了希望職務上能有所晉升或加薪外，也希望能在學習中尋求成就感及第二專長。

2.雲嘉南地區學生需求可區分成「職業考量群」、「充實生活群」與「提昇自我群」三種市場類型

「職業考量」的學生，最重視擴展社交，此類的學生參與進修希望職

務上能有所晉升或加薪外，也希望能夠認識志同道合的夥伴以及享受與同學一同學習的樂趣，「充實生活群」的學生，最重視擴展社交及社會主義，此類型的學生參與進修為了充實生活並滿足求知慾外，也希望能夠擴展社交圈及提高學歷與取得文憑，「提昇自我群」的學生，最在意職業考量，此類型的學生除了希望從學習中尋求成就感，也能增廣見聞、職務晉升或加薪以及彌補以前學習中斷的遺憾。

3.雲嘉南地區之職業考量群學生，以 31-40 歲之在職人士的動機為最高，41-50 位居次，這顯示對於初入職場與在職場工作多年的基層及中階人員，有較高之職涯發展與職務上的需求。

表 5.1 研究假設成立與否表

研究假設	成立與否
假設一：就讀碩士在職專班會因個人背景變相而有顯著差異	成立
假設二：就讀南華大學碩士在職專班之學生與雲嘉南碩士在職專班學生之選擇行為有差異	成立
假設三：就讀南華大學碩士在職專班之學生與雲嘉南碩士在職專班之學生就讀動機有差異	成立

綜合以上結論，研究者認為在職學習者希望能經由學習獲取職務上的知識以及滿足求知慾外，對於課程的實務性及教學品質仍是十分重視的，但仍無法擺脫學位與文憑的傳統價值觀，傾向提高自己的學歷來提升個人的價值，因此，在現今教育消費者需求趨向多元的時代，高等教育機構應該運用區隔的概念劃分學習者，提供特定的產品給特定群集的顧客，才能在有限的組織資源下，提供切合的需求給學習者。

## 5.2 給南華大學碩士在職專班之研究建議

根據研究的結論，並綜合文獻探討，本研究僅針對南華大學提出以下建議。

### 1. 掌握學生選校時的選擇行為作為未來招生行銷策略之參考

根據本研究問卷調查之結果，南華大學碩士在職專班招生市場可分為文憑主義、教學品質、入學便利與教學資源四種市場導向的學生類型，若南華大學可針對上述不同學生需求與特性，持續設計不同的招生行銷策略，將整各市場做區隔，針對目標有目的的發送招生訊息，以吸引不同選擇行為的學生，勢必才更能精確的達到推廣的效果，再者，學校交通的便利性也是南華大學極需加強的市場策略，若要廣招就讀人選，在學校之交通地點及其方便性上，應儘可能與學習者配合。

### 2. 創造校內的價值是最好的內部行銷

根據本研究結果顯示，除了學校進行外部的行銷策略外，也需重視內部行銷的重要性，因為口耳相傳、人際傳播的行銷方式，影響學生或潛在市場是十分有效的。

### 3. 增設上課地點

經本研究發現，交通距離的長短，對就讀碩士在職專班的理念，不會因距離過長而放棄，但因本研究是針對已就讀碩士在職專班學生為受測對象，因此建議廣設上課地點之分部，或與企業組織合作，派遣師資至企業自備場所授課，以爭取更多的在職人員參與進修。

### 4. 師資的多樣性

目前由於大學教師資格限制，碩士在職專班仍多由學術導向的現任教授執教，在課程實用因素考量下，減低了在職人士重回校園參與在職進修的意願，若增聘業界兼任師資講授實務課程，配合現任教授之學術性

課程，當可提升在職人士參與在職進修意願。

#### 5.待加強行銷之目標市場

年齡介於 31-50 歲之基層及中階管理人員，其選擇行為及就讀動機均高於其他年齡之在職進修學生，依據職業生涯發展理論，這類群的學生正轉趨於生活的安定與工作的認同，因此期望能夠發展生涯的另一個高峰，以追求升遷與進級的能力，因此加強行銷於此集群，將有助於提升學校之競爭能力。

#### 6.就讀動機多半基於取得文憑與資格

由本研究的結果顯示，在職人士之進修大多爲了職業考量、挑戰自我，這使得在職人士有強烈的進修動機不外乎是取得文憑與資格，因此如能針對提昇職能與學位文憑的需求設計課程以及行銷文宣上再加強注重實務、提昇工作能力及擴展社會關係之語詞，將有助於提升在職人士之進修動機。

### 5.3 給後續研究者的建議

本研究對後續研究者提出以下研究方向建議：

#### 1. 擴大研究對象

本研究限於時間、人力等因素，研究對象僅限於雲嘉南地區已就讀碩士在職專班學生，建議未來研究可擴大範圍涵括於尚未就讀碩士在職專班之潛在市場。

#### 2. 運用其他的量表去印證研究結果

本研究採用前人學者所研發的量表，再針對碩士在職專班學生的特性加以修改，所得結果雖大致符合預期之期望，但是有部分結果並未呈現顯著相關，建議後續研究者運用更適切量表或個人背景變項，了解更深層的原因及事實。

## 參考文獻

### 一、中文部份

1. 小知堂文化(民91), 行銷掌上讀, 台北市: 小知堂。
2. 方世榮譯(民88), (Philip Kotler, Gray Armstrong 原著), 行銷學原理, 台北市: 台灣東華。
3. 王素琴(民84), 成人學生學習參與動機取向與教育產品利益知覺之相關性研究, 國立台灣師範大學社會教育研究所碩士論文(未出版)。
4. 王正彥(民86), 回流教育的理論, 中華民國成人教育學會主編, 師大書苑發行。
5. 王惠美(民92), 商職學生選校評估準則之研究, 朝陽科技大學企業管理系碩士論文。
6. 司徒達賢(民88), 非營利組織的經營管理, 台北: 天下文化。
7. 朱如君(民89), 成人參與大學校院終身學習活動影響因素之探討, 教育資料與研究, 34期, 頁81-87。
8. 吳明烈(民90), 國際成人學習週的興起與實施策略, 終身學期創刊號, 頁45-48。
9. 吳明隆(民94), SPSS 統計應用實務, 台北市: 知城。
10. 李美華等譯(民87), Earl Babbie原著, 社會科學研究方法上、下, 時英出版社。
11. 何青容(民84), 「需求評估」概念的澄清與分析, 成人教育, 23, 41-46
12. 林乃慧(民83), 成人學習者背景變項、人格特質對發展任務影響之研究, 國立高雄師範大學成人與繼續教育研究所碩士。

- 13.林傑斌等著(民 93) , SPSS 12 統計建模與應用實務 , 博碩文化。
- 14.周秀蓉(民 89) , 成人參與網路教學的學習意向與需求之研究-以高雄市民為例 , 雲林科技大學管理研究所博士論文。
- 15.周文賢(民 91) , 多變量統計分析 , 智勝文化。
- 16.張松根(民88) , 我國成人教育機構目標行銷策略之研究 , 國立中正大學成人及繼續教育研究所碩士論文。
- 17.陳瑞萍(民89) , 師範院校招生行銷策略規劃之研究 , 國立師範大學教育研究所碩士論文。
- 18.陳秀惠(民89) , 企業經理人就讀企業管理碩士在職進修專班動機與選擇行為之研究 , 國立台北大學企業管理學研究所碩士論文。
- 19.陳柏舟(民89) , 影響在職人士參與碩士課程進修之決策因素 , 大葉大學工業關係研究所碩士論文
- 20.陳順宇(民89) , 迴歸分析三版 , 華泰書局。
- 21.陳志樺(民91) , 成人技職教育研究參與動機與障礙因素之相關研究 , 國立彰化師範大學工業教育研究所博士論文。
- 22.陳文俊(民93) , 我國碩士在職專班回流教育成效之調查研究-研究生學習動機、參與障礙及學習滿意度之探討 , 國立中山大學政治學研究所碩士論文。
- 23.祝道松、林家五譯 ( 民92 ) , Uma Sekaran原著 , 企業研究方法 , 智勝文化。
- 24.黃富順( 民 74 ) , 成人的學習動機---成人參與繼續教育動機取向的探討 , 高雄：復文書局。
- 25.黃富順主編 ( 民91 ) , 成人學習 , 台北：五南出版社。

- 26.黃俊閔(民 91), 高等教育服務的屬性與選擇偏好-以管理碩士學程為例, 國立交通大學經營管理研究所博士論文。
- 27.黃文哲(民 91), 我國大學校院招生之市場區隔與行銷策略之研究, 國立政治大學教育研究所論文。
- 28.楊惟曾(民84), 台灣地區成人教育活動行銷策略之研究, 國立中正大學成人及繼續教育研究所碩士論文。
- 29.楊少璇(民92), 高等教育的競爭策略-以四所大學為例, 國立成功大學教育研究所論文。
- 30.葉匡時、胡國強(民 81), 「加強企管碩士實務教育的探討」, 原發表於政治大學主辦之第四屆管理教育研討會, 收錄於, 台北: 中華民國管科學會。
- 31.歐志華(民 93), 1987 至 2003 年台灣成人學習理論相關研究之學位論文內容分析, 玄奘社會科學學報, 第二期, 頁 1-33。
- 32.蔡培村(民87), 學校經營與管理, 高雄市: 麗文文化。
- 33.鄭勵君(民87), 學校形象之行銷管理策略淺析, 高市文教, 6 月, 頁 55-59。
- 34.鄭禎佩(民91), 師範學院教育行銷研究-以屏東師院為例, 國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。
- 35.鍾榮中(民92), 幼教服務市場消費者行為之研究, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。
- 36.魏惠娟(民87), 從終生學習的觀點反思我國成人教育政策及未來行動, 教育政策論壇, 第一卷, 第二期, 頁50-80。
- 37.簡建忠(民84), 我國成人參與學習動機與阻礙因素之探討, 人力資源學報, 第5期, 頁63-75。

## 二、英文部分

1. Aaker , D. A., & Day , G.S.(1986).Marketing research (3rd ed.) New York : Wiley.
2. Blattberg, R.C.,& Sen, S. K. (1974). Market segmentation using models of multidimensional purchasing behavior. Journal of Marketing, 38, 17-28.
3. Green, P., Tull, D., & Albaum, G.(1998). Research for marketing decisions (5thed.).Englewood Cliffs, NJ:Prentice-Hall.
4. Jain , S.C.(1996).International marketing management(5th ed.). Cincinnati , OH:South-Western College.
5. Kotler P.(1997). Marketing management:analysis, planing , implementation andcotrol (9th ed.).Englwood Cliffs, NJ:Prentice-Hall.
6. Kotler,P, & Fox,K.F..(1995).Strategic Marketing for Education Institutions. (2nded.). Englewood Cliffs NJ : Prentice-Hall.
7. Landrum, R. E. , Turrisi , R., & Harless , C. (1988). University image : the benefits Of assessment and modeling . Journal of Marketing for Higher Education , 9(1),53-68.
8. McCarthy , E.J.(1990). Basic marketing : a managerial approach (7thed.) . Homewood, IL:Ricard D.
9. McCarthy , E.J. & Perreault , W.D.(1990). Basic Marketing: A Managerial Approach. Homewood, IL: Irwin.
- 10.Marcus, B. H. (1975). Modern Marketing. N. Y. : Ran House.
- 11.Mark, R. (2002). It is where you come from, but what you want that counts. Marketing ,16, 16-17.
- 12.Parameswaran , R. , & Glowacka A. E. (1995). University image : an information processing perspective. Journal of Marketing for Higher

Education , 6 (2), 41-56.

13. Smith, L. R., & S. T. (1984).Cavusgil Alternative Marketing Strategies.

Journal of Marketing, 21, 3.

14. Marketing planning for college and universities .International Journal of Strategic and Long Range Planning, 17, 104-117.

15. Smith , W.R.(1956) . Product differentiation and market segmentation as alternative marketing strategies . Journal of Marketing , 21 , 3-8.

16. Wind, Y. (1978). Issues and Advances in Segmentation Research. Journal of Marketing Research , XY(8), 317-337.

敬啟者您好：

這是一份了解「EMBA 學生學習需求及策略性資源」的學術問卷，主要是探討 EMBA 學生選擇學校就讀的因素，您寶貴的資訊將對本研究有莫大幫助，期盼您百忙中撥冗填答。

本研究純供學術之用，只作整體性的探討，絕不個別對外披露，敬請安心填答。最後，再次懇請惠予協助，謹此敬致謝忱。

敬祝

平安喜樂

南華大學管理科學研究所  
指導教授 李建中 博士  
研究生 鄭雅容 敬上

【第一部分】評估準則：此部分問題請您依實際感受的情況作答，並在適當的□中打✓。

非常不同意   不同意   無意見   同意   非常同意

1. 交通便利的學校是我進修考量的因素 .....□ □ □ □ □
2. 生活機能便利的學校是我進修考量的因素 .....□ □ □ □ □
3. 上課地點便利的學校是我進修考量的因素 .....□ □ □ □ □
4. 選擇鄰近的學校是我進修考量的因素 .....□ □ □ □ □
5. 學校的評鑑排名是我進修考量的因素 .....□ □ □ □ □
  
6. 學校的知名度是我進修考量的因素 .....□ □ □ □ □
7. 具有崇高學術聲望的學校是我進修考量的因素 .....□ □ □ □ □
8. 擁有良好教學品質的學校是我進修考量的因素 .....□ □ □ □ □
9. 學校教師的教學風格與型態是我進修考量的因素 .....□ □ □ □ □
10. 具備理論與實務的師資是我進修考量的因素.....□ □ □ □ □
  
11. 擁有完整課程規劃的學校是我進修考量的因素 .....□ □ □ □ □
12. 能提供英文教學的學校是我進修考量的因素.....□ □ □ □ □
13. 能整合教師資源提供學生具備跨領域知識的學校是我進修考量的因素□ □ □ □ □
14. 能提供網路教學課程的學校是我進修考量的因素.....□ □ □ □ □
15. 會定期舉辦學術研討會的學校是我進修考量的因素.....□ □ □ □ □

非常不同意  
不同意  
無意見  
同意  
非常同意

16. 報考時工作資歷限制較少的學校是我進修考量的因素.....
17. 入學考試測驗較容易的學校是我進修考量的因素.....
18. 具學分班入學管道的學校是我進修考量的因素.....
19. 報考時文件審查的方便性是我進修考量的因素.....
20. 上課時間的合適性是我進修考量的因素.....
21. 文憑取得的容易是我進修考量的因素.....
22. 求知與學習成就均是我進修考量的因素.....
23. 社會文憑主義的影響是我參與進修考量的因素.....
24. 社會大眾對高學歷的看法是我參與進修考量的因素.....

【第二部分】參與動機：此部分問題請您依實際的情況作答，並在適當的中打✓。

非常不同意  
不同意  
無意見  
同意  
非常同意

1. 參與進修是為求職務上的晉升 .....
2. 參與進修因為工作內容改變，而希望再接受教育 .....
3. 參與進修是為了加薪 .....
4. 參與進修是為了職業轉換而準備 .....
5. 參與進修是為了彌補過去學習中斷的遺憾 .....
6. 參與進修是為了受到同事較高教育程度的刺激 .....
7. 參與進修是為了提高學歷、取得文憑或資格 .....
8. 參與進修是為了希望提升社會地位 .....
9. 參與進修是為了為了提高專業形象 .....
10. 參與進修是為了再次學習，從新認識自己.....
11. 參與進修是為了自我超越與挑戰.....
12. 參與進修是為了使生活更豐富.....
13. 參與進修是為了重新體驗校園生活.....
14. 參與進修是為了作為子女或家人的榜樣.....
15. 參與進修是為了擴展社交圈.....

非常不同意  
不同意  
無意見  
同意  
非常同意

16. 參與進修是為了認識志同道合的夥伴.....
17. 參與進修是為了希望成為學校團體的一份子.....
18. 參與進修是為了享受與其他人一齊學習的樂趣.....
19. 參與進修是為了滿足求知慾.....
20. 參與進修是為了基於活到老學到老的精神.....
21. 參與進修是為了增廣見聞.....
22. 參與進修是為了以學習充實生活.....
23. 參與進修是為了課程的吸引力.....
24. 參與進修是為了補充過去所學之不足.....
25. 參與進修是為了想成為更有學識的人.....
26. 參與進修是為了從學習中尋求成就感.....
27. 參與進修是為了取得第二專長.....

【第三部分】基本資料：此部分均為單選題，請您依實際的情況作答，並在適當的中打✓。

1. 性別 男 女
2. 年齡 30歲以下 31歲-40歲 41歲-50歲 51歲-60歲 60歲以上
3. 婚姻狀況 已婚 未婚
4. 居住地區 北基宜 桃竹苗 中彰投 雲嘉南 高屏 花東 外島
5. 就讀訊息來源 同事推薦 上司推薦 親朋好友 自己找尋 報章雜誌 網路
6. 與學校交通距離 1小時 2小時 3小時 4小時 5小時
7. 最適宜修課時間 週一至週五晚間 星期六、日
8. 已取得之最高學歷 專科 二技/大學 研究所
9. 距離上次求學時間 10年以下 11~15年 16~20年 21~25年 25年以上
10. 職位 基層職員(科/組長/課長) 中階職員(襄理/副理/經理/局長) 高階主管(協理/局處長以上)
11. 服務年資 10年以下 11~15年 16~20年 21~25年 25年以上
12. 產業別 政府機關 軍警 教育/研究 經商 建築/營造 金融/保險  
房地產 資訊 服務 電信 醫療 法律相關行業  
交通/運輸/旅遊 娛樂/出版 傳播/行銷 藝術 其他
13. 工作屬性 業務 行銷 普通行政 行政管理 製造 研發 財務會計

本問卷到此全部結束，麻煩您再檢查一下是否有遺漏之處。  
再次感謝您熱心的填答與協助！