

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 IN MANAGEMENT SCIENCES

NAN HUA UNIVERSITY

中部縣市商業技職學生升學考量因素之分析

A FACTOR ANALYSIS ON THE CONSIDERATION FOR A HIGHER
EDUCATION BY THE STUDENTS OF BUSINESS TECHNOLOGICAL AND
VOCATIONAL SCHOOLS LOCATED IN THE CENTRAL COUNTIES OF TAIWAN

指導教授：丁誌紋博士

ADVISOR : PH.D. CHIH-WEN TING

研究生：鍾雅儷

GRADUATE STUDENT : YA-LI CHUNG

中 華 民 國 九 十 三 年 六 月

南 華 大 學

管理科學研究所

碩 士 學 位 論 文

中部縣市商業技職學生升學考量因素之分析

研究生：鍾雅儂

經考試合格特此證明

口試委員：黃國忠

丁德毅

于健

指導教授：丁德毅

所 長：陳春聲

口試日期：中華民國 九十三年 五月 十二 日

南華大學管理科學研究所九十二學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：中部縣市商業技職學生升學考量因素之分析

研究生：鍾雅儷

指導教授：丁誌敏博士

論文摘要內容：

隨著國內教育環境的轉變，以及加入世界貿易組織的衝擊，教育市場生產者（學校），應改變過去主觀的思考模式，除了主動透過學校對外宣傳活動，將學校辦學績效傳達給學生之外，更要瞭解教育市場消費者（學生）的需求與特性，以擬定更佳的招生策略。因此，本研究主要是從行銷導向的觀點，由教育行銷觀點及消費者行為分析，瞭解商業技職學生升學選校的考量因素與資訊來源。本研究針對技職體系的學制，將研究對象涵蓋商業類之高職、二專日間部及二專進修部等三個學制之應屆畢業學生，採用問卷調查，以中部地區商業類技職學生為樣本，探討學生在選填自願時之考量因素為何？而不同學制與不同背景變項之學生在選校考量因素是否有所差異？

本研究依據相關文獻，擬訂出經濟取向、生活取向、學習取向、就業取向、聲望取向及資訊來源取向等六個構面，以描述性統計、單因子變異數及雙因子變異數分析，進行資料分析與整理，歸納結論如下：

- 一、商業類技職學生對經濟取向、學習取向與就業取向的因素較為重視。
- 二、不同學制的學生，在經濟取向有明顯的差異外，在其餘各構面上均無顯著性差異。
- 三、不同背景變項的學生在性別、成績、父親教育程度、母親教育程度及家庭支應子女教育費用情形，在選校考量因素上有顯著差異。
- 四、不同學制與不同背景變項的學生在性別、可能進入的學校類型、成績、父親教育程度與家庭支應子女教育費用情形，有顯著交互作用。

關鍵詞：選校因素、技職教育、教育行銷

Title of Thesis : A factor analysis on the consideration for a higher education by the students of business technological and vocational schools located in the central counties of Taiwan.

Name of Institute : Graduate Institute in Management Sciences, Nan Hua University

Graduate date : June, 2004

Degree Conferred : M.B.A.

Name of student : YA-LI CHUNE

Advisor : Ph.D. CHIH-WEN TING

Abstract

As the change of domestic educational environment and the impact of entering WTO, producers in educational market, the schools, should transform their subjective thinking pattern. And to draw up the much better strategy of enrollment, it should have a better understanding to the demands and features of consumers in educational market, the students, besides transmitted the performance of running schools to them. To examine the school selection factors that students considered, and if there are differences between the different education system and background variables or not in it, this paper make the students of business technological and vocational schools, composed of vocational high school, two-year daytime- and night-school, of central Taiwan as the subjects.

Literature review in this paper was used to construct six dimensions, including economics orientation, life orientation, learning orientation, employment orientation, reputation orientation and information sources orientation, and apply the statement statistic, one- and two-way Anova in turned to analyze the datum. Results indicate that:

1. Business technological and vocational students pay more attention to the orientation of economics, learning and employment.
2. Besides the economics orientation, the different education system students have no significant differences in other dimensions.
3. The students of different background variables, including gender, score, parental education level and the burden of children educational expense, are significantly different with the schools selection factors.
4. The students of different education system and background variables, including gender, the type of entrance, score, father education level and the burden of children educational expense, have significant interactive effects.

Keywords : Decision Making, Technological and Vocational Education , Educational Marketing

目 錄

中文摘要.....	i
英文摘要	ii
目錄.....	iii
表目錄.....	v
圖目錄.....	viii
第一章 緒論.....	1
1.2 研究目的.....	2
1.3 研究限制.....	3
1.4 研究流程.....	3
第二章 文獻探討.....	5
2.1 技職教育簡介.....	5
2.2 教育行銷.....	10
2.3 消費者行為理論.....	19
2.4 相關研究之文獻與假設推論.....	24
第三章 研究方法.....	33
3.1 研究架構.....	33
3.2 研究設計.....	34
3.4 資料分析與統計方法.....	47
第四章 實證結果與分析.....	49
4.1 選校考量因素開放題之歸納分析.....	49
4.2 選校考量因素量表之現況分析.....	50
4.2 不同學制學生在各構面之差異性分析.....	54
4.3 不同背景變項之學生在各構面之差異分析.....	55

4.4	不同學制與不同背景變項學生對各構面之雙因子變異數分析....	62
第五章	結論與建議.....	82
5.1	結論.....	82
5.2	建議.....	90
	參考文獻.....	94
附錄一	中部縣市商業技職學生升學考量因素開放題彙整表	101
附錄二	問卷調查表.....	105
	個人簡歷	109

表目錄

表 2.1	我國技術及職業教育的改革與經濟發展的關係.....	6
表 2.2	82-86 學年度技職校院校數	9
表 2.3	87-91 學年度技職校院校數	9
表 2.4	86-90 學年度技職校院學生人數	10
表 2.5	購買行為的四種類型.....	21
表 3.1	本研究量表.....	36
表 3.2	試測問卷信度與效度分析表(有效樣本數=83).....	40
表 3.3	取樣學校問卷分配表(高中職校).....	42
表 3.4	取樣學校問卷分配表(專科部).....	43
表 3.5	學生基本資料之分佈狀況.....	44
表 3.6	正式問卷信度與效度分析表(有效樣本數=744).....	46
表 4.1	開放性題目學生較重視選校考量因素彙整表.....	50
表 4.2	學生選校考量構面之均值分析 (有效樣本數=744)	51
表 4.3	學生選校考量因素之均值分析 (N=744)	52
表 4.4	不同學制之學生對選校考量構面之差異分析.....	54
表 4.5	不同性別在各構面之差異分析.....	55
表 4.6	入學方式在各構面之差異分析.....	56
表 4.7	未來可能進入的學校在各構面之差異分析.....	57
表 4.8	成績在各構面之差異分析.....	57
表 4.9	父親教育程度在各構面之差異分析.....	58
表 4.10	母親教育程度在各構面之差異分析.....	60
表 4.11	家庭支應子女教育費用在各構面之差異分析.....	61
表 4.12	學制與性別之人數統計表.....	63

表 4.13	學制與性別對各構面之雙因子變異數分析.....	63
表 4.14	學制與性別對經濟取向之交互效果分析.....	64
表 4.15	學制與入學方式之人數統計表.....	64
表 4.16	學制與入學方式對各構面之雙因子變異數分析.....	65
表 4.17	學制與未來可能進入的學校之人數統計表.....	67
表 4.18	學制與未來可能進入的學校對各構面之雙因子變異數分析	67
表 4.19	學制與未來可能進入的學校對聲望取向之之交互效果分析	68
表 4.20	學制與未來可能進入的學校對資訊來源取向之交互效果分析 ..	69
表 4.21	學制與未來可能進入的學校對就業取向之之交互效果分析	70
表 4.22	學制與成績之人數統計表.....	72
表 4.23	學制與成績對各構面之雙因子變異數分析.....	73
表 4.24	學制與成績對生活取向之之交互效果分析.....	73
表 4.25	學制與成績對就業取向之交互效果分析.....	75
表 4.26	學制與父親教育程度之人數統計表.....	76
表 4.27	學制與父親教育程度之雙因子變異數分析.....	77
表 4.28	學制與父親教育程度對就業取向之交互效果分析.....	77
表 4.29	學制與母親教育程度之人數統計表.....	78
表 4.30	學制與母親教育程度之雙因子變異數分析.....	79
表 4.31	學制與家庭支應子女教育費用情形之人數統計表.....	80
表 4.32	學制與家庭支應子女教育費用情形之雙因子變異數分析	81
表 4.33	學制與家庭支應子女教育費用情形對學習取向之交互效果分析	81
表 5.1	不同學制之學生對選校考量因素之關聯性.....	84
表 5.2	不同背景變項之學生與選校考量因素之關聯性.....	85
表 5.3	學生不同背景變項與各構面之差異分析.....	85

表 5.4 不同學制之不同背景變項的學生與選校考量因素交互作用之關聯性	89
表 5.5 不同學制與不同背景變項學生之雙因子變異數分析.....	89

圖 目 錄

圖 1.1 本研究架構.....	4
圖 2.1 消費者行為模式.....	20
圖 2.2 消費者購買決策過程的簡單模型.....	22

第一章 緒論

1.1 研究背景

自八十五學年度起，為暢通技職學生升學機會，教育部提出開拓技職第二教育國道政策，推動鼓勵績優專科學校改制技術學院、績優技術學院改名科技大學，及輔導大學校院增設二年制技術院系等措施，科技大學由原 0 校成長為 15 校，技術學院由原 7 校成長為 56 校，大學附設二技院系由原 2 校成長為 37 校（教育部技職司，民 92），國內高等技職教育技職院校數量、科系大幅度的擴增，而其所增加招收的學生數量更極為可觀。

我國的人口出生人數下降，國中畢業生人數減少，直接影響到高中職的招生，以及受國內高中職比例調整的影響，高職畢業生人數每年平均減少 3.4%（許舒翔、沈健華、周春美，民 91）。至九十一學年起，技職院校核定的招生總人數首度超過當年的高職畢業生，「九十一學年度高中職及五專聯合登記分發...。教育部統計，今年核定招生總名額約二十六萬人，但實際只錄取十五萬人，估計私校及進修學校（補校）缺額達十萬人」（江昭青、馮惠宜，民 91）。在學生數量供需失調的情況下，技職院校招生不足的問題及困境也日益嚴重。隨著我國於二 0 0 二年加入世界貿易組織（World Trade Organization,WTO）後，國內教育市場的開放、及國外個人或機構可以來台設校與招生，使得未來教育環境的競爭更加激烈，學校的經營亦更加困難。

由此可知，不論是國內教育環境的轉變或加入世界貿易組織的衝擊，就教育市場生產者（學校）而言，應改變過去較為主觀的思考模式，除了主動透過學校對外宣傳活動，將學校辦學績效傳達給學生之外，更

要瞭解教育市場消費者（學生）的需求與特性，並建構出吸引教育市場消費者(學生)的招生策略，顯得更為重要。因此，本研究試圖瞭解學生在選填自願時考量因素為何？其資訊來源及主要影響力來源為何？為本研究的動機之一。探討及瞭解學生不同的需求及特性，瞭解及其重視的選校考量因素，進行市場區隔，有效的調整招生策略，以吸引優秀的學生就讀，為本研究的動機之二。以往對學生的選校考量因素研究中，幾乎都只單一針對高中職學生或專科學生為研究對象（王惠美，民 92；曹春隆，民 90），鮮少針對不同學制進行交互的比較。然而，我國技職教育學制的複雜¹及入學管道的多元化²，使得不同階段的學生，有不同的選校考量因素。因此，本研究將針對不同學制的學生作為探討研究對象，包含高職學生、專科日間部學生及進修部(夜間部)學生，期能對學生升學選校之考量因素有較全面的瞭解，不同學制的學生，其選校考量因素有何差異，為本研究的動機之三。

1.2 研究目的

基於研究背景與動機，本研究目的如下：

- 一、瞭解商業技職學生升學時的考量因素。
- 二、探討不同學制的學生升學時的考量因素有何差異。
- 三、探討不同背景的學生升學時的考量因素有何差異。
- 四、根據本研究結果提供技職院校作為招生策略規劃的參考。

¹ 技職教育在高中、職階段依課程重點不同，分為職業學校、綜合高中及實用技能班等；在專科學校階段，分為五、二專；在大學階段則分技術學院、科技大學二、四年制技術系及一般大學專業教育、二年制技術系等；其學制涵蓋日間部、進修部（夜間部）、回流教育在職專班、進修職校、進修專校、進修學院、空中學校等。（教育部技職司，民 92）

² 國內技職校院招生入學方式有登記分發、推薦甄選、申請入學、甄試保送及單獨招生等不同方式。

1.3 研究限制

綜觀國內技職院校至九十一學年度時，職業學校有 170 所，綜合高中校數有 143 所，專科學校 15 所，技術學院有 56 所，總計 384 所學校，本研究在資料蒐集上力求客觀，但因資源有限，無法採用普查方式逐一調查，因此研究對象及研究範圍有所限制，茲敘述如下：

1.3.1 研究對象之限制

本研究選擇台中縣市、彰化縣市、南投縣、雲林縣、嘉義縣市等五縣市之高職、綜合高中、專科學校及技術學院專科部日間部、進修部（夜間部）之商業類應屆畢業生為研究對象，採用分層便利抽樣方式來進行研究，因此在研究結果解釋及推論上，將會受到研究對象的限制。

1.3.2 研究範圍之限制

本研究以探討技職學校商業類學生升學的考慮因素，未含回流教育在職專班、進修職校、進修專校、空中學校等。

1.4 研究流程

本研究之流程如

圖 1.1 所示，首先由研究背景產生研究動機後、擬訂出研究目的，並就技職教育的現況、政策、問題、學生選校考量因素、市場區隔、教育行銷與消費者行為等進行文獻探討，建立本研究之觀念性架構，再進一步由前測與試測所得的資料，進行資料分析，以及透過專家意見後，

決定出最後的問卷構面及題項，而後透過正式的問卷調查，進行資料搜集及分析，最後提出結論及建議。

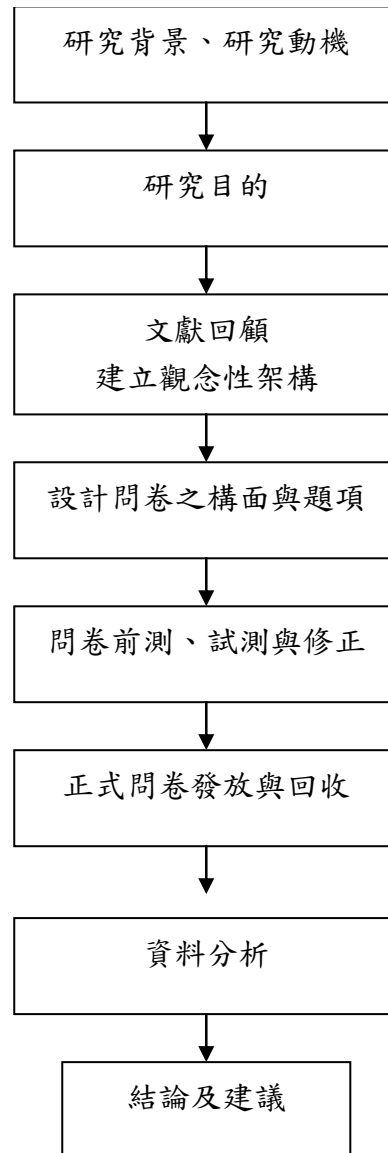


圖 1.1 本研究架構

第二章 文獻探討

本研究主要是從教育行銷及消費者行為的觀點，試圖剖析商業技職學生升學選校行為中，其資訊及主要影響力來源與選填志願時優先考量的因素，並探討技職招生市場中，學生的各項特性，提供各類型學校招生目標的選擇，招生策略的擬定及招生活動的規劃，來發展各校特色。

在進行研究設計與問卷調查之前，先對目前技職教育之發展現況，以及教育行銷概念作一番探討，然後針對教育行銷策略及消費者行為理論等研究文獻加以分析整理，以作為本研究的概念架構與理論基礎之依據。

2.1 技職教育（Technological and Vocational Education）簡介

台灣經濟發展，技職教育功不可沒。技術及職業教育（Technological and Vocational Education）以下簡稱技職教育）的目的在於配合國家經濟發展需求培養出產業技術人才。技職教育在培育一個國家經濟發展所需的人才，對促進國家經濟成長和提昇國家競爭力關係密切，素為各國所重視（孫運璿，民 87）。

2.1.1 技職教育的沿革與國家經濟發展的關係

民國四〇年代，國內技職教育為配合勞力密集的產業型態，以職業學校為發展重點；隨著產業結構型態的調整，辦學的層次逐漸上移，五〇、六〇年代逐漸以五專、二專為重點；為了配合國家經濟建設快速的發展，在民國六十三年更設立了臺灣工業技術學院，建構了高職、專科學校、技術學院的一貫技職教育體系，為我國教育制度的一大特色（教

育部技職司，民 92)。我國技職教育的改革與經濟發展是密不可分。在每一階段技職教育改革的歷程與內涵，均配合著經濟發展的趨勢而制定出不同的教育政策，如表 2.1 所示。

表 2.1 我國技術及職業教育的改革與經濟發展的關係

一、復舊階段 (民國 34 年~41 年)	
技職教育的變革	1、確定高、初級職業學校教育目標；2、簡化科別；3、調整各類科目及每週教學時數；4、美國教育總署派員來台考察職業教育，建議政府在大學設立職業教育學系培養師資；5、公佈暫行各類職業學校課程標準及實習設備標準；6、採免費、公費或獎學金鼓勵就讀職業學校
二、第一次進口替代階段 (民國 42~49 年)	
技職教育的變革	1、明定技術及職業教育的宗旨在於培養技術專門人才，配合國家經濟建設的需要；2、接受美國經濟援助，充實工職設備；3、於省立台灣師範學院成立工業教育系，以培養師資；4、實施單位行業訓練課程教學，用以改善以往偏重理論，忽略技能訓練之教學活動，積極培育經建發展所需基層技術人力；5、舉辦工業職業教育暨訓練調查，配合業界需求，規劃工職教育政策；6、辦理推展教育，利用職校現有師資及設備，加強實用技藝訓練；7、訂頒建教合作實施方案
三、出口擴張階段(民國 50~61 年)	
技職教育的變革	1、將技術人力培育計畫納入第三、四、五期經建計畫中實施，並提出優先設置工業類科的政策，對人力發展訂定中、長期計畫目標；2、繼續運用美援，改善工職設備；3、實施九年國民教育，確立停止初職及省辦高中高職暨職校最多兩類之政策；4、積極擴增工業職業科班；5、修訂職校課程標準；6、向世界銀行貸款更新工職設備；7、推動辦理各項建教合作；8、引進西德模式試辦階梯式教學；9、訂定台灣省私立學校獎助金辦法，獎助私立職校發展；10、民國 55 年規劃高中教育職業科與普通科學生人數之比例，暫訂逐年增至四比六之比，至民國 58 一 61 年，則增至五比五之比；11、訂頒五年制高級職業學校設置暫行辦法，至民國 57 年 8 月停招；12、教育部增設專科職業教育司；13、創設工業技術學院

表 2.1 我國技術及職業教育的改革與經濟發展的關係（續）

四、第二次進口替代階段(民國 62~70 年)	
技職教育的變革	1、大量增設專科學校；2、高中與高職在學人數的比例調至民國 70 年達成三比七之比；3、設立台灣工業技術學院；4、推行第一期工職教育改進計畫；5、推行在校學生技能檢定；6、職校群集教育課程的研訂；7、頒布私立學校法及其施行細則；8、推動辦理各項建教合作；9、修訂課程標準；10、實施技職校院評鑑；11、積極擴增職業科班；12、舉辦職校學生技藝競賽；13、繼續試辦階梯式教學
五、自由化、國際化階段(民國 71~78 年)	
技職教育的變革	技術及職業教育在此一階段進行下列主要的改革：1、實施第二、三期工職教育改進計畫；2、積極推展能力本位教學實驗；3、因應產業結構變化，群集教育課程與單位行業課程並行；4、試辦延長以職業教育為主的國民教育計畫；5、專科以上教育以質的提升取代量的擴充；6、因應產業自動化推展資訊教育；7、加強弱勢族群之技術及職業教育；8、繼續辦理技職校院評鑑；9、推動校務行政電腦化工作；10、鼓勵私人興辦專科及技術學院
六、全面轉型促進產業升級階段(民國 79~迄今)	
技職教育的變革	1、在校生丙級專案技能檢定；2、試辦高職學年學分制；3、加強國中技藝教育案，邁向十年國教目標；4、強調技職師資實務導向，加強教師在職進修；5、加強弱勢族群之技術及職業教育；6、試辦綜合高中實驗；7、調整高中高職學生比例為五比五；8、加強建教合作，充實學生實作經驗；9、改進技術及職業教育課程，因應二十一世紀人才需求；10、縮小公私立學校資源差距，提升教育品質；11、建立終身教育體制；12、加強外語、資訊運用能力

資料來源：台灣省政府（民 84），台灣發展五十年回顧

綜觀上述，本研究瞭解到我國技職教育為配合國家經濟的發展，擬定了不同階段的教育政策，培育經濟發展所需之專業人才，在台灣經濟起飛階段，也確實地提供了基礎技術及服務所需人才，對台灣經濟的發展有很大的貢獻。然而隨著科技的進步，經濟及產業結構產生了重

大的轉變，傳統產業紛紛轉型或出走以求生存，原先技職教育所培育出的學生，其所具備的技能與產業需求產生了極大的落差，使得技職教育面臨了空前的考驗。因此，面臨產業升級，如何因應經濟環境的轉變，調整技職教育政策，培養符合時代需求的高科技人才，實是目前技職教育重要的課題之一。

2.2.2 技職教育發展現況

一、 技職校院校數

根據教育部技職司（民 91）從八十二學年度起至九十一學年度的統計資料可看出技職校院校數成長情形，詳如表 2.2 及表 2.3 所示。國內技職校院自八十四學年度起普通大學可附設二年制技術學院，八十五學年度績優之專科學校允許改制為技術學院並附設專科部、試辦綜合高中，更於八十六學年度將數所技術學院升等為科技大學。國內技職校院從八十二學年度至九十一學年度校數，科技大學由原 0 校成長為 15 校，技術學院由原 3 校成長為 56 校，大學附設二技院系由原 2 校成長為 37 校，專科學校則由原 74 校遞減為 15 校，職業學校由原 209 校遞減為 170 校，綜合高中校數則增為 151 校。

表 2.2 82-86 學年度技職校院校數

學年度 學制	82 學年度			83 學年度			84 學年度			85 學年度			86 學年度		
	公 立	私 立	小 計	公 立	私 立	小 計	公 立	私 立	小 計	公 立	私 立	小 計	公 立	私 立	小 計
科技大學	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	5
技術學院	3	0	3	5	1	6	6	1	7	6	4	10	6	9	15
專科學校	14	60	74	13	59	72	16	58	74	14	56	70	10	51	61
職業學校	95	114	209	95	111	206	96	107	203	98	106	204	99	105	204
綜合高中	0	0	0	0	0	0	0	0	0			18			44
大學校院附 設二技院校									2			16			20

資料來源：教育部技職司（民 92），技職教育的現況、問題與發展策略，技術及職業教育，73 期

表 2.3 87-91 學年度技職校院校數

學年度 學制	87 學年度			88 學年度			89 學年度			90 學年度			91 學年度		
	公 立	私 立	小 計	公 立	私 立	小 計	公 立	私 立	小 計	公 立	私 立	小 計	公 立	私 立	小 計
科技大學	5	1	6	5	2	7	6	5	11	6	6	12			15
技術學院	7	13	20	10	30	40	10	41	51	11	44	55			56
專科學校	6	47	53	4	32	36	4	19	23	3	16	19	3	12	15
職業學校	99	102	201	97	102	199	95	93	188	95	83	178	95	75	170
綜合高中	17	45	62	21	56	77	39	82	121	48	96	144	53	98	151
大學校院附 設二技院校			23			22			25			25			37

資料來源：教育部技職司（民 92），技職教育的現況、問題與發展策略，技術及職業教育，73 期

二、技職校院學生人數

從八十六學年度至九十學年度技職校院學生人數，如表 2.4 所示。

由博士研究生人數由八十六學年度之 378 人增加為九十學年度 854 人，碩士研究生人數從 2,166 人增加為 8,768 人；大學部學生從 44,331 人增加為 273,368 人；專科生人數從 433,865 減少為 406,841 人；職業學校學生人數從 509,064 人減少為 377,731 人；綜合高中人數從 17,167 增加為 463,756 人。 博士研究生成長 1.26 倍；碩士研究生成長 3.05 倍；大學部學生成長 5.17 倍；專科生減少 6%；職校生減少 25.8%；綜合高中生成長 4.01 倍，呈現職業學校學生人數逐年遞減，綜合高中學生人數逐年遞增的情形。

綜合上述資料顯示，高職生和大專生的畢業生逐年減少，而四技及二技的招生人數卻呈現快速成長，若以此發展下去，勢必導致招生不足，進而導致學生素質低落、二次招生之公平性等問題。然而這些現象也已於九十學年度後陸續發生，教育部九十一學年度四技二專核定招生人數首度超過當年高職畢業生，若不尋求因應之道，學生供需失調然生的問題將更加惡化。

表 2.4 86-90 學年度技職校院學生人數

學年度		86 學年度	87 學年度	88 學年度	89 學年度	90 學年度
學生		人數	人數	人數	人數	人數
博士生		378	420	511	634	854
碩士生		2,166	2,557	3,918	6,001	8,768
小計		2,544	2,977	4,429	6,635	9,622
大學部	二技生	30,138	45,806	72,188	114,714	155,650
	四技生	14,193	18,596	33,445	65,608	117,718
小計		44,331	64,402	105,633	180,322	273,368
專科生	三專生	394	64	28	4	0
	二專生	236,285	254,427	261,891	257,171	232,413
	五專生	197,186	197,855	195,101	187,007	174,428
小計		433,865	452,346	457,020	444,182	406,841
職校生		509,064	493,055	467,207	427,306	377,731
綜合高中生		17,167	36,010	47,417	68,977	86,025
小計		526,231	529,065	514,624	496,283	463,756
總計		1,006,971	1,048,790	1,081,706	1,127,422	1,153,587

資料來源：教育部技職司（民 92），技職教育的現況、問題與發展策略，技術及職業教育，73 期

2.2 教育行銷 (Educational Marketing)

教育行銷 (Educational Marketing) 是指將行銷觀念應用在學校，過去行銷理論多被應用在營利事業機構，1970 年代初期，行銷突破原有的商業範疇，逐漸被運用到非營利事業機構，如醫院、教育、藝術活動，圖書館、社會服務、慈善等非營利機構採用。行銷的興起雖然最初是為了追求企業的利潤，但是行銷的理念一樣可以有效地運用於不以利潤為目標的組織，協助非營利機構去瞭解服務對象，制定滿足消費者的需求，同時完成組織目標的策略 (戴曉霞，民 89)。

「教育行銷」一詞對施行入學申請制，且對普遍供給大於需求趨勢的英、美大學來說，實耳熟能詳 (彭曉瑩，民 91)。然而，當前我國教育行銷觀念應用於教育之重要性，其主要來自於教育市場開放，競爭者增加，技職院校快速擴充及加入 WTO 組織，教育環境的改變，讓各學校面臨了前所未有的競爭環境，如何將行銷理論導入學校管理，是許多學校經營者重視的問題之一，透過對教育消費者需求的瞭解，及兼顧學校的社會責任，學校經營已由過去重視教學行政成效與學生的生活管理，演變為現今學校與社區活動的結合，而學校也逐漸重視學生家長的建議與看法，並透過傳媒來行銷學校的校務目標與特色 (湯堯，民 89)。彭曉瑩 (民 89) 認為「教育行銷」定義是將行銷的觀念應用於學校，意指對學校進行行銷規劃管理的完整過程。主要分為「內部行銷」與「外部行銷」，其中內容重點包含「教育行銷理念」、「學校行銷組合」及「招生推廣策略」等三層面。許詩旺 (民 91) 研究中認為「學校行銷」亦是將行銷觀念應用在學校，透過界定組織使命，進行情勢分析，訂定教育行銷目標，教育行銷策略和行銷控制以達成學校目標的完整歷程」。朱榮松、蔡天德、陳啟雄、及田振榮 (民 91) 指出學校行銷與一般行銷同樣強調行銷

規劃、管理、分析、執行、及考核的完整過程」。湯堯（民 89）強調教育行銷不僅是希望能夠將學校塑造成優良的組織部門，且更積極地期盼讓社會大眾知道學校組織是一個追求卓越且關懷人群的組織部門。而鄭勵君（民 87）認為學校行銷是將教育視為市場，學校運用市場區隔策略，確定目標市場，運用優良的師資、課程、設備、學習資源、獎勵措施、結盟伙伴、學生進路、宣傳媒體，結合學校、學生及家長間的交換價值的過程，其目的在於提昇學校整體的教育品質。

綜合上述文獻，本研究將教育行銷定義為：「將行銷的觀念應用於學校，界定組織使命，進行環境分析，訂定教育行銷目標，強調行銷規劃、管理、分析、執行、及考核的完整過程，試圖將學校塑造成優良的組織部門，且更積極地期盼讓社會大眾知道學校組織是一個追求卓越且關懷人群的組織部門，其目的在於提昇學校整體的教育品質」。此定義主要摘自於上述彭曉瑩（民 89）、許詩旺（民 91）、朱榮松、蔡天德、陳啟雄、及田振榮（民 91）、湯堯（民 89）、鄭勵君（民 87）等對教育行銷相關之定義。

2.2.1 教育行銷的功能

陳聰吉（民 91）摘自 Kotler & Fox（1995）對學校行銷的主張，而將學校行銷的功能歸納如下：

一、協助學校招生目標的實現

行銷管理協助教育機構分析現有環境中的機會與威脅，由招生單位功能的檢視，擴展至學校整體環境的評估（Hall & Elliott，1993）。學校可透過行銷管理，做有系統的環境分析與市場調查，藉以蒐集資訊，以協助檢討招生相關活動的執行與規劃，釐清真正問題的所在，發展出

有效的招生策略。

二、 滿足學生的需要與特性

行銷管理協助學校發覺學生的需要與特性，以學生的觀點出發，規劃適切的招生活動、課程內容、學習環境等。為因應分眾社會的形成，在一個開放、民主、多元的時代中，個體的差異性甚於集體的一致性。人們無論在思想、價值、行為多不易獲得共識，代表教育機構必須揚棄將學生視為相同的個體（邱天助，民 85）。而這意味著學校須將招生對象加以區分，針對不同的學生特性，規劃有效的招生活動及適切的課程內容，以滿足學生的需求，增加學生學習的參與感，並藉著滿意的學生建立學校的口碑。藉以如此，學校招生策略的規劃，倘若能針對學生的需求、知覺與偏好，規劃出學校自我的特色，且能規劃出最具吸引力與最有效的服務目標，更可促進學校間的多元化（Litten，1980）。

三、 發現較佳的招生市場機會

學校可繼續以既有的主要市場作為招生目標，或重新尋找新的招生目標。當選擇既有市場，則所需改變最少，且可能在現有市場佔有較佳的地位；但如發覺在其他次要或潛在市場中，擁有某些相當獨特的優勢時，則可考慮尋找新的招生市場，掌握較佳的招生機會（Hall & Elliott，1993）。當學校發現既有的市場已經改變，或不再具有優勢時，更須透過行銷管理發現問題的癥結，並加以改進，或找尋新的市場，並發展符合市場的新優勢。

四、 改善招生活動的效率

行銷重視理性的管理，許多教育機構決策過程中較缺乏成本效益的考慮。學校在運用有限的資源時，必須考慮資源利用效益的最大化。然而，領導者必須瞭解學校行銷所產生的效益，將有助於發展適切的學校

招生策略，進而提升學校的招生績效（Rosen，Curran & Greenlee，1998）。此研究的結果與國內學者陳添旺（民 85）、夏光華（民 89）、及陳建達（民 89）之教育行銷研究的結果雷同。然而，在行銷觀念中強調的是「目標市場選擇」重要性（黃俊英，民 86），比如學校在招生策略中，倘若著重目標的選擇，將有助於針對特定學生的需求，有效的調整招生策略與課程規劃，而不至於分散招生的資源，將會適時提升招生活動的效率。

2.2.2 教育行銷策略

林建志（民 92）摘自 Kotler 和 Fox（1994）之「教育機構的策略行銷」（Strategic Marketing for Educational Institutions）一書中指出教育機構有三種行銷策略：

一、 單一化行銷：

採行單一化行銷的教育機構對於市場區隔的差異不予重視，主要著重於學習者共同的需求。這種行銷策略假定學習者的需求相似，不重視消費者的差異性，因此教育機構僅提供單一的課程，並且試圖讓所有的學習者去接受它。這樣的行銷策略最大的好處就是降低活動的成本，許多缺乏經費的教育機構，經常使用此一策略。

但是無差異的行銷策略對於學習者的需求並不是很重視，畢竟低成本的活動設計是無法滿足個別的學習需求，在這樣的情況下，久而久之，有兩種可能會發生，一是需求強烈的學習者會轉而尋找並參加其他的教育機構的活動；另一種則是降低了學習的興趣，讓學習者對於學習索然無味。

二、 差異化行銷：

教育機構提供兩種或兩種以上的教育方案供學習者選擇，但是這些方案各具有不同的內容及特性，讓消費者依據個人的需求去找尋適合的方案。因此，這樣的行銷策略是提供不同的產品給消費者，並且針對不同市場區隔的需求設計不同的產品及行銷方案，如此一來，學習者參與機構辦理的學習活動時，會得到相當高的滿足，同時增進消費者對於機構的認同感。但是這樣的行銷策略雖然會提高學習參與率，相對地也會使成本增加，因為機構必須花更多的時間在活動設計、行銷研究以及廣告推銷等方面。

三、 目標行銷：

教育機構事先做好市場區隔，然後選擇其中一個來發展適當的行銷組合，藉以滿足目標市場的需求。這種行銷策略是針對所選定的目標市場的消費者進行服務及滿足目標市場消費者的需求為主，也是滿足市場需求最適當的策略。但是，目標行銷必須冒著萬一所選擇的市場衰退或消失的風險，所以目標行銷必須確實做好各種行銷研究，才能夠掌握市場先機，因此目標行銷必須具備三個步驟，市場區隔（Segment Market）、目標市場（Targeting）及定位（Positioning），簡稱 STP，茲分述如下：

1. 市場區隔

在強調行銷觀念的時代，行銷人員必須瞭解消費者的需求是有所不同的，即使消費者有相同的需求，他們還是可能以不同的方式去滿足需求，基於這種對消費者之間差異性的瞭解，許多公司的行銷人員在擬訂行銷策略之前，常會先將整個市場劃分為數個小區隔，然後以不同的行銷組合策略去滿足其中一個或數個區隔市場消費者的需求，這就是市場區隔觀念的應用。

陳瑞萍(民 89)的研究指出，在整體大學招生市場中的學生，

大致可區分為生活取向、就業取向、理想取向三種不同的類型；藉由不同類型學生選填志願行為各項特性的比較，研究中指出師範院校既有的招生目標較傾向為就業取向的學生。苗如茵(民 90)的研究中表示，成人教育中，研究所在職進修專班採用市場區隔變數以「職業」變數最多、其次為「教育程度」、最後為「參與動機」。

2. 目標市場

行銷也是市場學，而市場調查係以科學方法搜集、整理、分析種種有關的市場資料以了解目標消費者、消費者需求、競爭者之優缺點、發掘潛在顧客之需求、搜尋市場機會，並探討如何滿足消費者需求，使行銷人員能更有效地計畫、執行與控制各項行銷活動，並藉由分析結果建立目標市場；目標市場其選定常依市場區隔，經評估、區隔的發展潛力、敵我的目標、策略及優劣勢而定。對非營利機構來說，目標市場和目標大眾經常難以區分，一般其產品的直接消費者為顧客，非直接消費者為一般大眾。榮泰生（民 86）以大學為例的研究中指出，大學的一般大眾指的是包括家長、校友、社區民眾，而顧客指的就是學生。因此，目標市場的功能即在縮小市場範圍，發展出最有效率與效能的行銷方案，達到最好的行銷表現。

在目標市場行銷階段也可以分成三個步驟：(1)選定一個或多個區隔市場為目標市場；(2)決定各該目標市場的定位；(3)針對各目標市場分別擬定行銷組合策略。

林建志（民 92）摘自 Gerald(1989)，指出許多教育機構在資源拮据的狀態下，針對錯誤的市場進行促銷科系課程，不但浪費

了時間，也錯失收到優秀學生的機會，並使努力徒勞無功（許詩旺，民91）。

管理大師杜拉克(Peter Drucker)曾經說過，商業的目的不在「創造產品」，而在「創造顧客」；同樣地，學校的行銷商機是來自於學生，而非技術知識的本身。因此學校行銷策略著重在教育市場的瞭解，正確的認知學生及所有顧客對於學校產品服務的需求，依據學校產品服務與學生顧客滿意關係的屬性，參考目前學生及顧客偏好與教育市場競爭態勢，決定學校行銷的目標市場，以擬定具體的行銷策略（林建志，民92）。

3. 定位

Ries 與 Trout（1972）在定位的時代（The Positioning Era）一書首先提出「定位」理論，認為定位始於產品，任何一件商品，一種服務，一家公司，一家機構，或即使是人亦可定位；定位不是在產品本身，而是指該產品在潛在消費者心目中的地位（許詩旺，民91）。因此定位可以豐富現有的機構使命，同時考慮潛在顧客的需求和機構的使命，詳確的分析現有的教育市場中，何者未被佔有（Unoccupied）或未完全被佔有（Insufficiently Occupied），以尋求對機構有利的市場，促使整個教育系統更趨向多元化（Litten，1980；陳聰吉，民92）。

擬定定位策略時，應依循以下四個程序（許士軍，民74）：

- （1）發掘機構目前定位。
- （2）評估機構在各種品牌產品屬性所構成的「產品空間」中之位置，並發掘顧客心中此機構「理想點」之位置。
- （3）計畫達成此種行銷產品的策略。

(4) 執行策略。

綜合上述，本研究瞭解到教育環境的改變、競爭者的激增、技職院校快速的擴充及加入 WTO 組織，教育市場的開放等問題，促使許多學校經營者不得不重視這個問題的嚴重性。隨之而來的是教育市場自由化，學生擁有更大的空間與更多元化的選擇權來選擇學校，學生已不是教育的被動者，他們逐漸地轉變為教育的主動者，他們會去考量學校能為他們創造多少的競爭優勢及利基，進而再去選擇學校。在現今教育環境的轉變，學校經營者必須瞭解到學校已不是閉門造車的組織，應試圖走出學術象牙塔（蔡敦浩，民 85；Desrochers & Detmwe，1990），必須積極創造優勢，在現有的環境中尋求機會，降低威脅，發展出有效的招生策略，並藉由行銷的方式，將學校行銷出去。並且以學生的觀點出發，規劃適切的招生活動、課程計畫、學習環境等市場區隔，比如二技一般生與二技在職專班生的課程規劃可能就會有所差異，一般生可能就比較著重理論上的研究；在職專班生可能就比較著重實務上經驗的分享等方式滿足學生的需要與滿足。Hall & Elliott（1993）指出學校的經營階層假如發覺其他次要或者潛在市場中，擁有某些獨特的優勢時，則可以考慮找尋新的招生市場，掌握較佳的招生機會，創造市場的新優勢。

總而言之，學校的管理階層必須建構出符合組織的教育行銷策略，並且適切做市場區隔，將所要推出去的產品加以定位，並且針對不同的招生對象給予他們所需的理論與實務，提升學生對學校的觀感及態度，試圖建立學校的品牌，創造學校本身的競爭優勢及利基。

2.3 消費者行為理論

行銷的目的主要在於迎合與滿足目標顧客的需要與慾望。消費者行為的研究，即在探討消費者於消費時決策的過程。Engel J., Blackwell R. D., Mineral P. W. (1990) 定義消費者行為 (Consumer Behavior)，是指「消費者為滿足其需求，對產品、服務、構想之尋找、購買、使用、評價和處置，所從事的決策過程和實體活動」。而 Engel J., Blackwell R. D., Mineral P. W. 在 (1993) 又作以下解釋「消費者在取得、消費與配置產品與服務時，所涉及的各项行動，包括在這些行動之前與之後所發生的決策過程在內」。Schiffman & Kanuk (2000) 則對消費者行為下了以下的定義，「消費者為了滿足需求所表現出對於產品與服務的需求、購買、使用、評估、處置等行為」。

綜合上述國內外學者對於消費者行為的觀點，本研究採用了國內學者吳俊彥 (民 90) 對於消費者行為所下的定義，即「產品或服務之最終消費者在購買和使用產品時，所表現出來的一切行為或行動」，也就是包括搜尋、評估、購買、使用和處置一項產品、服務時表現出來的各種行為。消費者行為的研究，即在探討消費者於消費時決策的過程。研究消費者行為可從「刺激→反應」(Stimulus-Response) 模式得知，即行銷的行為與環境會刺激消費者的意識與決策過程，進而影響購買決策行為，模式如圖 2.1 所示。

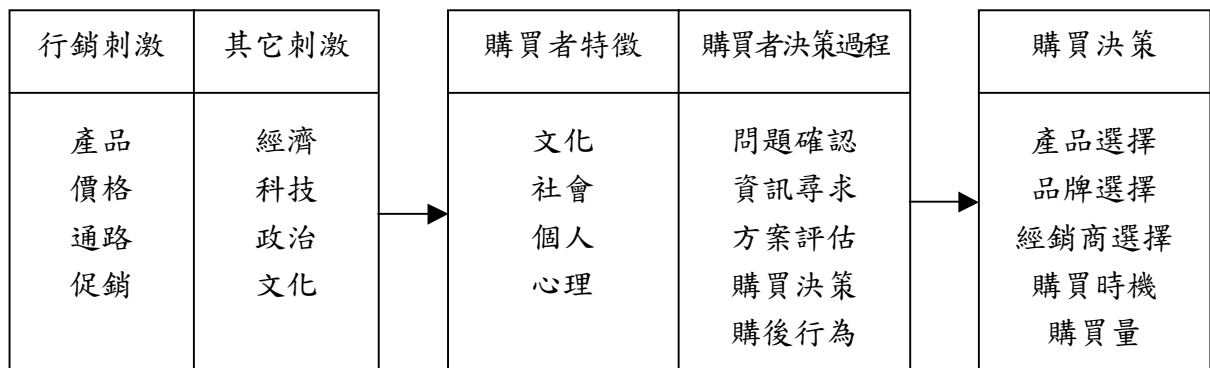


圖 2.1 消費者行為模式

資料來源：方世榮譯（民88），Kotler, P. & Armstrong, G 著，行銷原理學，台北：東華書局

由上圖所示，行銷或其他刺激透過消費者的特徵及決策過程，所產生的購買反應。在此刺激可分為二類，一為「4P」所組成的行銷刺激，另一為來自總體環境的刺激。當行銷與環境的刺激進入消費者的潛意識裡，透過「購買者特徵」及「購買決策過程」，前者影響消費者對於刺激的認知反應，後者影響消費者購買結果。

2.3.1 消費者購買決策過程 (Consumers Decision Making Processes)

根據 Slama & Tashchian (1985) 對於消費者購買決策過程的定義為「購買決策涉入是消費者對某一購買活動的關注程度」。其中包括個人對購買決策關心與注意的程度，以及選擇產品時可以反應個人價值與利益的程度 (Beatty & Smith, 1987)。近年來，此方法經常被應用在分析消費者的購買行為上。舉例來說，當人們認為其購買行為在生活上具有相當大的個人重要性(Personal Significance)時，即會採取高度涉入(High Involvement)，反之，若消費者認為購買行為佔的重要性不大，即是低度涉入(Low Involvement) (Kassajian & Sheffet, 1981)。

消費者購買行為可因介入程度及品牌間之差異程度分為四種，分別是複雜的購買行為、降低失調的購買行為、尋求多樣化的購買行為及習慣性的購買行為，如表 2.5 所示。

表 2.5 購買行為的四種類型

介入程度 品牌之間差異	高度介入	低度介入
品牌之間有顯著差異	複雜的購買行為	尋求多樣化的購買行為
品牌之間差異	降低失調的購買行為	習慣性的購買行為

資料來源：Assael H.(1987), Consumer Behavior and Marketing Action, Boston, Kent Publishing Co.

一、 複雜的購買行為(Complex buying Behavior)

在複雜的購買行為下，消費者在不了解該產品的產品類別時，其購買行為包括三個程序。首先，購買者發展對產品的信念；其次，轉變成對產品的態度，成為明確審慎的購買抉擇。當所要購買產品價格昂貴、第一次購買、不常購買、購買的風險高、及高度自我表現時，則會發生高度涉入的情形，這類型的消費者對於產品的類別所知有限。行銷人員對於高度涉入的產品，必須先瞭解高度涉入消費者的資訊蒐集與評估行為。

二、 降低失調的購買行為(Dissonance-Reducing Buying Behavior)

有時消費者雖屬高度涉入者，卻感覺不出各品牌間存在任何差異，在這種情況下，購買者會尋訪很多商店以得知何處可以買到該產品，但因品牌差異並不明顯，故其購買將極為迅速，消費者可能會感到認知失調的購買情形，因此，消費者首先經歷某種行為狀態，獲得一些新的信念，最後以有利的方式來評估自己的選擇。

三、 習慣性的購買行為(Habitual Buying Behavior)

當消費者涉入程度低且品牌差異又很小的情況，消費者就會習慣性

的購買此類產品。對於這類產品，消費者行為並沒有經過正常的信念、態度，與行為順序。即購買後，再產生信念及態度。

四、尋求多樣化的購買行為(Variety-Seeking Buying Behavior)

有些購買情境的特徵是低度消費者涉入但有顯著的品牌差異。此時消費者經常變換品牌，品牌變換僅是尋求變化而已，並不是對品牌不滿意。

雖然每一位消費者的消費習慣與型態都不同，但一般消費者購買過程包含五個階段，如下 圖 2.2 所示。

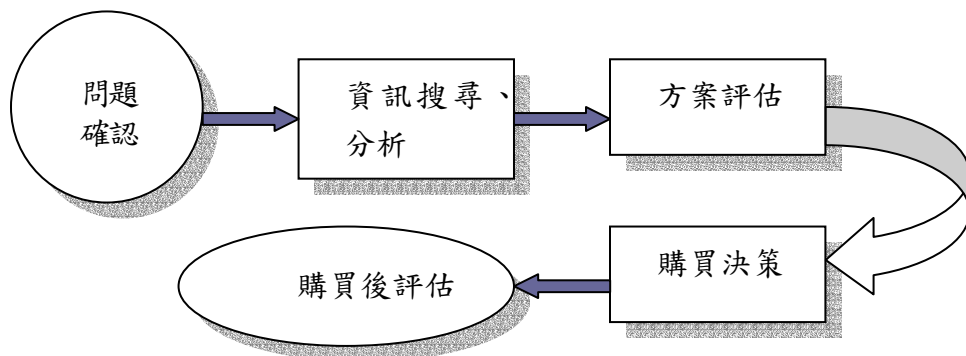


圖 2.2 消費者購買決策過程的簡單模型

資料來源：吳俊彥（民 90），消費者行為（初版），台北：高立圖書

一、問題確認：

購買過程始於購買者體認到已產生問題或者需要時，即購買者感覺其實際狀態與所欲狀態之間有差異存在，而引發問題確認的來源是由於「需要」被內在的刺激及外在的刺激所引發。

二、資訊蒐集：

消費者因為刺激可能會蒐集資料來辨認和評估何種產品及品牌可以滿足其需求，而行銷人員最感興趣的是消費者求助的主要資訊來源為何，及這些來源對後購買決策所具有的相對影響力，消費者的資訊來源可歸類為四種：

1. 個人來源(Personal Sources)：家庭、朋友、鄰居及熟人。
2. 商業來源(Commercial Sources)：廣告、銷售人員、經銷商、包裝及展示。
3. 公共來源(Public Sources)：大眾傳播媒體、消費者評鑑機構。
4. 經驗來源(Experiential Sources)：處理、檢查及使用產品的經驗。

三、 方案評估：

以消費者的觀點而言，產品是用來提供效益的，當消費者評估所選擇方案時，若產品的屬性或功能滿足消費者需求時，此種需求情境便衍生出來。消費者在決定多重方案時，會依照產品的多項屬性給予不同的權數，依照權數高的做優先選擇。

四、 購買決策：

消費者在比較及評估選擇產品，會依照偏好給予產品購買優先順序，但在購買意圖與購買決策之間，尚有二個因素（Sheth, 1974）會影響消費者做最後決定，第一個因素為他人態度，因他人的態度，而導致降低個人偏好的方案；第二個因素為未預期的情境因素，當消費者準備行動時，可能突然發生一些不可預期的情境因素，而改變其購買意圖。

五、 購後行為：

產品給予消費者滿意或不滿意的原因乃在於期望的高低。若消費者感到滿意則再次消費此項產品的可能性則高，反之則低。若消費者的滿意度高，則為此項產品帶來商機，若消費者的滿意度低，則可能為此項產品帶來負面的影響。因此行銷人員的任務並未因完成產品的交易而終止，必須延續到購後的期間。行銷人員必須監測購後的滿意度、購後行動，及購後對產品使用與丟棄等情況。

綜合上述，本研究可以瞭解到消費者行為主要在於探討消費者為滿

足其需求，對產品、服務、構想之尋找、購買、使用、評價和處置，所從事的決策過程及活動。許舒翔、周春美、沈建華（民91）指出學校產品包括服務的範圍、品質、等級、內容、及校友服務等項目，簡而言之，即是學校所提供的教育活動與服務。Kotler & Andreason（1991）提出產品意識三個層次是核心產品、有形產品、及延伸產品。彭曉瑩（民89）將其運用於學校之範疇中，認為核心產品係指學生成就和創造學校卓越的績效等；有形產品係指學校教學課程與行政單位服務之內容、品質與特色；至於延伸產品係指附加價值的服務及利益，如學校名聲、口碑、及社團活動等多項的教育產品，提供給教育市場消費者（以下皆稱為學生）作為選擇，也迫使學校的經營階層重視產品優劣的問題。

在消費者購買決策過程的模型中，倘若學生體認到已產生問題或需要時，比如：升學，而他們會進行資訊的收集，像是學校卓越的績效、教學品質、學校名聲等均是收集的資訊之一，尋求對於自己有利的教育產品，並會積極比較及評估選擇的教育產品，然後再進行最後的選擇。但是，學校的經營階層應該瞭解到一個問題，即學生就學或者畢業後對於學校的觀感。學校應該要盡力的提升核心產品、有形產品、及延伸產品，讓學生能夠體認學校一直在培育他們的基本內涵，並且積極開創他們的競爭優勢，提高學生的滿意度。而學校也藉由如此，慢慢地建立學校的名聲、提升教學品質及特色，也創造了學校本身的競爭優勢。

2.4 相關研究之文獻與假設推論

隨著時代的改變，招生策略的焦點除了介紹學校師資課程外，以達到吸引學生的目的外，必須積極的創造形象、建立成功、清楚的形象定位，並且強調本身與其他學校的差異性（Bingham, 1993；Slater, 1987）。

Rosen, Curan & Greenlee (1998) 認為當學校開始重視招生宣導，並結合行銷手法進行招生，除了達成與外界的溝通，也必須著重學生特性與其他學校特色的分析，改善以往學校主觀的決策過程中，較為主觀的思考，卻無法針對學生的需要加以有效地吸引。Landrum, Turrisi & Harless (1998) 指出學校依據不同特性的學生，調整不同的招生策略，以期能以最有效的方式打動學生、接觸學生，同時察覺與掌握本身獨特的優勢，做為招生努力的方向。因此，在學校的招生規劃中，除了對招生市場中，學生各項特性的分析與瞭解，已增進招生活動的效率，提升學生對於學校的滿意度外，也必須考量到學校的優點與弱點，評估本身的機會與威脅，以尋求特有的辦學特色，以提升招生的競爭力。

首先，本研究先尋求目前商職學生選校時考量的因素為何？然後再接著探討不同學制的商職學生對於其選校因素考量之關聯性；不同背景變項學生對於其選校因素考量之關聯性；不同學制下之不同背景的學生對於選校考量因素之關聯性為何？

2.4.1 不同學制的學生與選校考量之關聯性

然而，本研究試圖以不同學制的學生其選校考量之重視程度是否有顯著差異，其中包含高職學生、二專日、進修部的學生其選校考量之重視程度是否有顯著差異。

一、不同學制之學生與經濟取向之關聯性

林美孜 (民 83) 以 100 位高中生對國內五所學校進行吸引力調查，將其重要因素分為經濟因素、學習環境、地理環境、學校知名度、及就業潛力五大因素；陳瑞萍 (民 89) 的研究亦發現學費、獎助學金等經濟取向因素為學生選擇大學志願之評估準則之一。此外，相關研究亦

證實不同學制之學生對於經濟取向因素為選校的考量因素之一。比如 Rosen, Curran & Greenlee (1998) 的研究中指出，學費、獎助學金等經濟取向因素為直接影響高三生及大一新生選填志願重要評估準則。Coccarri & Javalgi (1995) 透過探索性研究歸納出學費、獎助學金等經濟因素為直接影響學生選填志願重要評估準則。由此些研究成果，本研究應可推論不同學制之學生對於經濟取向因素應為重要考量因素之一。因此，根據上述，本研究建立下列假說：

H1-1：不同學制之學生，對經濟取向之重視程度有顯著差異。

二、不同學制之學生與生活取向之關聯性

黃再德 (民 74) 針對國立大學商學院大一新生的研究指出，大學生生活及學校地點等生活取向因素直接影響學生選填志願重要評估準則；Yavas & Schemwell (1996) 的研究亦發現，生活機能便利性及學校景觀等生活取向因素會影響學生決定學校時考量的因素之一。此外，相關研究亦證實不同學制之學生對於生活取向因素為選校的考量因素之一。陳瑞萍 (民 89) 指出生活機能便利性、校園景觀、學校地點、及宿舍的提供等生活取向因素會影響學生選擇學校的準則之一。李美樺 (民 90) 針對科技大學學生調查，生活便利性、學校安全、宿舍、風景等生活取向因素直接影響學生填志願重要評估準則。由此些研究成果，本研究應可推論不同學制之學生對於生活取向因素應為重要考量因素之一。因此推導出以下假說：

H1-2：不同學制之學生，對生活取向之重視程度有顯著差異。

三、不同學制之學生與學習取向之關聯性

Comm & Labay (1996) 的研究指出，傑出的師資及現代化的設備等學習取向因素會影響學生選校的評估準則；陳瑞萍 (民 89) 的研究亦發

現師資、課程規劃、教學設備、及圖書電腦設備等學習因素取向直接影響學生填志願重要評估準則。此外，相關研究亦證實不同學制之學生對於學習取向因素為選校的考量因素之一。比如 Coccari & Javalgi (1995) 指出教學設備、大學圖書館、及電腦設備等學習取向因素會影響學生選校評估的準則。林永順和莊英慎 (民 89) 針對 385 位高職生進行調查，學校的硬體設備及師資等學習取向因素會影響學生決定學校時考量的因素之一。由此些研究成果，本研究應可推論不同學制之學生對於學習取向因素應為重要考量因素之一。因此，根據上述，本研究建立下列假說：

H1-3：不同學制之學生，對學習取向之重視程度有顯著差異。

四、不同學制之學生與就業取向之關聯性

黃再德 (民 84) 指出就業機會為國立大學商學院大一新生選校的重要考量因素之一；陳瑞萍 (民 89) 的研究亦發現良好的畢業出路、就業輔導等就業取向因素對於學生選校為其重要評估準則。此外，相關研究亦證實不同學制之學生對於就業取向因素為選校的考量因素之一。比如 Rosen, Curran & Greenlee (1998) 認為就業輔導等就業取向因素會影響學生決定學校時考量的因素之一。由此些研究成果，本研究應可推論不同學制之學生對於就業取向因素應為重要考量因素之一。因此推導出以下假說：

H1-4：不同學制之學生，對就業取向之重視程度有顯著差異。

五、不同學制之學生與聲望取向之關聯性

中時晚報 (民 87) 針對全國 58 所大學校長、院長等進行大學聲望調查，提出台灣大學聲望指標，在聲望指標內畢業生就業表現為其中之一。林美孜 (民 83) 的研究亦發現學校知名度等聲望取向因素為學生選校考量的重要評估準則之一。此外，相關研究亦證實不同學制之學生對於聲

望取向因素為選校的考量因素之一。例如：李美樺（民 90）指出業界及社會聲望、畢業生及校友的表現等聲望取向因素直接影響學生填志願重要評估準則。陳瑞萍（民 89）的研究亦發現學術聲望、畢業生的就業表現、及社區風評等聲望取向都會影響學生選校評估的準則。由此些研究成果，本研究應可推論不同學制之學生對於聲望取向因素應為重要考量因素之一。因此，根據上述，本研究建立下列假說：

H1-5：不同學制之學生，對聲望取向之重視程度有顯著差異。

六、不同學制之學生與資訊來源取向之關聯性

Rosen, Curran & Greenlee (1998) 指出首次參觀大學之印象的資訊來源取向因素為影響學生選校考量因素之一；陳瑞萍（民 89）的研究亦發現首次參觀大學的印象、親友師長的評價等資訊來源取向因素對於學生選校為其重要評估準則。此外，相關研究亦證實不同學制之學生對於資訊來源取向因素為選校的考量因素之一。比如：Webb, Coccari & Allen (1996) 研究指出學生在選校上，資訊來源因素主要來自於父母親、師長、朋友、及大學博覽會等因素。由此些研究成果，本研究應可推論不同學制之學生對於資訊來源取向因素應為重要考量因素之一。因此推導出以下假說：

H1-6：不同學制之學生，對資訊來源取向之重視程度有顯著差異。

2.4.2 不同背景變項學生與選校考量之關聯性

本研究試圖以不同背景變項的學生對於選校考量之重視程度是否有顯著差異。

一、不同性別之學生與選校考量之關聯性

Turner & Bowen (1999) 的研究指出「在高等教育，性別對於進入那

一所大學、學院、選擇那一個科系、喜歡那一個學術領域及未來生涯發展均有很大的影響」。此研究結果與 Polachek(1978)及 Eccles and Hoffman (1984) 的研究結果類似。此外，相關研究亦證實不同性別之學生對於選校、選科系的考量亦會有所不同。比如張紹勳(民 87) 研究發現男性受訪學生比女生較懂充分發揮自己、規劃未來，且較認同自己對學校、科系的選擇。Davies & Guppy (1997) 指出在美國高等教育中學生選校，男性比女性有較高的意願選擇經濟回收較快的領域就讀。由此些研究成果，本研究應可推論不同性別之學生對於選校考量因素會有所差異。故根據上述，本研究建立下列假說：

H2-1：不同性別之學生，對選校考量因素之重視程度有顯著差異。

二、入學方式不同之學生與選校考量之關聯性

黃再德(民 74) 針對國立大學商學院大一新生所做的研究指出，學習環境、大學生活、明星學校、就業機會、及學校地點等五項主要因素會直接影響學生選校的重要評估準則。Comm & Labay (1996) 研究大一心生志願選擇歷程中，其所重視的評估準則包含：好的學術聲望、傑出的師資、完善的管理、現代的設備等九項評估準則。李美樺(民 90) 綜合許多學者提出之選校評估項目，以科技大學學生為研究對象，指出學校地點、生活便利性、師資、業界聲望等多項因素為學生選校考量的評估準則。因此，本研究亦推論入學方式不同之學生對於選校考量因素會有所差異。故推導出以下假說：

H2-2：入學方式不同之學生，對選校考量因素之重視程度有顯著差異。

三、未來可能進入不同學校之學生與選校考量之關聯性

林美孜(民 83) 針對 100 位高中生研究調查，指出學習環境、地理環境、學校知名度、就業機會、及學校地點等五項主要因素會直接影響

高中生選校之評估準則。李美樺(民 90)針對科技大學學生為研究對象，指出學校地點、生活便利性、師資、業界聲望等多項因素為學生選校考量的評估準則。此外，相關研究亦證實未來可能進入不同學校之學生對於選校的考量亦會有所不同。曹春隆(民 90)指出影響二技學生與專科學生選擇校系態度主要受組織結構因素、情感信任因素、人際影響因素、形象概念因素、及個人限制因素因素的影響。由此些研究成果，本研究應可推論不同學制之學生對於對於選校考量因素會有所差異。因此，根據上述，本研究建立下列假說：

H2-3：未來可能進入不同學校之學生，對選校考量因素之重視程度有顯著差異。

四、不同成績之學生與選校考量之關聯性

林永順和莊英慎(民 89)針對 385 位高職生研究指出，聯招分數高低會影響學生選校的考量因素之一。Coccarri & Javalgi (1995) 透過探索性研究歸納文獻提及，學生入學許可的成績會直接影響學生選校之評估準則之一。因此，本研究似乎可以推論不同成績之學生對於選校考量因素會有所差異。故根據上述，本研究建立下列假說：

H2-4：不同成績之學生，對選校考量因素之重視程度有顯著差異。

五、父、母親教育程度的不同與選校考量之關聯性

黃昆輝(民 57) 研究中指出學生升學選校的影響因素包含了父親教育程度、母親教育程度等多項的影響因素；Lam (1982) 研究學生升學時，指出影響學生選擇技職學校的因素有三：一、個人內在因素；二、直接外在因素；三、間接外在因素。其中，間接外在因素包含了父母教育程度、收入、及社經地位等。此外，相關研究亦指出父、母親教育程度的不同對於選校的考量亦會有所不同。比如 John & Noell (1989) 指出

中學學生申請入學的影響因素包括了母親教育程度、地區別等多項因素。蔡惠華和簡正儒（民 88）認為影響學生升學選校的變數中，學生父母親背景因素包含了父母教育程度和收入等變項。由此些研究成果，本研究應可推論父、母親教育程度的不同對於選校考量因素會有所差異。故推導出以下假說：

H2-5：父親教育程度，對選校考量因素之重視程度有顯著差異。

H2-6：母親教育程度，對選校考量因素之重視程度有顯著差異。

六、家庭支應子女教育費用之情形不同與選校考量之關聯性

香港學者何瑞珠（民 88）指出：「社會階層出身給父母不同形式的資本，促使他們在子女教育上有不同程度的參與。譬如專業人士或者顯赫社會的父母與學校人員磋商為子女選校時，往往掌握了重要資料而佔據有利的位子」。Willms & Echols（1993）和 Archbald（2000）研究美國家庭對中等學校的選擇和社會階層的形成，以及階層形成理論的優、缺點時，均認為會影響子女選擇學校的父母親通常有三個特徵：一、教育程度較高；二、有較高的社會地位；三、有較高的收入。然而，第三特徵：有較高的收入的家庭，其支應子女教育費用則會較高。

綜合上述，本研究似乎可以推論家庭支應子女教育費用之情形不同對於選校考量因素會有所差異。故根據上述，本研究建立下列假說：

H2-7：家庭支應子女教育費用之情形不同，對選校考量因素之重視程度有顯著差異。

2.4.3 不同學制之不同背景變項的學生與選校考量因素交互作用之關聯性

綜合上述相關文獻探討，本研究將更進一步的分析不同學制下，不

同背景變項的學生對於選校考量因素交互作用的關聯性。依據第 2.4.1 小節：不同學制的學生與選校考量之關聯性及第 2.4.2 小節：不同性別之學生與選校考量之關聯性相關文獻，本研究試圖剖析其之間變項交互用後，學生對選校考量因素的變化程度。故建立下列假說：

H3-1：不同學制下之不同性別的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用。

H3-2：不同學制下之不同入學方式的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用。

H3-3：不同學制下之學生與其未來可能進入的學校類型，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用。

H3-4：不同學制下之不同成績的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用。

H3-5：不同學制下之父親教育程度不同的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用。

H3-6：不同學制下之母親教育程度不同的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用。

H3-7：不同學制下之家庭支應子女教育費用情形不同的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用。

第三章 研究方法

本研究基於研究動機及為達成之研究目的，透過第二章相關文獻探討，擬定了本研究之研究架構、研究對象、研究工具、研究實施程序、資料處理與統計方法等，茲分述如下：

3.1 研究架構

本研究想瞭解學生選填學校時，其考量的因素及資訊接受來源為何？其次依不同屬性的學生，分析其選校考量因素是否有差異，以應用市場區隔觀念，提供各學校擬定其招生策略，茲以 圖 3.1 將本研究架構說明如下。

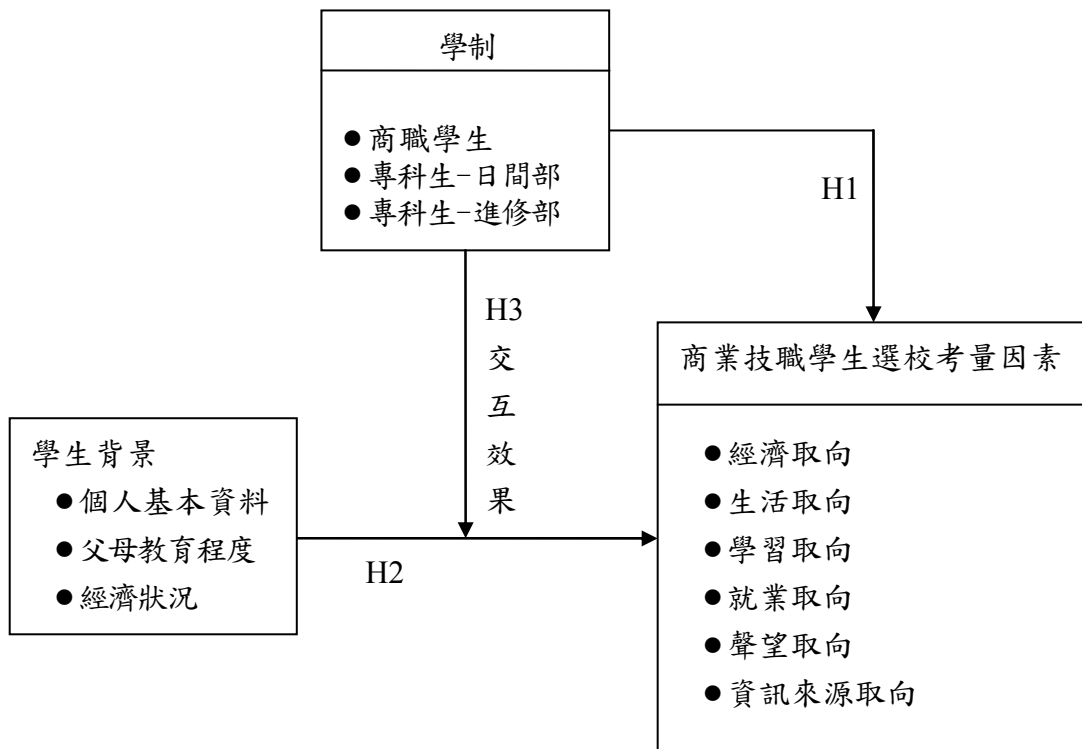


圖 3.1 研究架構

本研究首先依據相關文獻探討，擬訂出學生選校考量因素構面，採用因素分析法，萃取出學生在選填志願時主要考量因素及其主要資訊來源；依據不同學制的學生及學生背景資料，研究其考量因素是否有差異存在，這些差異對於招生宣傳活動有何意義，以作為技職院校招生策略之依據。

3.2 研究設計

本研究採用問卷調查法作為蒐集資料之主要研究工具，問卷設計係根據相關文獻資料的探討，本研究並根據專家已建構之構面，參考其他學者的題項，及訪問專家意見演繹彙整而成本研究量表。本研究並進行問卷試測，針對所回收之問卷進行資料分析調整後，彙編成正式問卷。

本量表除個人基本資料及開放題讓學生依其想法自由作答外，採用結構化的封閉型問卷，衡量方式採用評價尺度為李克特式（Likert Type）加總尺度法的五點式量表，以不計名方式由受試者從「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」、「非常不重要」五項選擇中，在適當□中✓，計分方式為5、4、3、2、1依序計分。

3.2.1 問卷設計

本研究量表係參考張松根（民87）、陳瑞萍（民89）、苗如茵（民90）、嚴玉華（民92）、陳美菁（民92）等之相關研究之研究碩士論文彙整而成。研究構面包含經濟取向、生活取向、學習取向、就業取向、聲望取向及資訊來源取向等六個構面。

研究構面之題項參考其他學者的量表後，經與指導教授討論，將有疑義的部份刪除或修正，試測問卷內容共37題，其相關內容如表3.1所

示。本問卷分為三部份：

第一部份：選擇技職校院因素開放題，學生依其想法自由作答。

第二部份：個人基本資料，性別、現就讀學校、最喜歡何種入學方式、自己最可能進入之進修學制、班上學生人數、班上成績排名、父母親教育程度、家庭支應子女教育費用的情形。

第三部份：選擇技職校院因素量表，共 37 題。衡量方式採用李克特式 (Likert Type) 加總尺度法的五點式量表，從「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」、「非常不重要」中，分別給予 5、4、3、2、1 分。

表 3.1 本研究量表

構面	選校考量因素	題數
經濟取向	9.學費 13.學校提供高額獎助學金	2 題
生活取向	1.學校位於生活便利的都市商圈 5.離家遠近 19.校園景觀美好與否 21.校園面積大小 24.學校提供宿舍 30.有適合社交的男女比率 33.社團活動活躍。	7 題
學習取向	2.師資陣容堅強 6.教學設備充實 10.圖書設備充實 14.電腦設備充實 16.學校包含的科系多元化 22.具有特色的課程規劃 26.課程選修的自由 35.語文能力的培養。	8 題
就業取向	3.學生畢業後就業情況 17.校學校提供就業輔導 36.學校提供就業機會。	3 題
聲望取向	7.良好的學術聲望 11.校友的表現 28.學校在業界的聲望 32.教育部評鑑成績的排名 37.聯招成績的落點。	5 題
資訊來源取向	4.首次參觀學校的印象 8.學校的招生宣傳 12.父母親的態度 15.親友的評價 18.原來就讀科別的引導 20.傳播媒體對學校的報導 23.參觀技職博覽會 25.原就讀學校師長的評價 27.補習班的講座與文宣 29.學長姐的意見 31.網際網路的資訊 34.同學意見。	12 題

3.2.2 問卷前測 (Pre-test)

前測的目的在於發覺問卷中某些問項題意不清或問項題意重複，避

免在發放正式問卷時，讓受測者產生了誤答的情況，造成了問卷信度與效度的不良，故先進行問卷初稿的前測，以進行修正。

本研究進行前測的過程，主要可以分為兩個步驟：一、在沒有任何提示的情況下，請受測者進行問卷的試答，在填答的過程中，假如發現語意不清、或者填答困難時，馬上提出問題的癥結點，立即與研究者進行討論。二、在受測者填完問卷之後，與研究者進行題意的討論，以確認受測者對於問項題意的了解，與問項本身所要表達的涵義是一致的。

本研究是以方便取樣的方式，以環球技術學院進修部三位學生為前測對象，在問卷的填答過程沒有時間的限制，並加以詢問對於本問卷的看法與意見，依據其實際反應及問卷設計上的缺失加以修改，希望能達到一定程度的「內容效度」(Content Validity)。

3.2.3 問卷試測(Pilot test)

試測(Pilot test)主要是利用測試結果來修正模型或刪除某些信、效度不佳的題目。本研究利用 SPSS 統計軟體進行資料分析，利用分層便利抽樣方式，針對土庫商工、勤益技術學院日間部及嶺東技術學院進修部學生等三所學校進行調查。共發放 90 份問卷，問卷回收 90 份，無效問卷 7 份，總計有效樣本 83 份，其中土庫商工 30 份，勤益技術學院 29 份，嶺東技術學院 24 份。

3.2.4 試測問卷之信度與效度分析

信度是指對同一或相似母體重複進行調查或測驗，所得結果相互一致之程度（謝安田，民 82）。一般衡量信度標準有穩定性（Stability）、等質性（Equivalence）、及內部一致性（Internal Consistency）三種方式。而

其中包含了再測信度 (Test-Retest Method) 、複本信度 (Alternate-Form Method) 、折半信度 (Split-Half Reliability) 、庫李信度 (Kuder-Richardson) 、及 Cronbach's α 係數等五種方法。本研究採用內部一致性來作為檢測信度的標準，並且利用 Cronbach's α 係數，及分項對總項相關係數來衡量構面的內部一致性。根據 Nunally (1978) 認為 Cronbach's α 值在 0.7 以上為高信度值；在 0.7~0.35 之間為中信度值；假若 Cronbach's α 值位於 0.35 以下，則屬於低信度值，研究者應拒絕使用。在本研究的測試問卷結果，如表 3.2 所示，整體構面的 Cronbach's α 值為 0.9212，顯示出整體構面具有相當不錯的內部信度。

效度是指測量尺度能確實地測出，研究者所要測量事物之程度 (謝安田，民 82)，即是指衡量的工具是否能真正衡量到研究者想要衡量的問題 (吳萬益，民 90)。在建構效度方面，本研究透過區別效度 (Discriminate Validity) 來進行效度檢測。Kerlinger (1986) 指出，區別效度主要是要辨別構面間的區別效果，一般以因素分析中之因素負荷量 (Factor Loading) 的大小來判別區別效度的好壞，假若因素分析後之因素負荷量低於 0.5 者應予於刪除。

本研究六個構面分別為經濟取向、生活取向、學習取向、就業取向、聲望取向、資訊來源取向，共包含 37 個項目，各構面之 Cronbach's α 值均於 0.7 及 0.5 之間，Corrected Item-Total Correlation 數值絕大部份都大於 0.6 及 0.35 之間，顯示本研究構面信度已達一定水準。第 1、3、4、5、12、24、37 項 (詳見表 3.2) 之 Corrected Item-Total Correlation 皆低於 0.35，並參考 Alpha If Item Deleted 值，顯示刪除第 5、12、24 及 37 項後之 α 係數會提高，因此發展正式問卷時將剔除第 5、12、24 及 37 等四個題項，分別為「離家遠近」、「父母親態度」、「學校提供宿舍」及「聯

招成績的落點」。

在建構效度方面，各題項之因素負荷量大部份都高於 0.5 以上，表示本研究之學生選校考量因素量表，具有良好的建構效度，其相關之信、效度分析，詳如表 3.2。

表 3.2 試測問卷信度與效度分析表(有效樣本數=83)

構面	題 項	因素 負荷量	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's α	Alpha If Item Deleted
經濟取向	9. 學費	0.836	0.3989	0.5703	--
	13. 學校提供高額獎助學金	0.836	0.3989		--
生活取向	1. 學校位於生活便利的都市商圈	0.444	0.2793	0.6756	0.6592
	5. 離家遠近	0.234	0.1329		0.7117
	19. 校園景觀美好與否	0.677	0.4109		0.6248
	21. 校園面積大小	0.820	0.6023		0.5682
	24. 學校提供宿舍	0.348	0.2219		0.6769
	30. 有適合社交的男女比率	0.779	0.6103		0.5618
	33. 社團活動活躍	0.686	0.4659		0.6086
學習取向	2. 師資陣容堅強	0.605	0.4718	0.8266	0.8107
	6. 教學設備充實	0.736	0.6128		0.7954
	10. 圖書設備充實	0.746	0.6353		0.7872
	14. 電腦設備充實	0.670	0.5382		0.8030
	16. 學校包含的科系多元化	0.641	0.5224		0.8044
	22. 具有特色的課程規劃	0.745	0.6308		0.7892
	26. 課程選修的自由	0.639	0.5063		0.8068
35. 語文能力的培養	0.593	0.4677	0.8121		
就業取向	3. 學生畢業後就業情況	0.684	0.3457	0.6211	0.3100
	17. 校學校提供就業輔導	0.721	0.3914		0.5848
	36. 學校提供就業機會	0.854	0.5654		0.6224
聲望取向	7. 良好的學術聲望	0.776	0.5972	0.7449	0.6621
	11. 校友的表現	0.580	0.3702		0.7445
	28. 學校在業界的聲望	0.825	0.6392		0.6419
	32. 教育部評鑑成績的排名	0.819	0.6389		0.6490
	37. 聯招成績的落點	0.502	0.3181		0.7668
資訊來源取向	4. 首次參觀學校的印象	0.386	0.2942	0.8085	0.8070
	8. 學校的招生宣傳	0.550	0.4397		0.7951
	12. 父母親的態度	0.263	0.2086		0.8173
	15. 親友的評價	0.462	0.3544		0.8021
	18. 原來就讀科別的引導	0.630	0.5071		0.7887
	20. 傳播媒體對學校的報導	0.755	0.6300		0.7753
	23. 參觀技職博覽會	0.527	0.4430		0.7947
	25. 原就讀學校師長的評價	0.723	0.6160		0.7791
	27. 補習班的講座與文宣	0.694	0.5875		0.7812
	29. 學長姐的意見	0.653	0.5113		0.7879
	31. 網際網路的資訊	0.489	0.3771		0.7999
	34. 同學意見	0.631	0.5169		0.7879
整體信度 Cronbach's $\alpha = 0.9212$					

資料來源：本研究整理

3.3 正式問卷

本研究經過信度、效度的檢驗之後，已修正後的問卷都已符合信度、效度的標準，故本研究將進行正式問卷的發放。

3.3.1 研究樣本之選擇

我國技職教育學制，從高職、專科學校、技術學院、科技大學的一貫技職教育體系，因此本研究對象包括高職及專科學生，並以中部地區之台中、南投、彰化、雲林及嘉義等縣市之綜合高中、專科學校、技術學院專科部二年制日間部及進修部（夜間部）應屆畢業生中之商業類學生為主，排除實用技能班、回流教育在職專班、進修職校、進修專校、進修學院、空中學校等所屬之學制。

本研究資料之搜集是以分層便利抽樣方式，高中職學校選擇國立台中家商、私立明德女中、私立嘉陽高中、私立慈明高中、國立竹山高中及國立水里商工、國立彰化高商、私立達德商工、國立北斗家商、國立土庫商工、私立大成商工、私立大德工商、私立東吳高職、私立興華高中及私立協志高中等 15 所學校之應屆畢業生。

專科二年制日間部及進修部，選擇國立台中技術學院、私立嶺東技術學院、私立僑光技術學院、國立勤益技術學院、私立中州技術學院、私立環球技術學院、私立大同技術學院及私立吳鳳技術學院等 8 所學校之應屆畢業生。

本研究經過信度、效度的檢驗之後，都已符合信度、效度的標準。故本研究將進行正式問卷的發放。

因為本研究量表衡量方式採用李克特式 (Likert Type) 加總尺度法的五點式量表，由受試者從「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」、「非

常不重要」五項選擇，計分方式為 5、4、3、2、1 依序計分。從試測問卷有效題目之最大標準差為 0.98，希望誤差在 0.1 分以下，在 95%之信任水準下，可由以下公式估算正式問卷所需有效樣本數為 369 份。

$$P_r\left[|\bar{X} - \mu| \leq 0.1\right] \geq 95\%$$

$$P_r\left[Z^* \leq \frac{0.1\sqrt{n}}{S}\right] \geq 95\%$$

因為試測問卷有效題目最大標準差 0.98

$$1.96 \leq \frac{0.1\sqrt{n}}{0.98} \quad n \geq 368.95$$

3.3.2 問卷發放與回收情形

本研究問卷發放，先與各校輔導室主任或註冊組長溝通，再採取郵寄方式，請求校方代為施測，共發放 1050 份問卷，問卷回收 833 份，其中無效問卷 89 份，總計有效樣本 744 份，有效回收率為 89.32%。本研究取樣學校問卷回收情形詳如表 3.3 及表 3.4。

表 3.3 取樣學校問卷分配表(高中職校)

縣市	學校	發出問卷	回收問卷	有效問卷	有效回收率 (%)
台中市	國立台中家商	30	30	29	0.97
	私立明德女中	30	30	29	0.97
台中縣	私立嘉陽高中	30	29	29	0.97
	私立慈明高中	30	13	11	0.85
南投縣	國立竹山高中	30	0	0	0
	國立水里商工	30	28	25	0.89
彰化市	國立彰化高商	30	25	24	0.96
	私立達德商工	30	30	30	100
彰化縣	國立北斗家商	30	28	27	0.96
雲林縣	國立土庫商工	30	30	28	0.93
	私立大成商工	30	30	26	0.87
	私立大德工商	30	30	26	0.87
嘉義市	私立東吳高職	30	29	25	0.86
嘉義縣	私立興華高中	30	30	29	0.97
	私立協志高中	30	30	23	0.77

表 3.4 取樣學校問卷分配表(專科部)

縣市	學校	日間部				進修部			
		發出問卷	回收問卷	有效問卷	有效回收率(%)	發出問卷	回收問卷	有效問卷	有效回收率(%)
台中市	國立台中技術學院	40	30	30	100	40	21	21	100
	私立嶺東技術學院	40	38	30	0.79	40	40	31	0.78
台中縣	私立僑光技術學院	40	9	9	100	40	0	0	0
	國立勤益技術學院	40	40	38	0.95	40	38	34	0.89
彰化縣	私立中州技術學院	40	37	31	0.84				
雲林縣	私立環球技術學院	40	37	35	0.95	40	31	24	0.77
嘉義市	私立大同技術學院	40	32	29	0.91	40	34	29	0.85
嘉義縣	私立吳鳳技術學院	40	14	13	0.93	40	40	29	0.73

3.3.3 問卷樣本結構

回收之 744 份有效問卷，高職學生佔 48.5%，二專日間部佔 28.9%，二專進修部佔 22.6%；男性佔 24.7%，女性佔 75.3%。希望將來入學方式以參加聯招 38.3%，及推甄 33.2% 二種方式較多。認為自己將來最有可能進入的學校，以可能進入技術學院較多，佔 35.2%，最可能進入大學較少，佔 3.9%。在班上成績以 16-20 名較多，佔 13.7%。父母親教育程度，父親教育程度以高中、高職程度較多，佔 30.%；母親教育程度以國(初)中程度較多，佔 37.0%。家庭支應教育費用情形以能支應但較有壓力較多，佔 46.6%。相關資料詳見表 3.5。

目前技職體系商業類學生中，女性與男性比例約 3：1，由本研究的有效樣本結構也符合這個比例。現今教育採多元入學方案，特色在於「考招分離」及「多元選才」，中部地區學生升學主要仍以參加聯招為主，其次多元入學制度實施的推甄方式。將來升學最可能進入的學校，學生普

遍認為最可能進入技術學院，其次是表示還不確定。學生在班上成績以 16-20 名之中上程度學生佔最多，其中不願表態的學生佔 22.4%(167 人)，而愈往後面名次的同學佔的比率越少，由本研究所蒐集而得的有效樣本，愈往後面名次的同學愈不想表態其名次者愈多的趨勢。在家庭支應教育費用的經濟能力上，以能支應教育費用但稍有壓力及很有壓力佔 73.5%，現在的學費對許多家庭而言，已是一大負擔，對經濟狀況不佳的家庭會形成更重的負擔。

表 3.5 學生基本資料之分佈狀況

	項 目	次 數	百 分 比
學制	高職	361	48.5
	二專日間部	215	28.9
	二專進修部	168	22.6
性別	男性	184	24.7
	女性	560	75.3
希望入學方式	推甄	238	33.2
	聯招	285	38.3
	申請入學	193	25.9
	其他	28	3.8
最可能進入的學校	最可能進大學	29	3.9
	可能進大學	52	7.0
	不確定	252	34.1
	可能進入技術學院	260	35.2
	最可能進技術學院	145	19.6
	其他	6	0.8
在班上成績	5 名以內	94	12.6
	6-10 名	99	13.3
	11-15 名	80	10.8
	16-20 名	102	13.7
	21-25 名	64	8.6
	26-30 名	66	8.9
	31-35 名	30	4.0
	36-40 名	26	3.5
	41-45 名	7	0.9
	46-50 名	9	1.2
	其他	167	22.4

表 3.5 學生基本資料之分佈狀況 (續)

項 目		次 數	百 分 比
父親教育程度	未受正規教育或小學程度	146	19.6
	國(初)中程度	271	36.4
	高中、高職程度	226	30.4
	專科、大學程度	81	10.9
	研究所以上程度	4	0.5
	其他	16	2.2
母親教育程度	未受正規教育或小學程度	215	28.9
	國(初)中程度	275	37.0
	高中、高職程度	201	27.0
	專科、大學程度	39	5.2
	研究所以上程度	2	0.3
	其他	12	1.6
家庭支應教育費用情形	充份支應且無壓力	99	13.3
	能支應但稍有壓力	347	46.6
	能支應但很有壓力	200	26.9
	難以支應	83	11.2
	其他	15	2.0

註：本表所列之「其他」：包含測試者未填答部份。

資料來源：本研究整理

3.3.4 正式問卷之信度與效度分析

本研究構面為經濟取向、生活取向、學習取向、就業取向、聲望取向、資訊來源取向等六個構面，共包含 34 個題項，整體信度 Cronbach's α 係數為 0.9064，各構面之 Cronbach's α 值均於 0.7 及 0.5 之間，Corrected Item-Total Correlation 數值絕大部份都大於 0.6 及 0.35 之間，顯示本研究構面信度已達一定水準。

在建構效度方面，各題項之因素負荷量大部份都高於 0.5 以上，表示本研究之學生選校考量因素量表，具有良好的建構效度，其相關之信度、效度分析，詳如表 3.6 所示。

表 3.6 正式問卷信度與效度分析表(有效樣本數=744)

構面	題 項	因素 負荷量	Corrected Item-Total Correlation	特徵 值	解釋變 異量	Cronbach's α
經濟取向	8. 學費	0.824	0.3581	1.358	67.905	0.5274
	11. 學校提供高額獎助學金	0.824	0.3581			
生活取向	1. 學校位於生活便利的都 市商圈	0.502	0.2764	1.972	39.431	0.6102
	17. 校園景觀美好與否	0.715	0.4403			
	19. 校園面積大小	0.702	0.3656			
	27. 有適合社交的男女比率	0.625	0.3238			
	30. 社團活動活躍	0.571	0.4223			
學習取向	2. 師資陣容堅強	0.643	0.5174	3.585	44.817	0.8228
	5. 教學設備充實	0.705	0.6289			
	9. 圖書設備充實	0.662	0.5324			
	12. 電腦設備充實	0.704	0.5730			
	14. 學校包含的科系多元化	0.683	0.5572			
	20. 具有特色的課程規劃	0.691	0.5665			
	23. 課程選修的自由	0.602	0.4754			
	32. 語文能力的培養	0.608	0.4864			
就業取向	3. 學生畢業後就業情況	0.752	0.4521	1.827	60.897	0.6777
	15. 校學校提供就業輔導	0.758	0.4616			
	33. 學校提供就業機會	0.829	0.5577			
聲望取向	6. 良好的學術聲望	0.751	0.5076	2.115	52.869	0.7004
	10. 校友的表現	0.637	0.3995			
	25. 學校在業界的聲望	0.789	0.0563			
	29. 教育部評鑑成績的排名	0.723	0.4802			
資訊來源取向	4. 首次參觀學校的印象	0.461	0.3442	3.266	49.382	0.7585
	7. 學校的招生宣傳	0.434	0.3124			
	13. 親友的評價	0.578	0.3946			
	16. 原來就讀科別的引導	0.529	0.4669			
	18. 傳播媒體對學校的報導	0.607	0.3719			
	21. 參觀技職博覽會	0.495	0.4925			
	22. 原就讀學校師長的評價	0.640	0.3876			
	24. 補習班的講座與文宣	0.516	0.5064			
	26. 學長姐的意見	0.654	0.3086			
	28. 網際網路的資訊	0.433	0.4476			
	31. 同學意見	0.589	0.4295			
整體信度 Cronbach's $\alpha = 0.9038$						

資料來源：本研究整理

3.4 資料分析與統計方法

本研究以 SPSS for window 10.0 版套裝軟體為統計分析工具，擬採用描述性統計分析、因素分析、單因子變異數分析及雙因子變異數分析，以檢定各變數之間的關係。

一、 描述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis)

描述樣本分佈的次數分配與百分比分析，求出變數的平均數、標準差、最大值、最小值及變異數，說明受測者在各題項之集中趨勢與知覺程度，以瞭解本研究待答之問題一。

二、 因素分析 (Factor Analysis)

因素分析的用途有二，一為探索性之研究，另一為驗證性之研究，其中探索性研究的主要目的是用少數幾個因素，去描述許多指標或因素之間的關係，即將相互之間關係比較密切的幾個變數歸在同一個類別之中。另外驗證性之研究即在驗證構面與其組成項目間之關聯性。本研究在問卷發展上，即利用驗證性之因素分析，來檢驗學生選校考量因素構面與考量因素間之關聯性。首先本文依據相關文獻探討，擬訂出學生選校考量因素構面，學生選校考量因數共有 37 個項目，進行每一構面與其組成項目間之因素分析，在分析時，主要採用的方法為主成份分析法 (Principal Component Analysis)，其中因素負荷量大於 0.5 者，是為顯著負荷量，藉此可了解其因素結構，及增加研究問卷之建構效度。

三、 因素分數 (Factor Score)

本研究針對每一題項，估算其個別因素之得點分數，因素分數之計算係透過因素權重係數矩陣及該組成題項之標準化分數矩陣之乘積，代表各構面之分數，並做為本研究資料分析之依據。

四、 單因子變異數分析 (One-Way Anova)

是用以檢定兩群體特性和數組獨立群體之平均值是否相等的統計方法。本研究將依不同學制的學生，對選校考量因素是否有差異性，以瞭解本研究待答之問題二與問題三，即檢定 H1、H2 差異性假設，若差異達到顯著水準，則再以 Scheffe 多重比較檢定了解各群組間差異的情形。

五、 雙因子變異數分析 (Two-Way Anova)

雙因子變異數是用以檢定在兩種因子作用下，某變數之反應情形，以及探討因子間是否彼此產生交互作用，以致影響該結果的一種統計分析方法。本研究採雙因子變異數分析，在於驗證不同學制下對不同背景變項之學生，其選校考量因素產生之交互效果，即檢驗 H3 的差異性假設。

第四章 實證結果與分析

本研究以含有開放性與封閉性題目的問卷進行資料分析，本章節以歸納分析開放性題目的資料，以量的方法分析封閉性題目的數據。

4.1 選校考量因素開放題之歸納分析

本研究採用開放性題目，是為測出學生心中，在未經資訊提示時，其心中真正重視之考量因素，開放性題目的資料彙整統計表，請參閱附錄一。本研究從開放性題目收集的資料，將學生較為重視的因素歸納統計，列出 10 項，其中最重視的因素為學費，依次為離家遠近、學校聲望、設備、科系、師資、生活便利、就業、國立或私立、校園景觀。

從表 4.1 中可看出學生選擇學校時，最主要的考量因素仍為學費。其次為離家遠近，此結果和問卷試測時刪除「離家遠近」的題項，剛好相反，顯示在未經資訊提示時，學生真正在選校時還是會考慮離家遠近。學校的聲望包括學校知名度、學術聲望及在業界的聲望。設備包含教學設備及電腦設備。科系方面，學生較注重符合社會趨勢、特色以及自身的興趣。師資方面，學生較注重師資陣容是否堅強。生活便利方面，學生較注重生活機能的方便性及學校所在地是屬偏僻或都市。就業方面，學生希望畢業後容易找到工作，學校能提供就業機會及就業輔導。國立或私立學校也是學生考量的重點，仍是中部技職學生填選志願的指標，從本研究資料顯示，原先就讀國立學校的學生，更會考量升學學校是國立或私立。校園景觀，學生較注重校園景觀、環境及校園面積。

表 4.1 開放性題目學生較重視選校考量因素彙整表

項 目	人 數	比 例 (%)
1. 學費	355	16.88
2. 離家遠近	200	9.51
3. 學校聲望	181	8.61
4. 設備	174	8.27
5. 科系	171	8.13
6. 師資	157	7.47
7. 生活便利	156	7.42
8. 就業	126	5.99
9. 國立或私立	82	3.90
10. 校園景觀	62	2.95

資料來源：本研究整理

4.2 選校考量因素量表之現況分析

學生選校考量因素量表共分為六個構面，分別為「經濟取向」、「生活取向」、「學習取向」、「就業取向」、「聲望取向」及「資訊來源取向」，共有 33 個題項，採用李克特五等量表，以 5、4、3、2、1 依序計分，其構面平均得分如表 4.2 所示。觀察學生選校考量因素構面之得分情形均超過 3.5 分以上，表示各構面均有良好的衡量效果。

各構面的得分排序分別為 1.「就業取向」(平均數=4.35)、2.「經濟取向」(平均數=4.28)、3.「學習取向」(平均數=4.23)、4.「聲望取向」(平均數=3.83)、5.「生活取向」(平均數=3.62)及 6.「資訊來源取向」(平均數=3.59)。由表 4.3 得知，各題項得分以「學費」得分最高(平均數=4.50)，其次為「學生畢業後就業情況」(平均數=4.43)與「電腦設備充實」(平均數=4.43)；而「補習班的講座與文宣」得分最低(平均數=3.03)，「親友的評價」(平均數=3.25)則排名次低，值得一提的是，雖然「補習班的講座與文宣」排名最低，但其平均數仍有 3.03 分，表示其文宣並非全然

無用。以下將分別就六個構面之各題項之得分情形加以分析及討論。

表 4.2 學生選校考量構面之均值分析（有效樣本數=744）

構面	題 項	平均數	排序
經濟取向	8.學費 11.學校提供高額獎助學金	4.28	1
生活取向	1.學校位於生活便利的都市商圈 17.校園景觀美好與否 19.校園面積大小 27.有適合社交的男女比率 30.社團活動活躍	3.62	2
學習取向	2.師資陣容堅強 5.教學設備充實 9.圖書設備充實 12.電腦設備充實 14.學校包含的科系多元化 20.具有特色的課程規劃 23.課程選修的自由 32.語文能力的培養	4.23	3
就業取向	3.學生畢業後就業情況 15.學校提供就業輔導 33.學校提供就業機會	4.35	4
聲望取向	6.良好的學術聲望 10.校友的表現 25.學校在業界的聲望 29.教育部評鑑成績的排名	3.83	5
資訊來源取向	4.首次參觀學校的印象 7.學校的招生宣傳 13.親友的評價 16.原來就讀科別的引導 18.傳播媒體對學校的報導 21.參觀技職博覽會 22.原就讀學校師長的評價 24.補習班的講座與文宣 26.學長姐的意見 28.網際網路的資訊 31.同學意見	3.59	6

資料來源：本研究整理

表 4.3 學生選校考量因素之均值分析 (N=744)

題項	最小值	最大值	平均數	標準差	排序
8.學費	1	5	4.50	0.74	1
3.學生畢業後就業情況	1	5	4.43	0.73	2
12.電腦設備充實	1	5	4.43	0.71	3
33.學校提供就業機會	1	5	4.42	0.73	4
5.教學設備充實	1	5	4.41	0.65	5
28.網際網路的資訊	1	5	4.27	0.75	6
23.課程選修的自由	2	5	4.23	0.76	7
2.師資陣容堅強	1	5	4.21	0.76	8
20.具有特色的課程規劃	2	5	4.20	0.74	9
15.學校提供就業輔導	1	5	4.19	0.80	10
14.學校包含的科系多元化	1	5	4.19	0.81	11
32.語文能力的培養	1	5	4.14	0.79	12
11.學校提供高額獎助學金	1	5	4.06	0.93	13
6.良好的學術聲望	1	5	4.01	0.86	14
34.聯招成績的落點	1	5	4.01	0.83	15
9.圖書設備充實	1	5	4.00	0.84	16
16.原來就讀科別的引導	1	5	3.88	0.84	17
30.社團活動活躍	1	5	3.88	0.85	18
25.學校在業界的聲望	1	5	3.87	0.86	19
1.學校位於生活便利的都市商圈	1	5	3.82	0.83	20
29.教育部評鑑成績的排名	1	5	3.77	0.84	21
22.原就讀學校師長的評價	1	5	3.68	0.80	22
4.首次參觀學校的印象	1	5	3.64	0.80	23
21.參觀技職博覽會	1	5	3.62	0.77	24
31.同學意見	1	5	3.59	0.84	25
17.校園景觀美好與否	1	5	3.52	0.80	26
18.傳播媒體對學校的報導	1	5	3.51	0.83	27
13.親友的評價	1	5	3.50	0.92	28
26.學長姐的意見	1	5	3.48	0.80	29
10.校友的表現	1	5	3.48	0.86	30
19.校園面積大小	1	5	3.46	0.91	31
27.有適合社交的男女比率	1	5	3.44	0.84	32
7.學校的招生宣傳	1	5	3.25	0.85	33
24.補習班的講座與文宣	1	5	3.03	0.84	34

資料來源：本研究整理

一、「經濟取向」構面的現況分析

「經濟取向」在構面中排序第2，其中「學費」及「學校提供高額獎助學金」之平均數均超過4分以上，顯示學費及學校是否提供高額獎學金的經濟考量，對於學生在選校考量有很高的重要度。

二、「生活取向」構面之現況分析

「生活取向」在構面中排序第5，其中「學校位於生活便利的都市商圈」，及「社團活動的活躍」得分最高，顯示學生對生活便利性及活潑性的要求。

三、「學習取向」構面之現況分析

「學習取向」在構面中排序第3，本構面共有8個題項，每題的得分均超過4分以上，顯示學生對此構面之重視程度，其中「電腦設備充實」、「教學設備充實」、「課程選修的自由」及「師資陣容堅強」，顯示對於學校設備、課程選修及師資上的重視程度。

四、「就業取向」構面之現況分析

「就業取向」在構面排序第1，其中「學生畢業後的就業情況」，在所有題項中得分最高，「學校提供就業機會」與「學校提供就業輔導」得分亦超過4分以上，由此可知，學生在學歷普及化的現今社會中，畢業後的就業情況，有其務實一面的考量。

五、「聲望取向」構面之現況分析

「聲望取向」在構面排序第4，其中以「聯招成績的落點」及「良好的學術聲望」得分最高，均超過4分以上，此一部份是屬於學校形象的建立，因此學校可以思考如何提高在聯考中的排名及學術聲望。

六、「資訊來源取向」構面之現況分析

「資訊來源取向」在構面中排序第6，其中以「網際網路的資訊」

得分最高，因此學校應加強網際網路資訊的更新。

4.2 不同學制學生在各構面之差異性分析

本節將以單因子變異數分析，探討不同學制中，高職、二專日間部及二專進修部等三種學制之學生，在選校考量因素之經濟取向、生活取向、學習取向、就業取向、聲望取向及資訊來源取向之差異情形，逐一分述說明如下。

表 4.4 不同學制之學生對選校考量構面之差異分析

構面	平均數			F 值	P 值	Scheffe 檢定
	1.高職 (N=361)	2.二專日間部 (N=215)	3.二專進修部 (N=168)			
經濟取向	0.9443	-0.1630	0.05691	4.507*	0.011	1>2
生活取向	0.0159	0.0239	-0.06282	0.43	0.651	
學習取向	-0.0409	-0.01410	0.1050	1.1245	0.288	
就業取向	-0.02563	0.01339	0.03793	0.258	0.773	
聲望取向	0.01936	0.07877	-0.05920	1.030	0.357	
資訊來源取向	0.01895	0.01806	-0.06382	0.441	0.653	

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

由表 4.4 可知，三種學制的學生在經濟取向的重視程度不全然相等，進而採用 Scheffe 檢定，進行事後比較，以描述經濟取向在三種學制之學生心目中的重要程度，研究結果發現，在對經濟取向之重視程度中，高職學生顯著高於二專日間部學生，而高職學生與二專進修部學生對經濟取向的重視程度，在 95%信心水準下，並未達到統計學上的顯著性。另二專進修部學生與二專日間部學生對經濟取向的重視程度也未達統計上

的顯著性差異。

另外三種學制的學生在生活取向、學習取向、就業取向、聲望取向與資訊來源取向並的重視程度均無顯著差異。

由本研究得知，不同學制的學生，對各構面的重視程度，除了在經濟取向有顯著差異，以高職學生的重視程度高於二專日間部，其餘在生活、學習、就業、聲望、資訊來源取向的重視程度，均無顯著差異。

4.3 不同背景變項之學生在各構面之差異分析

本節將以單因子變異數分析，探討學生在性別、入學方式、未來可能進入的學校、成績、父親教育程度、母親教育程度及家庭支應子女教育費用的情形等變項，在選校考量因素之經濟取向、生活取向、學習取向、就業取向、聲望取向及資訊來源取向之差異情形，逐一分述說明如下。

(一) 性別

表 4.5 不同性別在各構面之差異分析

構面	平均數		F 值	P 值	Scheffe 檢定
	1.男生 (N=184)	2.女生 (N=560)			
經濟取向	-0.0226	0.0742	12.637***	0.000	2>1
生活取向	0.0130	-0.0043	0.041	0.839	
學習取向	-0.2371	0.0780	13.989***	0.000	2>1
就業取向	-0.1996	0.0656	9.852**	0.002	2>1
聲望取向	-0.2688	0.0883	18.095***	0.000	2>1
資訊來源取向	-0.3070	0.1009	23.743***	0.000	2>1

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

由表 4.5 可知，男生與女生除在生活取向上，無顯著差異外，其他諸如在經濟取向、學習取向、就業取向、聲望取向及資訊來源取向的重視程度並不相等，進一步採用均數分析後發現，無論是對經濟取向、學習取向、就業取向、聲望取向及資訊來源取向之重視程度上，女生均高於

男生。

由本研究得知，不同性別的學生，對各構面的重視程度，在經濟、學習、就業、聲望取向的重視程度，女生均高於男生。

(二) 入學方式

表 4.6 入學方式在各構面之差異分析

構面	平均數			F 值	P 值	Scheffe 檢定
	1.推甄 (N=238)	2.聯招 (N=285)	3.申請 (N=193)			
經濟取向	0.0308	-0.0456	0.0401	0.564	0.569	
生活取向	0.0039	-0.0175	0.0174	0.075	0.928	
學習取向	-0.0682	0.0336	0.0082	0.696	0.499	
就業取向	-0.0781	0.1251	-0.0365	3.085*	0.046	2>1
聲望取向	-0.0353	0.0746	-0.0557	1.267	0.282	
資訊來源取向	0.0012	0.0149	0.0043	0.014	0.987	

註：遺漏值 28；***表 P 值<0.001，**表 P 值<0.01，*表 P 值<0.05

由表 4.6 可知，不同入學方式的學生除在就業取向的重視程度不全然相等外，其餘構面則無顯著性差異，而在就業取向的重視程度上，進一步採用 Scheffe 檢定後，在 95%的信心水準下，三種學制之學生對就業取向的重要度，並無顯著差異，但若將信心水準降到 90%，則聯招入學於就業取向的重視程度，則高於推甄入學者，其餘則無顯著性差異。

由本研究得知，不同入學方式的學生，對各構面的重視程度，在就業取向的重視程度，以參加聯招的學生高於參加推甄的學生。

(三) 未來可能進入的學校

表 4.7 未來可能進入的學校在各構面之差異分析

構面	平均數					F值	P值
	1.最可能進大學 (N=29)	2.可能進大學 (N=52)	3.不確定 (N=252)	4.可能進技術學院 (N=260)	5.最可能進技術學院 (N=145)		
經濟取向	-0.1605	-0.2255	0.0657	0.0500	-0.0982	1.632	0.164
生活取向	0.4129	-0.0267	-0.4511	0.0367	-0.0666	1.615	0.169
學習取向	0.3561	0.0811	-0.5812	-0.6920	0.1213	2.061	0.084
就業取向	-0.1771	-0.0664	-0.0377	0.0244	0.0851	0.671	0.612
聲望取向	0.0981	0.0373	-0.1005	0.0186	0.0929	1.059	0.376
資訊來源取向	0.0935	-0.1985	-0.0822	0.1262	-0.0256	2.053	0.085

註：遺漏值 6；***表 P 值<0.001，**表 P 值<0.01，*表 P 值<0.05

由表 4.7 可知，未來可能進入的學校的學生在六個構面的重視程度均無顯著差異。

(四) 成績

表 4.8 成績在各構面之差異分析

構面	平均數										F值	P值	Scheffe 檢定
	1. 5名內 N=94	2. 6-10名 N=99	3. 11-15名 N=80	4. 16-20名 N=102	5. 21-25名 N=64	6. 26-30名 N=66	7. 31-35名 N=30	8. 36-40名 N=26	9. 41-45名 N=7	10. 46-50名 N=9			
經濟取向	-0.0250	0.1608	0.1542	0.1026	-0.2038	-0.0971	-0.0673	-0.3918	-0.0046	-0.2311	1.484	0.150	
生活取向	-0.1164	0.1436	-0.0336	-0.0948	0.1324	0.0795	-0.0421	-0.2287	0.0009	0.4797	1.040	0.407	
學習取向	0.0968	0.2453	0.0873	-0.0317	-0.2392	0.0730	-0.2720	-0.2660	0.3282	-0.0736	1.808	0.064	
就業取向	0.0465	0.2681	-0.0046	-0.0899	-0.0217	0.1549	-0.1517	-0.7484	0.1544	-0.5094	3.043***	0.001	2>8
聲望取向	0.0227	0.0113	-0.0122	0.0983	-0.0513	-0.0569	-0.9800	-0.4839	0.1109	-0.0632	1.003	0.436	
資訊來源取向	-0.0371	0.0999	0.0913	0.0542	0.0271	-0.1078	-0.0012	-0.3377	0.2144	-0.3929	0.665	0.741	

註：遺漏值 167；***表 P 值<0.001，**表 P 值<0.01，*表 P 值<0.05

由表 4.8 可知，不同成績的學生除在就業取向的重視程度不全然相等外，其餘構面則無顯著性差異，而在就業取向的重視程度上，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，位於班上成績 6-10 名的學生對於就業取向的重視程度，顯著高於成績位於 36-40 名的學生，而其與其他名次的學生對就業取向的重視程度則無顯著差異。

(五) 父親教育程度

表 4.9 父親教育程度在各構面之差異分析

構面	平均數					F 值	P 值	Scheffe 檢定
	1.小學以下 (N=146)	2.國中 (N=271)	3.高中職 (N=226)	4.專科.大學 (N=81)	5.研究所以上 (N=4)			
經濟取向	0.1011	0.0736	-0.0082	-0.3237	-0.9395	3.848**	0.004	1>4 2>4
生活取向	-0.2645	0.0926	0.1276	-0.0916	0.3097	4.341**	0.002	2>1 3>1
學習取向	0.1048	-0.0123	0.0130	-0.1229	-0.2510	0.780	0.538	
就業取向	0.0985	0.0552	-0.0169	-0.2484	-0.3173	1.947	0.101	
聲望取向	-0.0676	-0.0108	0.0953	-0.0776	0.1052	0.808	0.520	
資訊來源取向	-0.1369	0.1027	0.0749	-0.2945	0.3099	3.571**	0.007	2>4

註：遺漏值 16；***表 P 值<0.001，**表 P 值<0.01，*表 P 值<0.05

由表 4.9 可知，父親的教育程度不同除在學習取向、就業取向與聲望取向上無顯著差異外，其他諸如在經濟取向、生活取向及資訊來源取向的重視程度上則不全然相等，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，父親學歷為小學以下者，其對經濟取向的重視程度，顯著高於父親學歷為大專者，

而與其他的教育程度在經濟取向的重視程度上則無顯著差異。另父親學歷為國中者，對經濟取向的重視程度也顯著高於父親學歷為大專者，而與其他的教育程度在經濟取向的重視程度亦無顯著差異。大致而言，父親的教育程度對經濟取向的重視程度呈反向關係。

而對生活取向的重視程度，父親學歷為國中者顯著高於小學以下，而與其他的教育程度群組無顯著差異。另父親學歷為高中職者對生活取向的重視程度亦高於小學以下，而與其他的教育程度群組在經濟取向的重視程度上，則無顯著差異。大致而言，父親的教育程度對生活取向的重視程度呈正向關係。

至於對資訊來源取向的重視程度上，父親學歷為國中者，顯著高於大專者，而與其他的教育程度群組，則無顯著差異。大致而言，父親的教育程度對資訊來源取向的重視程度呈正向關係。

由本研究可得知，父親教育程度不同的學生對經濟、生活及資訊取向的重視程度有顯著差異，父親教育程度較低的學生比父親教育程度較高的學生更重視經濟因素，父親的教育程度與經濟取向的重視程度大致呈反向關係。而父親教育程度較高的學生比父親教育程度較低的學生更重視生活及資訊來源因素，父親的教育程度與生活取向的重視程度大致呈正向關係。

(六) 母親教育程度

表 4.10 母親教育程度在各構面之差異分析

構面	平均數					F值	P值	Scheffe 檢定
	1.小學 以下 (N=215)	2.國中 (N=275)	3.高中職 (N=201)	4.專科.大 學 (N=39)	5.研究所 以上 (N=2)			
經濟取向	0.0622	0.0419	0.0002	-0.6081	-0.1198	4.035**	0.003	1>4 2>4 3>4
生活取向	-0.0474	-0.299	0.0683	-0.0244	0.4620	0.521	0.721	
學習取向	0.0561	-0.0212	0.0625	-0.4524	1.0478	2.983*	0.019	1>4 3>4
就業取向	0.1091	0.2418	-0.0455	-0.3669	-0.2955	2.174	0.070	
聲望取向	-0.7645	0.0609	0.0055	-0.0199	1.4822	1.676	0.154	
資訊來源 取向	0.9645	0.9365	1.0871	1.1706	0.4203	0.765	0.548	

註：遺漏值 12；***表 P 值<0.001，**表 P 值<0.01，*表 P 值<0.05

由表 4.10 可知，母親的教育程度除在不同在經濟取向、學習取向的重要程度不全然相等外，其餘構面則無顯著差異，而進一步採用 Scheffe 檢定後發現，其對經濟取向的重視程度，母親教育程度在小學以下者，明顯高於大專者，而與其他教育程度群組在經濟取向則無顯著差異。另母親教育程度為國中者，亦明顯高於大專者，而與其他教育程度群組則無顯著差異。母親教育程度為高中職者，亦明顯高於大專者，而與其他教育程度群組無顯著差異。

另外，在學習取向上，若進一步採用 Scheffe 檢定後，在 95%的信心水準下，母親教育程度不同的學生對學習取向的重要度，並無顯著差異，但若將信心水準降到 90%，則其母親教育程度在國小以下的學生，於學習取向的重視程度，高於其母親教育程度為大專以上的學生，另其母親教育程度在高中職者，高於其母親教育程度為大專學歷的學生。

由本研究可得知，母親教育程度不同的學生，對經濟、學習取向的重視程度有顯著差異，母親教育程度在高中職以下的學生比母親教育程度在大專的學生重視經濟因素，母親的教育程度與經濟取向的重視程度

大致呈反向關係。而母親教育程度在小學與高中職的學生比母親教育程度在大專的學生重視學習因素。

(七) 家庭支應子女教育費用的情形

表 4.11 家庭支應子女教育費用在各構面之差異分析

構面	平均數					F 值	P 值	Scheffe 檢定
	1.充份支應且無壓力 (N=99)	2.能支應稍有壓力 (N=347)	3.能支應但很有壓力 (N=200)	4.難以支應 (N=83)	5 其他 (N=13)			
經濟取向	-0.2619	-0.0563	0.1308	0.2704	-0.1219	4.481***	0.001	4>1 3>1
生活取向	0.1167	0.0291	-0.1201	0.0748	-0.1294	1.301	0.268	
學習取向	0.0276	-0.0238	0.0176	0.0367	-0.1498	0.194	0.942	
就業取向	-0.0441	-0.0073	0.0016	0.1186	-0.1589	0.428	0.789	
聲望取向	0.1922	0.0114	-0.9269	-0.2247	-0.1515	1.442	0.218	
資訊來源取向	0.1261	0.5432	-0.1596	0.0552	-0.2479	2.194	0.068	

註：遺漏值 2；***表 $P < 0.001$ ，**表 $P < 0.01$ ，*表 $P < 0.05$

由表 4.11 可知，家庭支應子女教育費用情況，除在經濟取向的重視程度不全然相等外，其餘構面則無顯著差異，而對於經濟取向，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，其在經濟取向上的重視程度，自認其家庭支應子女教育費用上有難以支應情形的學生，明顯高於自認充份支應且無壓力的學生，而與其他群組則無明顯差異。而學生自認其家庭支應子女教育費用為能支應但很有壓力，明顯高於自認充份支應且無壓力的學生，而與其他群組則無明顯差異。大致而言，學生認為其家庭在支應子女教育費用的寬裕度，與其經濟取向的重視程度呈反向關係。

由本研究可得知，學生家庭經濟情況對經濟取向的重視程度有顯著差異，家庭難以支應與能支應但很有壓力的學生比家庭充份支應且無壓力的學生重視經濟取向，家庭的支應教育費用的經濟情況與經濟取向重

視程度呈反相關係。

4.4 不同學制與不同背景變項學生對各構面之雙因子變異數分析

為了進一步深入分析學生選校考量因素之差異性，不同學制學生結合不同背景變項下，對選校考量因素各構面，是否會有交互影響產生，若有交互影響，則二者在交互作用下，其對選校考量因素之影響程度又為何？因此，本研究將對不同學制學生在不同背景變項下，對於選校考量構面進行雙因子變異數分析，以瞭解兩因子之間的交互效果。

一、學制與性別對各構面之雙因子變異數分析

首先將學制與背景變項中之性別，進行雙因子變異數分析，其結果詳見表 4.13，不同學制的學生，除在經濟取向有達顯著水準外（ F 值=8.6527， $P<0.05$ ），在其餘構面上，則無顯著性差異。不同性別的學生，在經濟取向（ F 值=22.5612， $P<0.05$ ）、學習取向（ F 值=14.3758， $P<0.05$ ）、聲望取向（ F 值=16.7780， $P<0.05$ ）、資訊來源取向（ F 值=26.7743， $P<0.05$ ）及就業取向（ F 值=10.1744， $P<0.05$ ），均有達顯著水準，在生活取向上則無顯著性差異。

將學制與性別進行交互效果分析後發現，不同學制與性別，除在經濟取向構面上之交互效果有達顯著水準外（ F 值=6.7285， $P<0.05$ ），其餘構面上，則學制與性別間，並無顯著性之交互效果存在。進一步分析學制與性別間之交互效果，由表 4.14 中可知，在不同學制之男生對於經濟取向的重視程度有顯著差異（ F 值=9.32， $P<0.05$ ），而在不同學制間之女生，對於經濟取向的重視程度則無明顯差異，因此本研究從男生的學制群，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，高職男生在考量經濟取向的重視程度，高於二專日間部男生，及二專進修部男生。

由本研究得知，不同學制間的女生對各構面的重視程度，均無明顯差異，不同學制間的男生在經濟構面的重視程度有顯著差異，以高職男生的重視程度高於其他二個學制的男生。

表 4.12 學制與性別之人數統計表

性別	學制	個數
男性	高職	93
	二專日間部	42
	二專進修部	49
	總和	184
女性	高職	268
	二專日間部	173
	二專進修部	119
	總和	560

資料來源：本研究整理

表 4.13 學制與性別對各構面之雙因子變異數分析

來源	構面	F 檢定	P 值
學制	經濟分數	8.6527***	0.0002
	生活分數	0.9615	0.3828
	學習分數	1.1459	0.3185
	聲望分數	0.3679	0.6923
	資訊分數	1.1451	0.3188
	就業分數	0.0753	0.9275
性別	經濟分數	22.5612***	0.0000
	生活分數	0.0954	0.7575
	學習分數	14.3758***	0.0002
	聲望分數	16.7780***	0.0000
	資訊分數	26.7743***	0.0000
	就業分數	10.1744 **	0.0015
學制與性別	經濟取向	6.7285*	0.0013
	生活取向	1.5230	0.2187
	學習取向	0.1487	0.8619
	聲望取向	0.1471	0.8632
	資訊取向	1.7234	0.1792
	就業取向	1.1532	0.3162

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

表 4.14 學制與性別對經濟取向之交互效果分析

性別	學制	平均數	F 值	P 值	交互效果
男	1.高職	0.0800	9.32***	0.0001	1 > 2 1 > 3
	2.二專日間部	-0.5929			
	3.二專進修部	-0.4916			
女	1.高職	0.0987	2.83	0.0596	
	2.二專日間部	-0.0591			
	3.二專進修部	0.2096			

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

二、學制與入學方式對各構面之雙因子變異數分析

將學制與背景變項中之入學方式，進行雙因子變異數分析，其結果詳如表 4.16，不同學制的學生，在各構面上均無顯著性差異。不同入學方式的學生，除在經濟取向有達顯著水準外（F 值=1.9528，P<0.05），其餘在各構面上，均無顯著性差異。將學制與入學方式進行交互效果分析後發現，不同學制與入學方式在各構面之交互效果均未達顯著水準，顯示學制與入學方式之交互效果不顯著。

由本研究得知，不同學制間選擇推甄、聯招或申請入學的學生，對各構面的重視程度均無顯著差異。

表 4.15 學制與入學方式之人數統計表

入學方式	學制	個數
推甄	高職	147
	二專日間部	77
	二專進修部	14
	總和	238
聯招	高職	100
	二專日間部	95
	二專進修部	90
	總和	285
申請入學	高職	90
	二專日間部	42
	二專進修部	61
	總和	193

資料來源：本研究整理

表 4.16 學制與入學方式對各構面之雙因子變異數分析

來源	構面	F 檢定	P 值
學制	經濟取向	0.8416	0.3593
	生活取向	0.0106	0.9181
	學習取向	0.0247	0.8751
	聲望取向	0.0613	0.8045
	資訊取向	0.4158	0.5192
	就業取向	0.0254	0.8734
入學方式	經濟取向	1.9528*	0.0498
	生活取向	0.5351	0.8305
	學習取向	1.2499	0.2670
	聲望取向	1.1664	0.3169
	資訊取向	0.7948	0.6074
	就業取向	1.6369	0.1108
學制與入學方式	經濟取向	0.4582	0.6326
	生活取向	0.1960	0.8220
	學習取向	1.1612	0.3137
	聲望取向	1.1506	0.3170
	資訊取向	0.8460	0.4296
	就業取向	1.6868	0.1511

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

三、學制與未來可能進入的學校對各構面之雙因子變異數分析

將學制與背景變項中之可能進入學校，進行雙因子變異數分析，其結果詳如表 4.18，不同學制的學生，除在學習取向有達顯著水準外（F 值=3.1608，P<0.05），其餘構面上，則無顯著性差異。未來可能進入的學校的學生，在各構面上均無顯著性差異。

將學制與可能進入的學校進行交互效果分析後發現，不同學制與可能進入的學校在聲望取向（F 值=3.2867，P<0.05）、資訊來源取向（F 值=2.1059，P<0.05）及就業取向（F 值=2.1199，P<0.05）等構面上之交互效果達顯著水準，其餘構面則無顯著。進一步分析學制與可能進入的學校間之交互效果，其結果說明如下：

1.對聲望取向構面之交互效果分析：

由表 4.19 可知，在不同學制間之最可能進入大學的學生中，對於聲望取向的重視程度有顯著性差異（F 值=7.93， $P<0.05$ ），因此本研究從最可能進入大學的學制群，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，二專日間部中最可能進入大學的學生在考量聲望取向的因素高於二專進修部中最可能進入大學的學生，而二專日間部中可能進入大學的學生高於二專進修部中可能進入大學的學生。。

另外，在不同學制間最可能進入技術學院之學生中，對於聲望取向的重視程度有顯著性差異（F 值=3.50， $P<0.05$ ）。進一步從最可能進入技術學院的學制群，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，在 95%的信心水準下，三種學制之學生對聲望取向的重視程度，並無顯著差異，但若將信心水準降到 90%，則高職中最可能進入技術學院的學生在考量聲望取向的因素高於二專進修部中最可進入技術學院的學生。

由本研究得知，在不同學制間認為將來最可能進入大學就讀的學生，其對聲望構面重視程度有顯著差異，以二專日間部的學生的重視程度高於其他二個學制的學生。認為將來最可能進入技術學院就讀的學生，其對聲望構面重視程度亦有顯著差異，以高職學生的重視程度高於其他二個學制的學生。

表 4.17 學制與未來可能進入的學校之人數統計表

最可能進入的學校	學制	個數
最可能進大學	高職	7
	二專日間部	14
	二專進修部	8
	總和	29
可能進大學	高職	24
	二專日間部	15
	二專進修部	13
	總和	52
不確定	高職	113
	二專日間部	68
	二專進修部	71
	總和	252
可能進技術學院	高職	137
	二專日間部	76
	二專進修部	47
	總和	260
最可能進技術學院	高職	74
	二專日間部	42
	二專進修部	29
	總和	145

資料來源：本研究整理

表 4.18 學制與未來可能進入的學校對各構面之雙因子變異數分析

來源	構面	F 檢定	P 值
學制	經濟取向	2.5926	0.0755
	生活取向	0.7471	0.4741
	學習取向	0.7113	0.4914
	聲望取向	3.1608*	0.0430
	資訊取向	1.1221	0.3262
	就業取向	1.1695	0.3111
	可能進入學校	經濟取向	2.1202
生活取向		1.0210	0.3955
學習取向		1.1115	0.3499
聲望取向		0.5900	0.6699
資訊取向		1.8163	0.1238
就業取向		0.7591	0.5521
學制與 可能入學方式		經濟取向	1.2559
	生活取向	1.0624	0.3876
	學習取向	1.3867	0.1986
	聲望取向	3.2867*	0.0011
	資訊取向	2.1059*	0.0331
	就業取向	2.1199*	0.0319

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

表 4.19 學制與未來可能進入的學校對聲望取向之之交互效果分析

最可能進入的學校	學制	平均數	F 檢定	P 值	交互效果
最可能進大學	1.高職	-0.6629	7.93***	0.0004	2>1 2>3
	2.二專日間部	0.9254			
	3.二專進修部	-0.5600			
可能進大學	1.高職	-0.0422	0.74	0.4768	
	2.二專日間部	-0.0893			
	3.二專進修部	0.3231			
不確定	1.高職	-0.1981	1.55	0.2136	
	2.二專日間部	0.0682			
	3.二專進修部	-0.1099			
可能進技術學院	1.高職	-0.0229	0.28	0.7528	
	2.二專日間部	0.0628			
	3.二專進修部	0.0793			
最可能進技術學院	1.高職	0.3023	3.50*	0.0306	1>3
	2.二專日間部	-0.0780			
	3.二專進修部	-0.1952			

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

2.對資訊來源取向構面之交互效果分析：

由表 4.20 可知，在不同學制間認為最可能進大學的學生，對於資訊來源的重視程度有顯著性的差異（F 值=5.31，P<0.05）。進一步進行最可能進入大學的學制群，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，在 95%的信心水準下，三種學制之學生對資訊來源取向的重視程度，並無顯著差異，但若將信心水準降到 90%，三種學制之學生對資訊來源取向的重視程度，亦無顯著差異。

表 4.20 學制與未來可能進入的學校對資訊來源取向之交互效果分析

最可能進入的學校	學制	平均數	F 檢定	P 值
最可能進大學	1.高職	-0.1514	5.31**	0.0051
	2.二專日間部	1.0810		
	3.二專進修部	1.6519		
可能進大學	1.高職	0.8247	0.80	0.4515
	2.二專日間部	1.2369		
	3.二專進修部	0.9571		
不確定	1.高職	0.8667	1.39	0.2491
	2.二專日間部	1.0103		
	3.二專進修部	0.9838		
可能進技術學院	1.高職	1.0011	0.72	0.4887
	2.二專日間部	0.9607		
	3.二專進修部	0.1985		
最可能進技術學院	1.高職	0.1152	1.39	0.2499
	2.二專日間部	-0.1181		
	3.二專進修部	-0.2069		

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

3.對就業取向構面之交互效果分析：

由表 4.21 可知，在不同學制之最可能進大學的學生中，對於就業取向的重視程度有顯著性差異（F 值=3.39，P<0.05）。進一步進行最可能進入大學的學制群，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，在 95%的信心水準下，三種學制之學生對就業取向的重視程度，並無顯著差異，但若將信心水準降到 90%，三種學制之學生對就業取向的重視程度，亦無顯著差異。

表 4.21 學制與未來可能進入的學校對就業取向之之交互效果分析

最可能進入的學校	學制	平均數	F 檢定	P 值
最可能進大學	1.高職	-0.7600	3.39*	0.0343
	2.二專日間部	0.3369		
	3.二專進修部	-0.4425		
可能進大學	1.高職	-0.1909	2.30	0.1012
	2.二專日間部	-0.3173		
	3.二專進修部	0.4453		
不確定	1.高職	-0.1668	1.82	0.1635
	2.二專日間部	0.1096		
	3.二專進修部	0.0242		
可能進技術學院	1.高職	0.0136	0.03	0.9733
	2.二專日間部	0.0229		
	3.二專進修部	0.0530		
最可能進技術學院	1.高職	0.2404	1.88	0.1540
	2.二專日間部	-0.1212		
	3.二專進修部	0.0014		

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

由本研究得知，在不同學制間認為將來最可能進入大學就讀的學生，其對聲望構面重視程度有顯著差異，以二專日間部的學生對的重視程度高於其他二個學制的學生。認為將來最可能進入技術學院就讀的學生，其對聲望構面重視程度亦有顯著差異，以高職學生的重視程度高二專進修部的學生。

而在不同學制間認為將來最可能進入大學就讀的學生，其對就業與資訊來源構面重視程度雖有顯著差異，但經 Scheffe 檢定後發現，其對資訊來源取向的重視程度，三種學制之間的學生並無顯著差異。

四、學制與成績對各構面之雙因子變異數分析

將學制與背景變項中之成績，進行雙因子變異數分析，其結果如表 4.23，不同學制的學生，在各構面上均無顯著性差異。不同成績的學生，除在就業取向有達顯著水準外（F 值=2.7760，P<0.05），其餘各構面上，則無顯著性差異。

將學制與成績進行交互效果分析後發現，不同學制與成績的學生在生活取向構面（ F 值=1.9268， $P<0.05$ ）與就業取向構面上（ F 值=2.0484， $P<0.05$ ）之交互效果達顯著水準，顯示學制與成績在生活取向與就業取向間之交互效果顯著，因此進行單純主要效果的考驗分析，其研究結果說明如下：

1.對生活取向構面之交互效果分析：

由表 4.24 可知，對於不同學制間之位於班上成績 5 名以內的學生，在生活取向構面的重視程度有顯著性差異（ F 值=8.88， $P<0.05$ ）。進一步從班上成績 5 名以內的學制群，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，在 95% 的信心水準下，三種學制之學生對生活取向的重視程度，並無顯著差異，但若將信心水準降到 90%，則二專進修部日間部班上成績 5 名以內的學生在考量生活取向的因素高於二專進修部班上成績 5 名以內的學生。

另對於不同學制間之位於班上成績 46-50 名以內的學生，在生活取向構面的重視程度有顯著性差異（ F 值=5.73， $P<0.05$ ）。進一步從班上成績 46-50 名以內的學制群，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，在 95% 的信心水準下，三種學制之學生對生活取向的重視程度，並無顯著差異，但若將信心水準降到 90%，三種學制之學生對生活取向的重視程度，亦無顯著差異。

由本研究得知，在不同學制間在班上成績 5 名以內的學生對生活構面重視程度有顯著差異，以二專日間部的學生的重視程度高於二專進修部的學生。

表 4.22 學制與成績之人數統計表

班上成績	學制	個數
5 名以內	高職	53
	二專日間部	19
	二專進修部	22
	總和	94
6-10 名	高職	60
	二專日間部	23
	二專進修部	16
	總和	99
11-15 名	高職	55
	二專日間部	14
	二專進修部	11
	總和	80
16-20 名	高職	60
	二專日間部	22
	二專進修部	20
	總和	102
21-25 名	高職	33
	二專日間部	19
	二專進修部	12
	總和	64
26-30 名	高職	32
	二專日間部	23
	二專進修部	11
	總和	66
31-35 名	高職	18
	二專日間部	4
	二專進修部	8
	總和	30
36-40 名	高職	11
	二專日間部	6
	二專進修部	9
	總和	26
41-45 名	高職	2
	二專日間部	4
	二專進修部	1
	總和	7
46-50 名	高職	2
	二專日間部	4
	二專進修部	3
	總和	9

資料來源：本研究整理

表 4.23 學制與成績對各構面之雙因子變異數分析

來源	構面	F 檢定	P 值
學制	經濟取向	1.5964	0.2036
	生活取向	0.5282	0.5900
	學習取向	0.0707	0.9318
	聲望取向	0.2826	0.7539
	資訊取向	0.0345	0.9661
	就業取向	1.6382	0.1953
成績	經濟取向	1.8747	0.0532
	生活取向	1.3537	0.2063
	學習取向	1.8002	0.0655
	聲望取向	1.2145	0.2832
	資訊取向	0.6649	0.7410
	就業取向	2.7760**	0.0035
學制與成績	經濟取向	0.9463	0.5220
	生活取向	1.9268*	0.0122
	學習取向	1.0348	0.4179
	聲望取向	0.8042	0.6963
	資訊取向	1.4662	0.0964
	就業取向	2.0484**	0.0067

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

表 4.24 學制與成績對生活取向之之交互效果分析

班上成績	學制	平均數	F 檢定	P 值	交互效果
5 名以內	1.高職	-0.1285	8.88**	0.0030	2>3
	2.二專日間部	0.3895			
	3.二專進修部	-0.5273			
6-10 名	1.高職	0.1039	0.05	0.8152	
	2.二專日間部	0.1248			
	3.二專進修部	0.1400			
11-15 名	1.高職	0.0667	0.22	0.6428	
	2.二專日間部	-0.3364			
	3.二專進修部	-0.1527			
16-20 名	1.高職	-0.0280	3.70	0.0548	
	2.二專日間部	0.0877			
	3.二專進修部	-0.4965			

表 4.24 學制與成績對生活取向之之交互效果分析(續)

班上成績	學制	平均數	F 檢定	P 值	交互效果
21-25 名	1.高職	0.3288	2.32	0.1280	
	2.二專日間部	-0.2805			
	3.二專進修部	0.2717			
26-30 名	1.高職	0.0153	2.27	0.1323	
	2.二專日間部	0.3165			
	3.二專進修部	-0.2264			
31-35 名	1.高職	-0.2750	0.03	0.8615	
	2.二專日間部	0.3775			
	3.二專進修部	0.2725			
36-40 名	1.高職	0.3727	0.01	0.9069	
	2.二專日間部	-0.7050			
	3.二專進修部	-0.6444			
41-45 名	1.高職	-0.0800	0.00	0.9800	
	2.二專日間部	0.0375			
	3.二專進修部	0.0100			
46-50 名	1.高職	0.8650	5.73*	0.0170	
	2.二專日間部	-0.4000			
	3.二專進修部	1.3967			

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

2.對就業取向構面之交互效果分析

由表 4.25 可知，對於不同學制間之位於班上成績 46-50 名以內的學生，在就業取向構面中的重視程度有顯著性差異（F 值=4.75，P<0.05）。進一步從班上成績 46-50 名以內的學制群，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，二專進修部班上成績 46-50 名以內的學生在考量就業取向的因素高於高職班上成績 46-50 名以內的學生。

由本研究得知，在不同學制間在班上成績 46-50 名以內的學生對就業構面的重視程度有顯著差異，以二專進修部的學生的重視程度高於高職的學生。

表 4.25 學制與成績對就業取向之交互效果分析

班上成績	學制	平均數	F 檢定	P 值	交互效果
5 名以內	1.高職	0.0750	0.41	0.5214	
	2.二專日間部	0.1189			
	3.二專進修部	-0.0800			
6-10 名	1.高職	0.3110	0.38	0.5353	
	2.二專日間部	0.2987			
	3.二專進修部	0.0386			
11-15 名	1.高職	-0.1316	1.47	0.2263	
	2.二專日間部	0.0650			
	3.二專進修部	0.5482			
16-20 名	1.高職	-0.0542	1.83	0.1768	
	2.二專日間部	0.0582			
	3.二專進修部	-0.3555			
21-25 名	1.高職	0.1113	1.82	0.1784	
	2.二專日間部	-0.3311			
	3.二專進修部	0.1608			
26-30 名	1.高職	0.2472	0.06	0.8118	
	2.二專日間部	0.0983			
	3.二專進修部	0.0118			
31-35 名	1.高職	-0.3006	0.30	0.5836	
	2.二專日間部	-0.1475			
	3.二專進修部	0.1850			
36-40 名	1.高職	-0.9609	0.38	0.5371	
	2.二專日間部	-0.4000			
	3.二專進修部	-0.7222			
41-45 名	1.高職	0.5650	3.57	0.0595	
	2.二專日間部	0.4100			
	3.二專進修部	-1.6800			
46-50 名	1.高職	-2.8800	4.75*	0.0298	3>1
	2.二專日間部	-0.5375			
	3.二專進修部	1.1100			

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

五、學制與父親教育程度對各構面之雙因子變異數分析

將學制與背景變項中之父親教育程度，進行雙因子變異數分析，其結果詳見表 4.27，不同學制的學生，除在學習取向有達顯著水準外（F 值=3.6238，P<0.05），其餘構面上則無顯著性差異。父親教育程度不同的學生，在經濟取向（F 值=4.0072，P<0.05）、生活取向（F 值=3.8956，P<0.05）、資訊來源取向（F 值=3.7472，P<0.05）及就業取向（F 值=2.8432，P<0.05）

有達顯著水準，其餘構面則無顯著性差異。

將學制與父親教育程度進行交互效果分析後發現，不同學制與父親教育程度除在就業取向構面上之交互效果有顯著水準（F 值=2.2799， $P<0.05$ ）外，其餘構面上，則學制與父親教育程度間並無顯著性之交互效果存在，進一步分析學制與父親教育程度之交互效果，由

表 4.28 中可知，在不同學制間之學生，其父親教育程度在研究以上，他們對於就業取向的重視程度有顯著差異（F 值=3.15， $P<0.05$ ）。因此本研究從父親教育程度研究所以上的學制群，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，三種學制之學生對就業取向的重視程度，並無顯著差異。

由本研究得知，在不同學制間父親教育程度不同的學生對各構面的重視程度，均無顯著差異。

表 4.26 學制與父親教育程度之人數統計表

父親教育程度	學制	個數
未受正規教育或小學程度	高職	62
	二專日間部	42
	二專進修部	42
	總和	146
國(初)中程度	高職	133
	二專日間部	70
	二專進修部	68
	總和	271
高中.高職程度	高職	121
	二專日間部	72
	二專進修部	33
	總和	226
專科.大學程度	高職	35
	二專日間部	26
	二專進修部	20
	總和	81
研究所以上程度	高職	1
	二專日間部	2
	二專進修部	1
	總和	4

資料來源：本研究研整理

表 4.27 學制與父親教育程度之雙因子變異數分析

來源	構面	F 檢定	P 值
學制	經濟取向	1.4266	0.2408
	生活取向	0.4402	0.6441
	學習取向	3.6238*	0.0272
	聲望取向	1.4844	0.2273
	資訊取向	1.3132	0.2696
	就業取向	2.7373	0.0654
父親教育程度	經濟取向	4.0072**	0.0032
	生活取向	3.8956**	0.0039
	學習取向	1.0030	0.4051
	聲望取向	0.6742	0.6100
	資訊取向	3.7472**	0.0050
	就業取向	2.8432*	0.0234
學制與父親教育程度	經濟取向	1.6222	0.1148
	生活取向	1.2782	0.2516
	學習取向	1.7143	0.0916
	聲望取向	0.5740	0.7997
	資訊取向	1.7470	0.0844
	就業取向	2.2799*	0.0206

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

表 4.28 學制與父親教育程度對就業取向之交互效果分析

父親教育程度	學制	平均數	F 檢定	P 值
未受正規教育或小學程度	1.高職	-0.0924	2.81	0.0610
	2.二專日間部	0.1057		
	3.二專進修部	0.3757		
國(初)中程度	1.高職	0.0328	0.31	0.7335
	2.二專日間部	0.1360		
	3.二專進修部	0.0203		
高中.高職程度	1.高職	0.0121	0.16	0.8554
	2.二專日間部	-0.0690		
	3.二專進修部	-0.0012		
專科.大學程度	1.高職	-0.0569	2.84	0.0590
	2.二專日間部	-0.1581		
	3.二專進修部	-0.6990		
研究所以上程度	1.高職	-2.3100	3.15*	0.0433
	2.二專日間部	-0.0350		
	3.二專進修部	1.1100		

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

六、學制與母親教育程度對各構面之雙因子變異數分析

將學制與背景變項中之母親教育程度，進行雙因子變異數分析，其結果詳如表 4.30，不同學制的學生，在各構面上均無顯著性差異，母親教育程度不同的學生，除在經濟取向有達顯著水準外和（F 值=3.5757， $P<0.05$ ），其餘構面上，則無顯著性差異。

將學制與母親教育程度進行交互效果分析後發現，不同學制與母親教育程度在各構面之交互效果均未達顯著水準，顯示學制與母親教育程度之交互效果不顯著。

由本研究得知，在三個不同學制間母親教育程度不同的學生對各構面的重視程度均無顯著差異。

表 4.29 學制與母親教育程度之人數統計表

母親教育程度	學制	個數
未受正規教育或小學程度	高職	93
	二專日間部	58
	二專進修部	64
	總和	215
國(初)中程度	高職	133
	二專日間部	81
	二專進修部	61
	總和	275
高中.高職程度	高職	109
	二專日間部	59
	二專進修部	33
	總和	201
專科.大學程度	高職	17
	二專日間部	13
	二專進修部	9
	總和	39
研究所以上程度	高職	1
	二專進修部	1
	總和	2

資料來源：本研究整理

表 4.30 學制與母親教育程度之雙因子變異數分析

來源	構面	F 檢定	P 值
學制	經濟取向	0.8289	0.4369
	生活取向	0.9762	0.3772
	學習取向	2.1331	0.1192
	聲望取向	0.0079	0.9922
	資訊取向	0.1439	0.8660
	就業取向	0.9506	0.3870
母親教育程度	經濟取向	3.5757**	0.0067
	生活取向	0.2399	0.9157
	學習取向	2.3342	0.0543
	聲望取向	1.7782	0.1313
	資訊取向	0.8193	0.5130
	就業取向	2.2450	0.0627
學制與母親教育程度	經濟取向	1.9902	0.0540
	生活取向	1.5910	0.1348
	學習取向	0.7870	0.5983
	聲望取向	0.9651	0.4557
	資訊取向	0.5309	0.8114
	就業取向	0.9565	0.4621

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

七、學制與家庭支應子女教育費用情形對各構面之雙因子變異數分析

將學制與背景變項中之家庭支應子女教育費用情形，進行雙因子變異數分析，其結果詳如表 4.32，不同學制的學生，在各構面上均無顯著性差異，家庭支應子女教育費用經濟情況不同的學生，在經濟取向（F 值=3.2388，P<0.05）、生活取向（F 值=3.1839，P<0.05）及資訊來源取向（F 值=2.5380，P<0.05）有達顯著水準，其餘構面上則無顯著性差異。

將學制與家庭支應子女教育費用情形進行交互效果分析後發現，不同學制與家庭支應教育費用情形除在學習取向構面上之交互效果有達顯著水準外（F 值=2.0930，P<0.05），其餘構面上，則學制與家庭支應教育費用情形間，則無顯著性之交互效果存在，進一步分析學制與家庭支應教育費用情形間之交互效果，由表 4.33 可知，在不同學制間之學生，其

家庭經濟情形屬於能支應但稍有壓力者，在學習取向的重視程度有顯著差異（F 值=6.16，P<0.05）。從能支應但稍有壓力的學制群，進一步採用 Scheffe 檢定後發現，二專進修部能支應但稍有壓力的學生在考量學習取向的因素高於高職能支應但稍有壓力的學生，而二專進修部能支應但稍有壓力的學生高於二專日間部能支應但稍有壓力的學生。

由本研究得知，在不同學制間學生家庭經濟情況，感覺稍有壓力的學生對學習取向的重視程度有顯著差異，以二專進修部學生的重視程度高於二專日間部學生。

表 4.31 學制與家庭支應子女教育費用情形之人數統計表

家庭支應子女教育費用情形	學制	個數
充份支應且無壓力	高職	38
	二專日間部	30
	二專進修部	31
	總和	99
能支應稍有壓力	高職	159
	二專日間部	122
	二專進修部	66
	總和	347
能支應但很有壓力	高職	121
	二專日間部	41
	二專進修部	38
	總和	200
難以支應	高職	39
	二專日間部	21
	二專進修部	23
	總和	83
其他	高職	3
	二專日間部	1
	二專進修部	9
	總和	13

資料來源：本研究整理

表 4.32 學制與家庭支應子女教育費用情形之雙因子變異數分析

來源	構面	F 檢定	P 值
學制	經濟取向	0.4087	0.6646
	生活取向	0.0122	0.9878
	學習取向	1.0740	0.3422
	聲望取向	0.7566	0.4696
	資訊取向	0.6701	0.5120
	就業取向	0.3978	0.6720
家庭支應子女教育費用情形	經濟取向	3.2388*	0.0120
	生活取向	3.1839*	0.0132
	學習取向	0.2805	0.8907
	聲望取向	1.6383	0.1627
	資訊取向	2.5380*	0.0388
	就業取向	0.5436	0.7038
學制與家庭支應子女教育費用情形	經濟取向	1.1748	0.3115
	生活取向	1.9273	0.0532
	學習取向	2.0930*	0.0343
	聲望取向	0.7583	0.6398
	資訊取向	0.3721	0.9354
	就業取向	0.6797	0.7097

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

表 4.33 學制與家庭支應子女教育費用情形對學習取向之交互效果分析

家庭支應子女教育費用情形	學制	平均數	F 檢定	P 值	交互效果
充份支應且無壓力	1.高職	-0.0586	0.96	0.3845	
	2.二專日間部	0.2470			
	3.二專進修部	-0.0481			
能支應稍有壓力	1.高職	-0.1011	6.16**	0.0022	3>1 3>2
	2.二專日間部	-0.1286			
	3.二專進修部	0.3639			
能支應但很有壓力	1.高職	0.0827	1.40	0.2481	
	2.二專日間部	0.0498			
	3.二專進修部	-0.2237			
難以支應	1.高職	-0.0690	0.42	0.6550	
	2.二專日間部	0.1500			
	3.二專進修部	0.1130			
其他	1.高職	-0.7233	0.64	0.5254	
	2.二專日間部	0.0600			
	3.二專進修部	0.0156			

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

第五章 結論與建議

5.1 結論

本研究主要是以中部縣市技職體系商業類之高職、二專日間部及二專進修部應屆畢業學生為研究對象，探討其未來升學時之選校考量因素。本研究與其他相關研究不同之處，在於國內相關研究均以單一學制的學生為研究對象，本研究係針對目前技職體系複雜的學制，因此研究對象涵蓋高職、二專日間部及二專進修部三個學制的學生，並配合學生之背景變項，探討兩者對選校考量因素之交互效果。本研究結果，將有助於瞭解不同學制的學生未來升學考量因素的重視程度，並提供給學校未來在擬訂招生宣傳策略時之參考。

本研究是以驗證性之因素分析，來檢驗學生選校考量因素構面與考量因素間之關聯性，並採用單因子及雙因子變異數分析等統計方法，驗證理論架構及研究假說是否成立，結論可歸納為以下數點：

一、學生選校考量因素之現況分析：

由第四章表 4.3 可看出，目前學生選校考量的因素排序前十名有 1. 學費、2. 學生畢業後就業情況、3. 電腦設備充實、4. 學校提供就業機會、5. 教學設備充實、7. 課程選修的自由、8. 師資陣容堅強、9. 具有特色的課程規劃、10. 學校提供就業機會等因素。由此可知，技職體系的學生選校考量因素首重學費，依次為就業、設備、課程與師資，均是屬於經濟取向、學習取向與就業取向的因素，而學生對社團活動、校園景觀、教育部評鑑成績排名與學校聲望等生活取向及聲望取向的因素較不重視。本研究結果顯示，中部商業技職學生選校考量因素主要為學費與就業，技職教育政策強調培養社會就業人才，因此，為滿足學生將來就業的需求，

學校在設備、課程設計、師資陣容與提供就業機會等方面，也要跟產業界互動，聘請有實務經驗的老師，配合社會趨勢，適時調整課程，並加強產學合作，增加學生之實務經驗及畢業後之就業機會，如此才能符合學生需求，增加招生競爭力。

學生選校資訊來源，本研究調查結果顯示，學生選校資訊來源以國際網路的訊息、原來就讀系科的引導、原就讀學校師長的評價及首次參觀學校的印象等四項來源為主，一般媒體或是家人並非訊來源主要管道。因此，校方在相關校系介紹與招生宣傳，可利用網站及原就讀學校老師做為主要提供訊息的途徑，安排學生到校參觀或舉辦暑期營隊等，讓學生對學校有所接觸，減少學生收集資訊的時間，對於學生選校考量有正面的影響。學校在招生的宣傳上，加強學校網頁的設計、重要訊息的傳遞與適時更新內容，另外也不能忽視師長的影響力，加強對招生學校的師長的宣傳與互動，建立校際間的策略聯盟，安排學生來校參觀，舉辦校際間活動，增加學生對學校的認識，各系科的招生宣傳活動，可到相關之系科進行宣導。

二、不同學制的學生對選校考量構面之重視程度：

本研究以單因子變異數分析，探討不同學制的學生，其對選校考量因素之重視程度是否有差異性存在，經由實證結果發現，不同學制的學生，除在經濟取向有明顯的差異外，而在其餘各構面上均無顯著性差異，亦即支持不同學制的學生對選校考量構面之重視程度之 H1-1 假說，而 H1-2、H1-3、H1-4、H1-5、H1-6 假說則未能成立，如表 5.1 所示。

三個學制的學生，對各構面的重視程度，只在經濟取向有顯著差異，以高職學生的重視程度高於二專日間部，可能因為高職學生年紀較輕，打工機會及工作經驗較少，金錢的自主性相對較低於二專的學生，因此

會較在意經濟方面的因素考量。因此，學校對於高職生的招生宣傳，可加強學費、提供校內工讀機會、獎學金與辦理助學貸款，減低學生在經濟上的考量。

表 5.1 不同學制之學生對選校考量因素之關聯性

假 設	結 果
H1-1：不同學制之學生，對經濟取向之重視程度有顯著差異	成立
H1-2：不同學制之學生，對生活取向之重視程度有顯著差異	不成立
H1-3：不同學制之學生，對學習取向之重視程度有顯著差異	不成立
H1-4：不同學制之學生，對就業取向之重視程度有顯著差異	不成立
H1-5：不同學制之學生，對聲望取向之重視程度有顯著差異	不成立
H1-6：不同學制之學生，對資訊來源取向之重視程度有顯著差異	不成立

資料來源：本研究整理

三、不同背景變項下學生對選校考量構面之重視程度：

本研究以單因子變異數分析，探討不同背景變項的學生，在選校考量因素之重視程度是否有差異性存在，經由實證結果發現，不同背景變項的學生在性別、成績、父親教育程度、母親教育程度及家庭支應子女教育費用情形，在選校考量因素上有顯著差異，亦即支持不同背景變項之學生對選校考量因素之重視程度之 H2-1、H2-4、H2-5、H2-6、H2-7 假說，而 H2-2、H2-3 假說則未能成立，如表 5.2 所示。將檢定結果彙整如表 5.3，並逐一分述說明如下。

表 5.2 不同背景變項之學生與選校考量因素之關聯性

假 設	結 果
H2-1：不同性別之學生，對選校考量因素之重視程度有顯著差異	成立
H2-2：入學方式不同之學生，對選校考量因素之重視程度有顯著差異	不成立
H2-3：未來可能進入的不同學校之學生，對選校考量因素之重視程度有顯著差異	不成立
H2-4：不同成績之學生，對選校考量因素之重視程度無顯著差異	成立
H2-5：父親教育程度不同，對選校考量因素之重視程度有顯著差異	成立
H2-6：母親教育程度不同，對選校考量因素之重視程度有顯著差異	成立
H2-7：家庭支應子女教育費用之情形不同，對選校考量因素之重視程度有顯著差異	成立

資料來源：本研究整理

表 5.3 學生不同背景變項與各構面之差異分析

F 值 背景 變項	經濟 取向	生活 取向	學習 取向	就業 取向	聲望 取向	資訊來源 取向
性別	12.637***	0.041	13.989***	9.852**	18.095***	23.743***
入學 方式	0.564	0.075	0.696	3.085*	1.267	0.014
未來可能進 入的學校	1.632	1.615	2.061	0.671	1.059	2.053
成績	1.484	1.040	1.808	3.043***	1.003	0.665
父親教育 程度	3.848**	4.341**	0.780	1.947	0.808	3.571**
母親教育 程度	4.035**	0.521	2.983*	2.174	1.676	0.765
家庭支應子 女教育費用	4.481***	1.301	0.194	0.428	1.442	2.194

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

(一) 性別方面：Turner & Bowen (1999) 的研究指出「在高等教育，性別對於進入那一所大學、學院、選擇那一個科系、喜歡那一個學術領域及未來生涯發展均有很大的影響」。本研究發現中部地區女生比男生重視經濟取向、學習取向、就業取向、聲望

取向與資訊來源取向。

- (二) 入學方式方面：現今教育採多元入學方案，特色在於「考招分離」及「多元選才」，中部地區學生升學主要仍以參加聯招為主（38.3%），其次是多元入學制度實施的推甄方式（33.2%），學生未來升學仍會以技職學校為主。選擇參加聯招的學生比參加推甄的學生重視就業取向。
- (三) 未來可能進入的學校方面：學生認為將來升學最可能進入的學校，普遍認為最可能進入技術學院（35.2%），其次是表示還不確定（34.1%），而認為未來最可能進入大學（3.9%）與可能進入大學（7.0%）的學生最少。因此，在目前教育制度中，許多技術學院紛紛想升格為科技大學來吸引學生就讀，本研究發現，中部地區學生升學仍以技術學院為主要目標。未來可能進入不同的學校的學生，在選校各構面上之重視程度均無明顯的差異，即選擇進入大學、技術學院與不確定的學生，對選校考量因素的重視程度沒有差異。
- (四) 成績方面：以在班上成績中上程度的學生佔最多，班上成績 16-20 名（13.7%）、6-10 名（13.3%）及 5 名內（12.6%），不願表態的學生佔 22.4%（167 人），而愈往後面名次的同學佔的比率越少。Coccari & Javalgi（1995）的研究指出，學生入學許可的成績會直接影響學生選校之評估準則。本研究發現，位於班上成績 6-10 名的學生比 36-40 名的學生重視就業取向。另外在經濟、生活、學習、聲望與資訊來源取向的重視程度，則無顯著差異。
- (五) 父親教育程度方面：大部份學生的父親，其教育程度在國（初）

中 (36.4%) 與高中、高職 (30.4%)。Lam (1982) 研究學生升學時，指出影響學生選擇技職學校的因素個人內在因素、直接外在因素與間接外在因素，間接外在因素包含了父母教育程度、收入、及社經地位等。本研究發現，父親教育程度不同的學生在經濟取向、生活取向及資訊來源取向構面上有明顯差異。在經濟取向重視程度，學生的父親教育程度小學以下者高於父親的教育程度在大專者，從平均數比較，父親教育程度與經濟取向的重視程度大致呈反相關係。在生活取向重視程度，學生的父親教育程度國中高於父親的教育程度小學以下，從平均數比較，其父親教育程度與生活取向的重視程度大致呈正相關係。在資訊來源取向重視程度，學生的父親教育程度國中者高於父親的教育程度在大專者。

(六) 母親教育程度方面：大部份學生的母親，其教育程度在國(初)中 (27%) 與高中、高職 (37%)。本研究發現，母親教育程度不同的學生在經濟取向與學習取向構面上有明顯差異。在經濟取向重視程度，學生的母親教育程度小學以下、國中與高中職者高於母親的教育程度在大專者，從平均數比較，母教育程度與經濟取向的重視程度大致呈反相關係。在學習取向重視程度，學生的母親教育程度小學以下與高中職者高於母親的教育程度小學以下。。

(七) 家庭支應子女教育費用情形：大部份學生認為其家庭支應教育費用是屬於以能支應稍有壓力 (46.6%) 與能支應但很有壓力 (26.9%)，總計佔 73.5%。香港學者何瑞珠 (民 88) 指出：「社會階層出身給父母不同形式的資本，促使他們在子女教育上有

不同程度的參與」。Willms & Echols (1993) 和 Archbald (2000) 均認為會影響子女選擇學校的父母親通常有三個特徵，教育程度較高、有較高的社會地位、有較高的收入。本研究發現，家庭支應子女教育費用情況不同的學生，在經濟取向的重視程度有明顯差異，家庭難以支應與能支應但很有壓力的學生比家庭充份支應且無壓力的學生重視經濟取向。家庭的支應教育費用的經濟情況與經濟取向重視程度呈反相關係。

三、不同學制與不同背景變項之學生對選校因素各構面之重視程度

本研究為進一步深入分析學生選校考量因素之差異性，不同學制學生結合不同背景變項下，對選校考量因素各構面，是否會有交互影響產生。經由實證結果發現，不同學制與不同背景變項的學生在性別、可能進入的學校、成績、父親教育程度與家庭支應子女教育費用情形，有顯著交互作用，亦即支持不同學制與不同背景變項的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用之 H3-1、H3-3、H3-4、H3-5、H3-7 假說，而 H3-2、H3-6 假說則未能成立，詳見表 5.4，以下將對有顯著交互作用的背景變項說明如下，如表 5.5 所示。

表 5.4 不同學制之不同背景變項的學生與選校考量因素交互作用之關聯性

假 設	結 果
H3-1：不同學制下之不同性別的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用	成立
H3-2：不同學制下之不同入學方式的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用	不成立
H3-3：不同學制下之學生與其未來可能進入的學校類型，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用	成立
H3-4：不同學制下之不同成績的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用	成立
H3-5：不同學制下之父親教育程度不同的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用	成立
H3-6：不同學制下之母親教育程度不同的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用	不成立
H3-7：不同學制下之家庭支應子女教育費用情形不同的學生，對選校考量因素之重視程度有顯著交互作用	成立

資料來源：本研究整理

表 5.5 不同學制與不同背景變項學生之雙因子變異數分析

F 值 背景變項	學制與不同背景變項學生對經濟取向之交互效果					
	經濟取向	生活取向	學習取向	就業取向	資訊來源取向	聲望取向
性別	6.7285*	1.5230	0.1487	1.1532	1.7234	0.1471
入學方式	0.4582	0.1960	1.1612	1.6868	0.8460	1.1506
未來可能進入的學校	1.2559	1.0624	1.3867	2.1199*	2.1059*	3.2867*
成績	0.9463	1.9268*	1.0348	2.0484**	1.4662	0.8042
父親教育程度	1.6222	1.2782	1.7143	2.2799*	1.7470	0.5740
母親教育程度	1.9902	1.5910	0.7870	0.9565	0.5309	0.9651
家庭支應子女教育費用	1.1748	1.9273	2.0930*	0.6797	0.3721	0.7583

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

(一)、性別：女生在選校考量因素構面的重視程度，不會隨著學制不

同而有所差異，男生對經濟取向有重視程度會隨著學制不同而有所差異，高職男生高於二專日間部男生，高於二專進修部男生。

- (二) 未來可能進入的學校：認為將來最有可能進入大學與最有可能進入技術學院的學生，對聲望取向重視程度會隨著學制不同而有所差異。認為將來最有可能進入大學的二專日間部的學生比高職與二專進修部學生重視聲望取向。認為將來最有可能進入技術學院的高職學生比二專進修部學生重視聲望取向。
- (三) 成績：班上成績 5 名以內的學生，對生活取向重視程度會隨著學制不同而有所差異，班上成績 5 名以內的二專日間部學生比二專進修部學生重視聲望取向。班上成績 46-50 名的學生，對就業取向重視程度會隨著學制不同而有所差異，班上成績 46-50 名的二專進修部學生比高職生重視就業取向。
- (四) 父親教育程度：父親教育程度在研究所以上的學生，對就業取向重視程度會隨著學制不同而有所差異，進一步採用 Scheffe 檢定，三種學制的學生對就業取向並無顯著差異。
- (五) 家庭支應子女教育費用情形：能支應但稍有壓力的學生，對學習取向重視程度會隨著學制不同而有所差異，能支應稍有壓力的二專進修部學生比高職及二專日間部學生重視聲望取向。

5.2 建議

經由理論架構與實證分析之研究結論，本研究提供學校與後續研究者之具體建議如下：

一、對技職學校的建議

- (一)、適切的市場區隔，建構有效的招生行銷策略

教育市場自由化後，學生擁有更大的空間與更多元管道來選權學校，學校應要瞭解學生的需求，在選擇學校時，不同的學生所重視的考量因素有何差異，將招生市場劃分為數個小區隔，以不同的行銷組合策略去滿足區隔市場消費者的需求，有效調整招生策略，將會提高招生活動的效率。

(二) 瞭解學生的需求，藉由滿意的學生建立學校的口碑

學生升學考慮的因素主要為學費、學生畢業後就業情況、電腦設備充實、學校提供就業機會、教學設備充實、課程選修的自由、師資陣容堅強、具有特色的課程規劃、學校提供就業機會。學生心中的重要因素，與學校所提供的服務，二者符合了多少，加強宣傳學校的特色，修正學校不足的地方，提高學生的滿意度，進而建立學校的口碑。

(三) 培養就業人才，落實技職教育實務導向

技職教育目標就是培養社會就業人才，跟經濟發展息息相關。民國五十年代國內發展初級製造業，需要相當多基礎的、中級技術人員，因此五專很多。民國八十年代國內產業全面轉型，產業升級為高級技術製造業，九十年代朝向知識密集產業，隨著科技的進步，社會需求在改變，國家的政策也在調整，因此技職體系培養人才也要跟著改變。而由本研究可知，技職體系的學生在升學考量比較重視經濟取向、就業取向與學習取向，因此技職學校應落實實務，需要有實務經驗的師資，課程要能符合社會趨勢，培養企業需要的人才，結合當地產業，從事產學合作，建立學校特色。

(四) 透過產品組合，降低國立與私立學校學費的差異

中部商業技職學生升學考量因素首重「學費」，本研究也發現

有 73.5% 的學生認為家庭支應子女教育費用是以「能支應但稍有壓力」與「能支應但很有壓力」，支應子女的教育費用對中部地區家庭是一項負擔。由本研究開放式題目收集的資料，中部地區學生升學選校會考慮國立或私立，由此可見，低學費是公立學校招生的最大的優勢，對私立學校而言，是相對的弱勢。私立技職學校應透過行銷的產品策略與價格策略，針對學生的需求，並建立學校自我的特色，培養企業所需的人才的產品組合，讓學生與家長有物超所值的感受，招收優秀的學生來就讀。

(五) 掌握學生資訊來源管道，提升招生活動效率

學生選校資訊來源，以網際網路的訊息、原來就讀系科的引導、原就讀學校師長的評價及首次參觀學校的印象等四項來源為主，學校不能輕忽傳播的影響力，透過正確的管道、工具與人物來傳播訊息，如此才不會分散招生資源，讓學生對學校有正面的認識，減少資訊搜尋的時間，對於招生宣傳將有正面的影響力。

二、對後續研究者之建議

- (一) 本研究僅以中部縣市的商業類技職學生為研究對象，探討其選校考量因素的重視程度，配合不同學制與不同背景變項的交互作用下，對選校考量因素的重視程度之影響，建議後續研究者，可將研究對象擴大至其他地區的學生，並比較不同地區的學生，其對選校考量因素的重視程度是否有地區的差異性。
- (二) 本研究僅探討技職學生入學前的選校考量因素，建議後續研究者，可以將研究擴大至學生入學後對其就讀學校在這些選校考量因素表現的滿意程度，進行交叉比較，以提供技職體系學校，提高其教學與行政等相關作業在學生間之滿意度，及擬訂

更吸引學生之招生策略。

- (三) 本研究屬於探究學生未來升學時，其選校考量之意向，本研究是採用提示性問卷來測試受測樣本，然而在此過程中，對於學生之答題已有提示性，無法全然探測出學生心中，在未經提示時，其心目中真正重視之考量因素，因此，建議後續研究者，可以採用開放式問卷方式，探討其對選校考量因素的重視程度，並探討提示性問卷與開放性問卷，二者之研究結果是否有差異情形產生。
- (四) 本研究問卷第二部份，有關家庭支應子女教育費用的情況，選擇程度分為充份支應且無壓力、能支應稍有壓力、能支應但很有壓力與難以支應，此區分方式是屬於個人感受程度，建議後續研究者可用家庭所得的級距來判定，有更為明確的比較數據。

參考文獻

一、中文部份

1. 方世榮 (民 89), 行銷管理學, 台北: 東華書局。
2. 方世榮譯 (民 88), Kotler, P. & Armstrong, G. 著, 行銷原理學, 台北: 東華書局。
3. 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研究所碩士論文。
4. 台灣省政府 (民 84), 台灣發展五十年回顧成果展, 台中, 展覽資料。
5. 朱榮松、蔡天德、陳啟雄、田振榮 (民 91), 高職轉型為綜合高中行銷策略之探討, 技術及職業教育, 71 期, 44-48 頁。
6. 吳俊彥 (民 90), 消費者行為 (初版), 台北: 高立圖書。
7. 吳俊彥、林顯富譯 (民 89), 行銷學 (初版), 台北: 高立圖書。
8. 吳毓津 (民 86), 大學生科系選擇因素的分析—以中央大學與政治大學為例, 國立中央大學人力資源管理研究所碩士論文。
9. 吳萬益、林清河 (民 89), 企業研究方法 (初版), 台北: 華泰書局。
10. 李美樺 (民 90), 我國高等技職教育市場定位分析之研究—以科技大學為例, 朝陽科技大學企業管理學系碩士論文。
11. 沈溪南、楊豪森 (民 92), 高職存廢議題之探討與分析, 技術及職業教育, 73 期。
12. 周文賢 (民 91), 多變量統計方法, 台北: 智勝文化。
13. 林水順、莊英慎 (民 89), 技職學院行銷作為與特性認知分析—以國立勤益技術學院為例, 中華管理學報, 2-11 頁。
14. 林建志 (民 92), 高雄市國民中學學校教人員對學校行銷策略認知及

- 其運作之研究，國立高雄師範大學教育學系碩士論文。
15. 林建雄、張善斌譯（民 89），商用統計學（第三版），台北：前程。
 16. 林美孜（民 83），大學行銷溝通組合優先順序評選之研究，靜宜大學管理科學研究所碩士論文。
 17. 林傑斌、陳湘、劉明德（民 91），SPSS 統計分析實務設計寶典（初版），台北：博碩文化。
 18. 邱天助（民 85），社會教育的行銷理念，社教雙月刊，17 期，9-16 頁。
 19. 苗如茵（民 90），成人高等教育行銷策略之研究—以碩士在職專班為例，國立中正大學成人及繼續教育研究所碩士論文。
 20. 夏光華（民 89），大學推廣教育之行銷策略探討，大葉工學院事業經營研究所碩士論文。
 21. 孫運璿基金會（民 87），技職教育與國家競爭力研討會實錄，台北：孫運璿基金會。
 22. 張松根（民 88），我國成人教育機構目標行銷策略之研究，國立中正大學成人教育及繼續教育研究所碩士論文。
 23. 張紹勳（民 87），技職院校資管科生涯發展、自我統整、工作價值觀、升學就業及其相關因素之研究，人力資源學報，第 10 期，1-16 頁。
 24. 張慶勳（民 88），學校經營企業化之挑戰與展望，國教天地，132 期，71-76 頁。
 25. 教育部技職司（民 91），技職教育人才培育之規劃，http://www.tve.edu.tw/data/研_1.htm。
 26. 教育部技職司（民 92），技術及職業教育法規選輯（第二版），台北，教育部技職司。
 27. 教育部技職司（民 92），技職教育的現況、問題與發展策略，技術及

職業教育，73 期。

28. 許士軍 (民 75)，現代行銷管理，台北：商務書印。
29. 許明欽 (民)，教育行銷在學校經營上的應用，第二屆教育領導與發展學術研討會，133-150 頁。
30. 許舒翔、周春美、沈健華 (民 91)，技職院校教育行銷策略之探討，技術及職教育，69 期，9-13 頁。
31. 許詩旺 (民 91)，國民小學教育人員對行銷策略認知及其運作之研究，屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。
32. 陳添旺 (民 86)，以行銷導向提昇學校競爭力之探索性研究-以私立高職為例，大葉工學院事業經營研究所碩士論文。
33. 陳瑞萍 (民 89)，師範院校招生行銷策略規劃之研究，國立臺灣師範大學教育研究所碩士論文。
34. 陳銘達 (民 89)。幼教之行銷策略—以台北市為例。台北大學企業管理研究所碩士論文。
35. 陳聰吉 (民 90)，高雄市國中生選填志願影響因素之研究，國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
36. 彭曉瑩 (民 91)，教育行銷之理論與實務，人文及社會學科教學通訊，75 期，108-118 頁。
37. 曾國鴻、何榮亮 (民 92)，私立技專校院招生困境與解決之道，教育研究資訊，11 卷 3 期，87-109 頁。
38. 湯堯 (民 89)，學校經營管理策略-大學經費分配、募款與行銷，台北：五南圖書。
39. 黃再德 (民 74)，行銷觀念應用於大學科系招收研究，國立中山大學企業管理研究所碩士論文。

40. 黃廷合 (民 91), 我國加入 WTO 與技職教育應有之作法, 技術及職業教育, 68 期。
41. 黃昆輝 (民 67), 我國大學入學考試報考者與錄取者家庭社經背景之比較分析, 國立台灣師範大學工業教育研究所集刊, 第 20 輯, 149-326 頁。
42. 黃俊英 (民 89), 行銷管理—策略性的觀點, 台北: 華泰書局。
43. 黃俊英 (英 86), 行銷研究概論, 台北: 華泰書局。
44. 榮泰生 (民 86), 行銷管理學, 台北: 五南圖書。
45. 劉嘉茹 (民 89), 我國技職教育的過去與未來, 國立台灣師範大學科學教育研究所網頁 <http://gopher.ntnu.edu.tw/gise/journal2/issue-liou.htm>
46. 蔡敦浩 (民 85), 大學正從賣方市場轉向買方市場, 中國時報, 第 11 版。
47. 蔡雅賢 (民 92), 技職校院進修推廣教育行銷策略管理之研究-以 A 學院為例, 銘傳大學管理學院高階經理碩士學程碩士論文。
48. 蔡蕙華、簡正儒 (民 88), 影響專科應屆畢業生升學就業因素之探討, 技術學刊, 第 14 卷, 第 3 期, 471-478 頁。
49. 鄭禎佩 (民 91), 師範學院教育行銷研究-以屏東師院為例, 屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。
50. 鄭勵君 (民 87), 學校形象之行銷管理策略淺析, 高市文教, 63 期, 55-59 頁。
51. 鄧志平 (民 85), 高中生選擇大學主修科系決策歷程之研究, 國立高雄師範大學輔導研究所碩士論文。
52. 戴曉霞 (民 89), 高等教育的大眾化與市場化, 台北: 揚智出版社。
53. 謝安田 (民 82), 企業研究方法, 台北: 著者發行。
54. 嚴玉華 (民 91), 我國技職校院研究所招生策略之研究, 國立台北師範學院國民教育研究所碩士論文。

二、英文部份

1. Assael H.(1987), Consumer Behavior and Marketing Action, Boston, Kent Publishing Co.
2. Beatty S. E., & M. S. Smith(1987), Extenal Searh Effort: An Investigation Across Several Product Categories, Journal of Consumer Reasearch, Vol.14, PP.83-95
3. Bingham, F. G. (1993). Marketing the institution of higher learning : A research analysis enrollment model. Journal of Marketing for Higher Education, 4(1), P59-72
4. Coccari ,R.L.,and Javalgi, R. G.(1995).Analysis of student's needs in selecting a college university in a changing environment. Journal of Marketing for Higher Education ,6(2), P27-39.
5. Comm, C. L., and Labay, D. G.(1996). Reposition colleges using changing student quality perception : On exploratory analysis. Journal of Marketing for Higher Education,7(4), P21-34.
6. Desrochers, L. A., & Detmwe, E. D. (1990). From the ivory tower to the unisearchity. Education Record, 71(3), P9-14
7. Engel, James F. ; Blackwell, Roger. D. and Miniard, Paul. W.(1986), Consumer Behavior, 5th ed., N.Y.: The Dryden Press, PP.16-17
8. Hall, M. C., & Elliott, K. M.(1993).Strategic planning for academic departments : A model and methodology.Journal of Marketing for Higher Education,4(2), P295-307.
9. Kassarjian, H. H., & Sheffet, M. J.(1981) .Personality and consumer behavior : An update,in Perspectives in consumer behavior, ed. Harold H.Kassarjian,H. H., & Thomas S.Robertson, T. S.(1981). Gienview, IL : Scott, Forsman, P160-180.

10. Kotler, P and Andreasen, A. R.(1995), Strategic Marketing for Non-Profit Organization. N.J.: Prentice-Hall.
11. Kotler, P and Fox, K. F.(1994), Strategic Marketing for Educational Institution. N.J.: Prentice-Hall.
12. Kotler P.(1997). Marketing management: analysis, planning, implementation and control (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
13. Kotler, P. (1991), Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control. 7th, New York: Prentice-Hall, Inc.
14. Kotler,P, & Fox,K.F..(1995). Strategic Marketing for Education Institutions.(2nd ed.). Englewood Cliffs NJ : Prentice-Hall.
15. Landrum, R. E., Turrisi, R., & Harless, C. (1998).University image : The benefits of assessment and modeling. Journal of Marketing for Higher Education, 9(1), P53-68
16. Litten, L. H.(1980).Marketing Higher Education. Journal of Higher
17. Nunally, J.C. (1978), Psychometric Theory. New York: McGraw-Hill.
18. Rosen, D. E., Curran, J. M., & Greenlee, .B. (1998)._College choice in a brand elimination framework : The high school student's perspective. Education,51(4), P40-58.
19. Rosen, D. E., Curran, J. M., & Greenlee, .B. (1998). College choice in a brand elimination framework : The high school student's perspective. Journal of Marketing for Higher Education.8 (4), P61-81.
20. Schiffman, L. G. and Kanuk, L.L.(2000), Comsumer Behavior,(7d ed) Prentice-Hall.
21. Sheth, J. N.(1974). An investigation of relationships among

- evaluative beliefs, affect, behavioral intention, and behavior, in Consumer behavior : Theory and application, eds. Farley, J. U., Howard, J. A. & Ring, L. W. (1974). Boston : Allyn & Bacon, P89-114.
22. Slama, M. & Tashchian A. (1985), Selected Socioeconomic and Demographic Characteristics Associated with Purchasing Involvement, Journal of Marketing, Vol. 49, pp.72-82
23. Slater, J. R. (1987). A model for the development of a proactive, action adaptation, marketing strategy for the area vocational-technical (doctoral dissertation, Georgia State University, 1987)
24. Smith, Wendell R. (1956), Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies, Journal of Marketing, pp.3-8
25. Webb, M. S., Coccari, R. L., & Allen, L. Cherie (1996), Doctoral programs : what factors attract students, Journal of Marketing for Higher Education, 7(4), P73-85
26. Yavas, U., & Schemwell, D. J. (1996) .Graphical representation of university Image : A correspondence analysis. Journal of Marketing for Higher Education, 7, P75-84

附錄一 中部縣市商業技職學生升學考量因素開放題彙整表

項 目	人 數
學費	355
離家遠近	200
科系	171
師資陣容堅強	157
生活便利	156
設備	88
國立或私立	82
學校在業界的聲望	80
聲望	74
教學設備充實	66
校園景觀	62
學校提供就業機會	53
學生畢業後就業情況	49
興趣	39
具有特色的課程規劃	36
聯招成績的落點	33
良好的學術聲望	27
交通問題	25
校學校提供就業輔導	24
電腦設備充實	20
學校提供宿舍	19
課程選修的自由	19
社團活動活躍	19
環境	15
原來就讀科別的引導	12
地區	12
專業技能	11
學生素質	11
父母親的態度	10
學校提供高額獎助學金	10
工作、市場需求	10
語文能力的培養	9

校園面積大小	7
一技之長	7
上課時間	7
是否為科大	6
素質	6
親友的評價	5
分數要求	5
停車問題	5
有適合社交的男女比率	4
升學率	4
競爭壓力	4
首次參觀學校的印象	3
校友的表現	3
考取證照	3
停車費問題	3
飲食方便	3
學以致用	3
教育部評鑑成績的排名	2
同學意見	2
圖書設備充實	2
個人興趣	2
實用性	2
學生的素質	2
學校制度	2
學校素質	2
傳播媒體對學校的報導	1
參觀技職博覽會	1
學長姐的意見	1
上課方式	1
心情好壞	1
充實自我	1
打工地點	1
休息涼庭	1
休學就業	1
同學的團結度	1

多方面學習	1
安全問題	1
老師上課方式	1
自我評估	1
志願	1
快樂學習	1
技術	1
更多知識	1
求學歷	1
系費贊助問題	1
良好的讀書風氣	1
制度	1
命運	1
性向	1
招生方式	1
直升本校	1
是否為名校	1
原因不明	1
書籍問題	1
校車接送	1
校車費	1
校規	1
氣候因素	1
能力	1
教學資源	1
教學態度	1
理論實務	1
畢業的出路	1
設有餐廳	1
通車問題	1
報告份量	1
硬體設備	1
進修途徑	1
進修管道	1
經濟因素	1

資訊來源	1
資源	1
運氣	1
熱門科系	1
課業壓力	1
學校資源	1
學習更多	1
雜費問題	1
讀書風氣	1
體會大學生活	1

附錄二

中部縣市商業技職學生升學考量因素之分析

親愛的同學您好：

非常感謝您填答這份問卷，本問卷的主要目的在於了解目前商業技職學生志願選擇技職校院的重要因素，提供相關教育單位及未來發展技職教育之參考。本問卷採不具名方式，答案沒有所謂的標準答案，請依據您個人的想法及實際狀況作答，本調查僅供學術研究之用，請放心填選。謝謝您的協助。敬祝

學安

南華大學管理科學研究所

指導教授：丁誌紋 博士

研究生：鍾雅儷 敬上

第一部份：選擇技職校院因素開放題

請您依現有的想法及實際狀況，直接列舉寫出您未來選填技職校院所最可能考量的因素，可以不須填滿五項因素，若超過五項者，下面空白處亦可作答。

第一：_____

第二：_____

第三：_____

第四：_____

第五：_____

第二部份：個人基本資料（請依據您個人現況，請在□內打「✓」）

一、性別：男 女

二、現就讀學校：_____

三、您最喜歡何種入學方式：推薦甄試 聯招 申請入學

四、您覺得自己最可能進入之進修學制：

最可能進大學 可能進大學 不確定 可能進技術學院

最可能進技術學院

五、您目前班上學生數總共_____人；您在班上的成績排名約第_____名

六、父母親的教育程度：

父 母

1. 未受正規教育或小學程度

2. 國(初)中程度

3. 高中、高職程度

4. 專科、大學程度

5. 研究所以上程度

七、家庭支應子女教育費用的情形

1. 充份支應且無壓力

2. 能支應稍有壓力

3. 能支應但很有壓力

4. 難以支應

5. 其他_____

(請翻面繼續作答，謝謝！)

第三部份：選擇技職校院因素量表

試就您未來選填技職校院的志願所可能考量的因素，仔細閱讀以下句子後，依據您個人想法及實際情況，針對以下項目選出最能代表您想法的同意程度，請在□內打「✓」。

	非常 不重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要
1. 學校位於生活便利的都市商圈	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 師資陣容堅強	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 學生畢業後就業情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 首次參觀學校的印象	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 教學設備充實	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 良好的學術聲望	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 學校的招生宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 學費	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 圖書設備充實	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 校友的表現	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 學校提供高額獎助學金	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 電腦設備充實	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 親友的評價	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 學校包含的科系多元化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 校學校提供就業輔導	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 原來就讀科別的引導	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 校園景觀美好與否	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 傳播媒體對學校的報導	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 校園面積大小	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 具有特色的課程規劃	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 參觀技職博覽會	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 原就讀學校師長的評價	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

非 不 普 重 非
常 重 通 要 常
不 要 要 要 重
重 要 通 要 重
要

- | | | | | | |
|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 23. 課程選修的自由 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 24. 補習班的講座與文宣 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 25. 學校在業界的聲望 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 26. 學長姐的意見 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 27. 有適合社交的男女比率 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 28. 網際網路的資訊 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 29. 教育部評鑑成績的排名 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 30. 社團活動活躍 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 31. 同學意見 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 32. 語文能力的培養 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 33. 學校提供就業機會 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

問卷到此全部結束，煩請您重新檢視一遍，不要漏答任何一個問題。

再次感謝您的合作與協助，謝謝各位同學！

個人簡歷

姓名：鍾雅儷

籍貫：台灣省雲林縣

學歷：雲林縣中山國小

雲林縣東南中學

嘉義女中畢業

淡江大學產業經濟系畢業

南華大學管理科學研究所

經歷：環球商業專科學校辦事員

環球商業專科學校組員

環球技術學院組員

現職：環球技術學院秘書室行政組組長