

國立政治大學

企業管理研究所

碩士論文

求職者特性、組織雇用形象
與求職者工作選擇之探討
- 以企研所招生為例

指導教授：蔡維奇 博士

研究生：高毅鳴

中華民國一〇一年六月

摘要

由於國內的大專院校廣開研究所課程，使得研究所在招生的競爭上更加激烈，了解學生選擇研究所的因素以及如何吸引學生前來報考與就讀對於大學研究所來說顯得格外的重要。過去有關於研究所升學的相關議題甚少，大多是以升大學或是高中為研究議題。本研究從人才招募與企業形象的角度針對考研究所的選擇因素進行相關的研究與探索，並以企業管理研究所招生為例。

本研究的研究背景主要是探討在人資領域中，求職者的人格特質、企業雇用形象與工作選擇意圖彼此之間的相互關聯與重要程度，而本研究以企業管理研究所招生為例，針對欲報考企業管理研究所的學生在研究所的報考因素、重榜決策、以及企業管理研究所形象等進行探索性的研究分析，並以不同的背景與人格特質作為變數，分析其結果的差異以及相互的關聯性。

本研究以366位大三以上欲報考研究所的學生為研究對象，以問卷方式調查蒐集資訊，回收之資料以因素分析與集群分析將樣本依人格特質分成不同的集群，在以不同的背景因素與人格特質集群為變數，與各題項進行分析。研究結果發現，在研究所的報考因素中，研究所的聲譽為普遍學生所在意的因素；而在形象調查中，普遍學生認為優良的企業管理研究所應要能提升學生自身的能力與視野或協助學生建立與企業之間的關係。學校方面若能以顧客（學生）為導向，將學生所希冀的因素盡可能地完善與達成，在校際間才能擁有更強的競爭力。透過本研究，期望能將研究結果提供研究所的招生策略與未來規劃之參考。

關鍵詞：企業雇用形象、工作選擇意圖、人格特質

ABSTRACT

The rising numbers of graduate programs in Taiwan has increased the competition of the recruitment between graduate schools domestically; to understand factors influence new coming students' decision making process and how to attract more prospective students become crucial for graduate programs. Previous education related research mostly focus on the selection of senior high school or college but neglect the pursuit of higher education; therefore, the research discusses students' selection criteria of graduate programs based on two dimensions, corporate image and recruitment, based on the actual recruiting example of an MBA program.

The background of the research discusses the reciprocal relationships and importance between applicant's personal characteristics, corporate employment image, and job acceptance intention in the field of human resources. This research takes the actual recruiting process of an MBA program as the research target, factors influence prospective students' willingness to apply, decision making in receiving multiple acceptance from different graduate programs, and image of the MBA program for exploratory analysis; while using different backgrounds and characteristics of prospective students as variables to analyze the difference in result and interactive relationships between variables.

The object of this research is junior students who plan to apply for graduate programs; the questionnaire is used as data collection instrument and collected sample is then grouped into different personal characteristic clusters through factor analysis and cluster analysis, along with different backgrounds and characteristics of prospective students as variables in the analysis. The research finds that the reputation of graduate program is the major consideration factor among all others. In image

testing, most students see a good MBA program should be able to enhance students' ability and vision, and be the linkage between students and business entities. To sum up, competitiveness of graduate programs can be better increased when services they provide are customers (students) oriented, and able to meet students' professional needs. Findings of the research may be useful for graduate programs' future recruitment strategic planning.

Key Words: Corporate employment image, job acceptance intention, personal characteristics



致謝

這篇論文的完成首先要感謝我的指導教授蔡維奇教授，在百忙之餘還抽出寶貴的時間悉心指導，除此之外，透過老師的教導，讓我充實了人力資源的知識，同時也在老師的身上學到了許多待人處世與進退應對的方式與道理，讓我受益良多。

感謝父母與家人對於我就讀研究所的決定表示支持，還要感謝身邊的朋友與同學，在這兩年來給予我很多的協助與建議。謝謝呂相賢、陳宛平、康揚旒、黃信傑這兩年來的陪伴，讓我在這兩年來無論是遇到如何的挫折都能夠堅持地走下去，謝謝林筱雯、黃蘭茵在我蒐集問卷的時候給予的建議與支持。還要感謝政大企研47屆的同學們，兩年來的合作與相處，從大家的身上學到很多，也讓我最後的學生生涯過得特別的精采。

碩士生活的這兩年，歷經了很多事情，因為有很多人的支持與鼓勵，才能堅定自己的決心堅持下去，在這個階段的經驗與收穫，我將會一輩子銘記在心。

高毅鳴 謹識

政治大學企業管理研究所

中華民國一百零一年六月

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
致謝	iv
目錄	v
表目錄	vii
圖目錄	ix
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2
第二章 文獻探討	3
第一節 工作選擇	3
第二節 企業雇用形象	6
第三節 人格特質	8
第三章 研究方法	11
第一節 探索性問題	11
第二節 研究架構	12
第三節 研究對象與程序	13
第四節 研究變數與測量工具	22
第五節 統計分析方法	24
第六節 信度分析	25
第七節 因素分析與分群	26
第四章 研究結果	28
第一節 研究所報考原因與選擇因素	28

第二節 研究所重務決策相關活動-----	34
第三節 研究所形象探討-----	39
第五章 結論與建議-----	49
第一節 研究結論-----	49
第二節 管理與實務意涵-----	51
第三節 建議-----	52
參考文獻-----	55
附錄 - 問卷-----	59



表目錄

表2-3-1 Cattell 十六人格潛源特質-----	9
表2-3-2 五大人格特質之定義-----	10
表3-3-1我國「大專院校及碩士人數」數統計表-----	14
表3-3-2 我國碩士生就讀各系所人數-----	15
表3-3-3 2011年國內商管/財經/觀光領域之學校排名-----	17
表3-3-4 研究對象及樣本數(全體樣本, n=366)-----	20
表3-3-5 研究對象及樣本數(目標樣本, n=184)-----	21
表3-6-1 人格特質量表各構面之題項與信度-----	25
表3-7-1 集群分析之組成與樣本數-----	27
表4-1-1 系所活動對潛在考生報考的影響程度-----	30
表4-1-2 系所活動對不同性別之潛在考生報考的影響程度-----	30
表4-1-3 系所活動對不同大學之潛在考生報考的影響程度-----	31
表4-1-4 系所活動對不同學院背景之潛在考生報考的影響程度-----	31
表4-1-5 系所活動對是否已考上研究所之潛在考生報考的影響程度-----	32
表4-1-6 系所活動對不同集群潛在考生報考的影響程度-----	32
表4-1-7 系所活動對各變項之變異數分析檢定-----	33
表4-2-1 系所活動對重榜考生選擇的影響程度-----	35
表4-2-2 系所活動對不同性別之重榜考生選擇的影響程度-----	35
表4-2-3 系所活動對不同大學之重榜考生選擇的影響程度-----	36
表4-2-4 系所活動對不同學院背景之重榜考生選擇的影響程度-----	36
表4-2-5 系所活動對是否已考上研究所之重榜考生選擇的影響程度-----	37
表4-2-6 系所活動對不同集群重榜考生選擇的影響程度-----	37
表4-2-7 系所於放榜後之行動對各變項之變異數分析檢定-----	38

表4-3-1 政大企研所與其他兩所企業管理研究所之形象得分-----	41
表4-3-2 政大企研所之形象得分-----	42
表4-3-3 不同性別對於政大企研所的形象認知得分-----	43
表4-3-4 不同大學對於政大企研所的形象認知得分-----	44
表4-3-5 不同學院對於政大企研所的形象認知得分-----	45
表4-3-6 有無考上研究所者對於政大企研所的形象認知得分-----	46
表4-3-7 不同集群對於政大企研所的形象認知得分-----	47
表4-3-8 政大企研所之形象對各變項之變異數分析檢定-----	48



圖目錄

圖3-2-1 本研究之研究架構-----	12
圖3-3-1 我國民國91年至100年碩士生人數趨勢圖-----	14
圖3-3-2 研究所招生時程-----	16



第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

在這個以學歷為主要考量的社會，碩士學位已成為現今國內高等教育社會的基本學歷，絕大多數的大學生在面臨大學畢業之後的道路抉擇時，選擇投入研究所的考試競爭的比例越來越多，為了確保能確實考上研究所，應考生選擇同時報考多間國立大學的狀況係屬司空見慣的情形，也因此，常會有重榜的情況發生，也就是一個學生同時考上多間研究所，對於該學生而言，會如何能做出最適合的選擇以及做出選擇所考慮的因素就顯得格外的重要。

除了學生對於學校的選擇會有所考慮之外，由於目前受到少子化的影響，雖然報考研究所的比例逐年上升，但報考研究所的人數已逐年平緩，而大學的改制使得大學數越來越多，各大學研究所的競爭激烈，為了吸引更優秀的大學生前來就讀，各校系需要思考如何形塑良好的系所形象，還需要對於吸引考生作出相對應的活動，然而這些形象的形塑以及相對應的活動是否真能吸引優秀的大學生前來報考甚至就讀，將是這次的研究進行的研究範疇之一。

在重榜的學生考慮應如何選擇研究所時，除了外在的客觀因素以及自身的考量因素之外，應考生本身的個人特質也會影響到選擇研究所的決策，對自我要求較高的學生與外向開放的學生在面臨重榜選擇或是報考研究所的考慮時是否會有所不同，若人格特質不同的學生在眾多因素考量之間也明顯的差異，而學校是否能採取相關的活動以吸引到所欲招收具備某些特定特質的學生，也是本次研究所要探究的範疇之一。

第二節 研究目的

本研究的預期價值，在於藉由了解台灣大專院校的研究系所形塑的形象、應考生的人格特質、以及研究所報考因素及重榜考量因素的關聯性，藉此研究探索出研究所在吸引優秀人才上，應採取何種活動或是調整形塑哪些系所形象，以期望能吸引到具備某些特質的應考生。進而應用於企業在形塑企業形象時，對於吸引優秀的人才應徵以及影響應徵者在企業選擇決策上有所貢獻。

本研究主要的研究目的有以下三項：

- 一、 研究所報考選擇與重榜決策之系所相關活動，對於不同人格特質之集群的重要程度。
- 二、 研究所形象對於研究所報考選擇及重榜決策之影響。
- 三、 探索系所形象與活動對於不同的受試者特性結果之差異，提供系所對於作為持續改善形象以及採取活動的依據。

第二章 文獻探討

第一節 工作選擇

招募分為三個階段 (Barber, 1998)，吸引求職者投遞履歷 (建立良好的企業形象等)、持續吸引求職者參與求才企業的相關招募活動 (公平的甄選程序等)、以及使求職者接受雇用。對許多企業而言，常關注於如何能吸引更多與更好的求職者前來應徵，以及設計一套公平且能有效判斷人才的甄選程序。然而，除了在實際的招募過程中，也時常會發生企業給予應徵者錄取通知後，應徵者卻回絕了錄取的狀況，一旦發生了求職者不願接受職缺的情況，則招募活動又必須重頭開始。本節即是對於求職者與企業在進行招募活動時，從不同的角度對於工作選擇的影響探討。

在招募的第一階段，重點在於如何吸引更多與更優秀的求職者前來應徵，也就是要強化組織對於求職者的吸引力。所謂的組織吸引力是指組織本身吸引潛在求職者嚮往的程度 (Turban & Keon, 1993)，對於不具吸引力的組織，求職者會選擇放棄應徵，尋求其他的機會。

過去有許多研究對於影響組織吸引力的因素進行探討，例如組織的特性即會對工作的選擇產生影響。Turban 與 Keon (1993) 的研究結果探討組織特性與人才吸引之間的關係，潛在的求職者比起以年資為薪酬標準，更偏好以績效為薪酬標準的公司，除此之外，潛在的求職者還偏好分權程度較高的公司。在 Barber, Wesson, Roberson 與 Taylor (1999) 的研究中，則發現有超過六成以上的潛在求職者在選擇求職的企業時，會偏好大型的企業，在求職前就預先排除了不符合心中偏好規模的求才組織，不會前往中小型企業求職。而 Cable 與 Judge (1994) 的研究發現，較高的薪資、彈性的福利政策、以績效為薪酬標準、以及變動薪資比例低的企業，其對於潛在求職者的吸引力越高。

除了組織特性外，也有研究認為個人特質與組織文化的適配也會影響組織的

吸引力。如Schneider(1987)的研究使用ASA(Attraction-Selection-Attrition)的分析架構，描述求職者受到與自身的人格特質相仿的組織吸引，經過組織與自我選擇後進入組織，最後經過社會化的過程後產生留任或離職的情形。換言之，個人與組織在價值觀、目標相仿的情況下會相互吸引，會傾向於留任組織；而當個人認知到組織的文化與價值觀相左或有差異時，則傾向於離開組織。公司會透過招募與甄選過程選擇出最適合且符合組織期望的應徵者，而求職者因興趣、需求、偏好與個人人格特質的因素，選擇最適合個人的公司。Turban 與 Keon (1993) 的研究中，發現到特定的人格特質會干擾組織特性對於組織吸引力的影響，例如學歷高或在校成績好的學生往往具有高自尊需求，會偏好分權與大型的企業；而高成就導向的求職者會偏好以績效為薪酬標準的公司。

在招募活動進行到第三階段時，要使求職者接受雇用，而求職者在獲得工作機會時，會進行工作選擇決策 (Job choice)，抉擇是否接受此工作機會，若傾向於接受此工作，則表示其工作接受意圖 (Job acceptance intention) 的可能性高 (Chapman, 2005)。而在影響求職者的工作接受意圖的因素中，Chapman等學者 (2005) 的分析研究顯示，工作特性對於工作接受意圖的預測力最高，其他相關的因素還包括組織特性、求職者所知覺到的組織契合度、招募者特性以及招募過程的知覺。而Barber(1998)認為影響工作選擇的因素眾多，但最主要的考量則是工作特性此一因素，而其他的因素會在招募的前兩階段被求職者進行篩選。

在工作特性中，Barber(1998)認為求職者最重視的因素即是薪資與福利水準。然而，實際的招募活動中，即使公司提供的薪資水準較其他公司為低，仍可能吸引到求職者，表示仍有其他的工作屬性會影響求職者的工作選擇。Boswell(2003)的研究發現，包含工作的內容、工作的地點、公司的文化、未來發展的機會等等都是重要的工作選擇影響因素。根據期望理論 (Expectancy Theory)，求職者對於各工作的整體吸引力，是由各項工作屬性因素的吸引力所共同組成，而各工作屬性的吸引力取決於求職者對各工作屬性的價值評價 (Valence)，以及各職缺不

同工作屬性的工具性值 (Instrumentality)。由於求職者對各屬性的偏好與評價不同，使得薪資的不利被其他的屬性補償，而使得低薪的工作仍對某些求職者具有吸引力。例如有些求職者可能偏好離家距離近的工作地點，也有些求職者偏好企業文化創新、員工發展不受限的公司，當這些因素對求職者的價值評價大過於薪資的影響時，將會使得求職者對於較低薪之工作的工作接受意圖升高，進而選擇薪資水準較低的工作。

而本研究針對學生對研究所的工作選擇與工作接受意圖，設計出幾項可能的因素形成問卷，將了解不同因素對學生之工作接受意圖影響的強弱，也將探索出普遍學生對於進修研究所的優先考量因素，以利研究所能針對學生之需求與考量進行有效的宣傳來吸引優秀的學生前來報考與就讀。



第二節 企業雇用形象

從過去的研究以及文獻中顯示，應徵者在選擇求職的公司時，會受到公司的初始印象影響，進而影響了求職的相關決策，包含了求職意願、接受此職缺的可能性等等。Aaker 與 Myers(1982)將形象定義為人們對於目標的一種想法、信念、印象、感覺及其交互作用產生的集合，人們可以透過形象對目標進行描述、記憶，進而對此目標產生某一程度上的瞭解。在人資招募領域中，求職者對於組織的一般性印象則稱為組織形象。

在招募的各類文獻中，對於組織形象有著不同的定義，隨著對於其研究的議題不同，各研究者對於組織形象的界定也會有所不同。例如在 Gatewood et al.(1993)的研究中，即指出了兩種不同的形象意涵：整體企業形象（Overall Corporate Image）是指人們在知道公司名稱後對於該公司的整體評價；招募形象（Recruitment Image）則是指人們了解到公司的招募流程與資訊後對該公司產生的評價。而在 Lemmink et al.(2003)的研究中則將形象區分成不同的兩種概念，企業形象（Corporate Image）是指各式各種不同的公眾族群對該企業所感受的形象與認知；另一種為企業雇用形象（Corporate Employment Image），是指當人們開始追求工作機會時，對其所欲追求的企業組織所形成的一個形象。比較此兩種概念最大的不同，在於企業雇用形象的建立在求職者的認知上，並無其他的公眾族群（如小股東、員工）所共同形塑的形象。

對於求職者的企業雇用形象是如何形成的呢？根據信號理論（Signal Theory），求職者在求職之前，對於組織的訊息是有限的，求職者往往只能透過待組織的相關事件或是行為所傳遞出來的信號來揣測其未來的工作環境（Breugh,1992）。儘管這些信號只單單反映出各提對於組織的主觀描述，並無法表示實際的企業情況，但由這些不完整的訊息所形成的主觀印象，卻會影響求職者在進行決策時的關鍵（Rynes, 1991）。

在Gatewood et al.(1993)中界定的招募形象是指需要經歷過招募過程或了解招募資訊後綜合對該公司產生的評價，但在Lemmink et el.(2003)界定的企業雇用形象中並不單指透過招募活動之後形塑的形象，而是指求職者透過各式各樣的方式蒐集到欲追求的公司資訊，是更廣泛的範疇，其相關形象影響的因素也不單單只受限於招募的活動與資訊。在本次研究中，採用的即是Lemmink et el.(2003)研究中的企業雇用形象的概念，旨在欲了解想報考企管研究所的學生對於其所欲追求的數間企管研究所，會形塑出如何的形象。

為了探索企業形象如何影響求職者的工作選擇，可以以Tajfel 與Turner(1985)提出的社會認同理論 (Social Identity Theory) 來加以解釋。根據社會認同理論，人們會根據社會上的許多因素 (如工作環境) 所構成的評價，作為自我價值的判斷依據，而將自己歸類以影響自我概念 (Self-concept)。若其任職的公司形象良好、具有正面的形象時，人們會傾向於將自己置於一個較高的社會地位，獲得自我強化 (Self-enhancing) 與社會的贊許 (Approval)，進而形成一個較高的自我價值，形塑出正面的自我概念。反之，若任職的公司具有較負面的企業形象時，員工則會產生沮喪與壓力 (Ashforth & Mael, 1989; Dutton, Dukerich & Harquail, 1994)。而根據蔡維奇 (2009) 等人的研究也顯示，企業雇用形象與求職者的工作選擇意圖具有顯著的正相關，求職者對公司具有較正面良好的企業雇用形象，則求職者對此公司具有較高的評價，為形塑出較高且正面的自我概念，求職者對該公司會具有較高的工作選擇意願。

本研究的問卷題目中，便設計了數項與企業聲望相關的題項，藉此以了解學生在考慮研究所的報考因素時，是否會將研究所的形象、社會評價及企業媒體的評價作為考慮的重點之一，以驗證企業雇用形象對於工作選擇的關係。

第三節 人格特質

人格 (personality) 是個人特徵(Characteristics)、屬性與特性的總和，使每個人都能與他人有所不同的一種持續且特殊的特質(Guilford,1959)。由於具有持續性與穩定性，且因人格的不同而造成個體的差異，因此人格的存在可做為區分個人差異的標準。

而特質是一種人格的向度，是依據人們顯現出某種特徵的程度來加以分類，以區分個體與他人的一致性思考、感覺或是行為 (Burger,2008)。而Allport(1961)認為特質會決定個人行為，包含了共同特質 (Common trait) 與個體特質(Personal trait)兩部分，其中個體特質又分為核心特質(Cardinal trait)、中心特質(Central trait)與次要特質(Secondary trait)三個部分。

1. 共同特質：所有的人都可以用某種性格上的不同水準加以描述，是人格結構中共同存在擁有的部分。
2. 個體特質：個人獨有的性格組合。
 - (1) 核心特質：主導整體的人格與行為特質，個人並不一定會擁有。
 - (2) 中心特質：最適描述個體的主要特質。
 - (3) 次要特質：個體不甚重要的特質，往往只在特殊的情境下展現。

對於有系統的人格特質構面研究，可從Cattell的十六人格基本構面開始，他也指出人格中有共同特質與個體特質兩個部分，除此之外還將人格特質分成表面特質(Surface trait)與潛源特質 (Source trait) 兩類，提出了十六項源本人格特質，並發展出十六人格因素量表(16PF)。

1. 表面特質：表現在外的行為，人格結構中直接與外界接觸的部分，會因環境不同而改變。
2. 潛源特質：是構成人格的基本特質，不易為外界察覺，需透過表面特質加以探究，Cattell提出的十六項人格因素即是潛源特質，如表2-4-1所示。

表2-3-1 Cattell 十六人格潛源特質

因素	低分	高分
A	緘默、不關心、分離	直率、熱心、隨和
B	低智力	高智力
C	低自我強度、易心煩、情緒不穩	高自我強度、冷靜、情緒穩定
E	服從、溫順、軟弱、缺乏自信	主導、獨斷、強勢
F	嚴肅、審慎、憂鬱、擔心	隨遇而安、熱情、快樂
G	權宜、低超我	有良心、高超我
H	膽小、害羞、疏遠、拘謹	大膽、冒險
I	意志堅強、自力更生、嚴格	意志薄弱、敏感、依賴
L	信任、理解、接受	多疑、妒忌、退縮
M	實際、樸實、關注細節	富想像、不拘小節
N	天真、謙遜、豪爽	精明世故、具洞察力
O	自滿、有自信、穩當	恐懼、自我斥責、侷促不安
Q1	保守、價值觀傳統、不喜歡改變	開明、接受改變、激進
Q2	依賴群體、喜歡參與並加入他人	獨立、機智、自足
Q3	不受管束、放縱、浮躁	強制、嚴厲
Q4	平穩、沉著、放鬆	焦躁、緊繃

資料來源：Schultz & Schultz. 2009. *Theories of Personality* (9th ed.), p.269.

在Cattell之後，陸續有其他的研究者對於人格特質的歸類進行研究，如Tupes 與 Christal、Norman、Costa 與 McCrae等。而根據Cattell的研究，Tupes 與 Christal(1961)也接著提出了五項人格因素，分別為活力性(Surgency)、依賴性(Dependability)、情緒穩定性(Emotional Stability)、親和性(Agreeableness)、文化(Culture)。而Norman(1963)改進了其他人格特質論的研究，發現了五項人格因素

的基礎結構，在Norman之後，Goldberg(1990)驗證了Norman的假設架構，提出了FFM(Five Factor Model)。在眾多的人格特質研究中，最被接受的是Costa 與McCrae (1992) 提出的五大人格特質構面 (Big Five)，包括：對新事物接受度 (Openness to Experience)、勤勉審慎性 (Conscientiousness)、外向性 (Extraversion)、親和性 (Agreeableness)、情緒穩定性 (Neuroticism)，其人格特質構面的特徵與意義如表2-4-2所示。除此之外，Costa 與 McCrae還發展出NEO五大人格特質量表，每項特質各12個題項，共60題描述，用以檢測個體的五項人格特質的特性，本次研究對研究目標的人格特質測定即是使用NEO人格特質量表。

表2-3-2 五大人格特質之定義

五大人格特質構面	定義
勤勉審慎性 (Conscientiousness)	注意細節、盡忠職守、富責任感、專注工作
外向性 (Extraversion)	適應力、競爭力、成就需求、成長需求、活力、影響力、主動性、風險承擔、社交性、領導力
對新事物接受度 (Openness to Experience)	獨立、創造力、人際機伶、集中思考、洞察力
情緒穩定性 (Neuroticism)	情緒控制、負面情感、樂觀、自信、壓力容忍力
親和性 (Agreeableness)	體貼、同理心、互依性、思慮敏捷、開放性、信任

資料來源：李誠，2006，人力資源管理的十二堂課第三版，天下遠見，頁74-75。

第三章 研究方法

第一節 探索性問題

本研究係屬探索性之研究，旨在了解研究所考生對研究所的選擇因素等議題進行相關之研究，主要探索的問題有以下三點：

- 一、 不同人格特質之集群的應徵者在面臨報考選擇與重榜決策時，會有不同的考量重點。
- 二、 根據社會認同理論，應徵者在進行研究所之報考選擇與重榜決策時，是否會將企業雇用形象之好壞列為主要的考慮因素。
- 三、 不同變數對於研究所形象認知、報考選擇因素及重榜決策是否存在顯著之差異。
 1. 就讀之大學
 2. 就讀之學院背景
 3. 性別變數
 4. 是否已考上兩間以上之研究所

第二節 研究架構

本研究建立的架構在探討人口統計變數以及人格特質之集群對於研究所形象、研究所報考因素及重榜考量因素的關係及影響，藉此了解三所國立大學企業管理研究所之間的形象差異以及對於選擇決策的影響探討。

根據前述的假設，應徵者的個人狀況以及人格特質應都會對於招募的情況產生影響，而企業形象的高低以及企業給予應徵者的觀感也會對應徵者在進行工作選擇意圖時產生影響，故本研究以五個部分作為分析的大項，分別為個人基本資訊、研究所的形象、人格特質分群、研究所的選擇決策因素、以及三所國立大學企業管理研究所作為研究目標，五大項彼此之間進行相關的分析，以探究其彼此之間的關係。

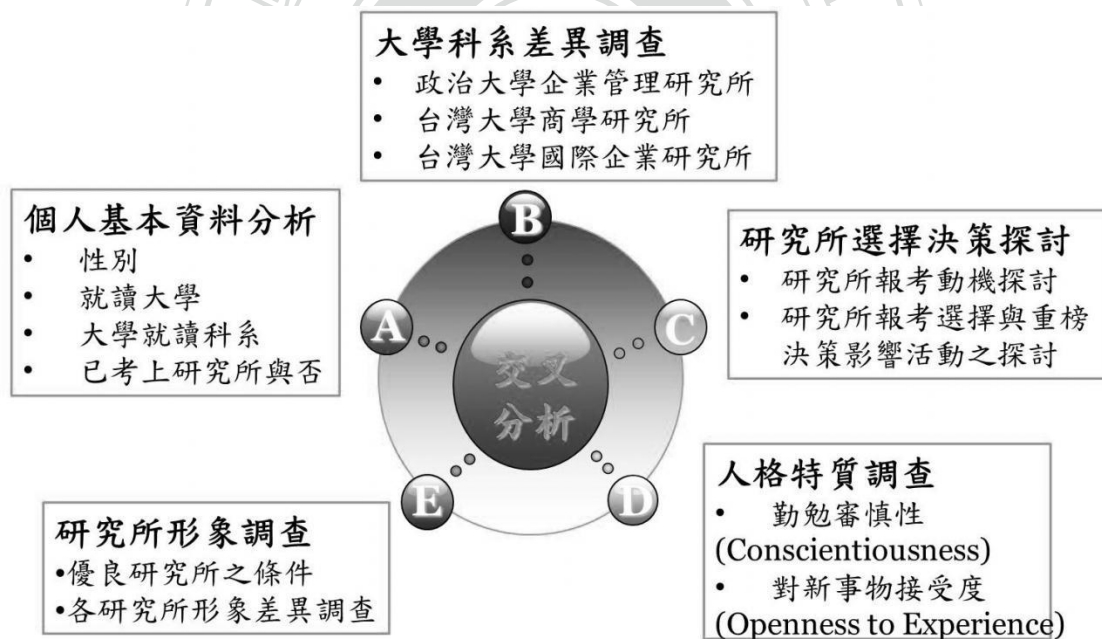


圖3-2-1 本研究之研究架構

第三節 研究對象與程序

隨著全球「知識經濟」時代的來臨，尖端科技的開發以及學術研究的升級都促使企業界對於高等知識份子的需求增加，也因此，高等教育的實施是確定國家競爭力最基礎的辦法。在前教育部長曾志朗(2001)的大學教育政策白皮書中提及，國內的高等教育已從菁英教育轉為普及教育，從管制轉為開放，從一元化轉為多元化。而在民國73年時大專院校數僅28所，到民國91年時已增加到139所，而到民國100年時，總數來到147所，且由於學院逐年改制，大學數十年內從61所增加至102間，增加率為67.2%。而由於大專院校廣開研究所課程，使得研究所學生的人數，也從民國91年的10.3萬人增加至18.4萬人，增加率78.6%，其速率增加的速度遠遠大於大學生增加的速度，證實了國內高等教育逐年普及化的事實(如表2-1-1所示)。但由於受到少子化的影響，自民國96年後，整體研究所學生人數的成長已日趨平緩(如圖2-1-1所示)，然而大學廣開研究所課程，研究所的數目也迅速的增加，研究所也呈現不平衡的市場供需，優秀的大學生可能會錄取多間研究所，而有些研究所也可能會面臨招生不足的窘境。而本次的研究目標-企業管理研究所，一直以來是國內的大學生在考研究所的熱門選擇，近兩年來的就讀人數約在五千人左右，且逐年成長(如表2-1-2所示)，其激烈的競爭可見一番。也因此，本研究主要即是對於應考生從欲考研究所的動機開始直到考上兩間以上的研究所要進行選擇為止，分別進行相關的探討。

表3-3-1 我國「大專院校及碩士人數」數統計表

學年度	大學數(所)	專校與 技術學院數(所)	碩士人數(千人)
91	61	78	103
92	67	75	122
93	75	70	136
94	89	56	149
95	94	53	164
96	100	49	173
97	102	45	181
98	105	44	183
99	112	36	185
100	116	32	184

資料來源：教育部統計處網頁

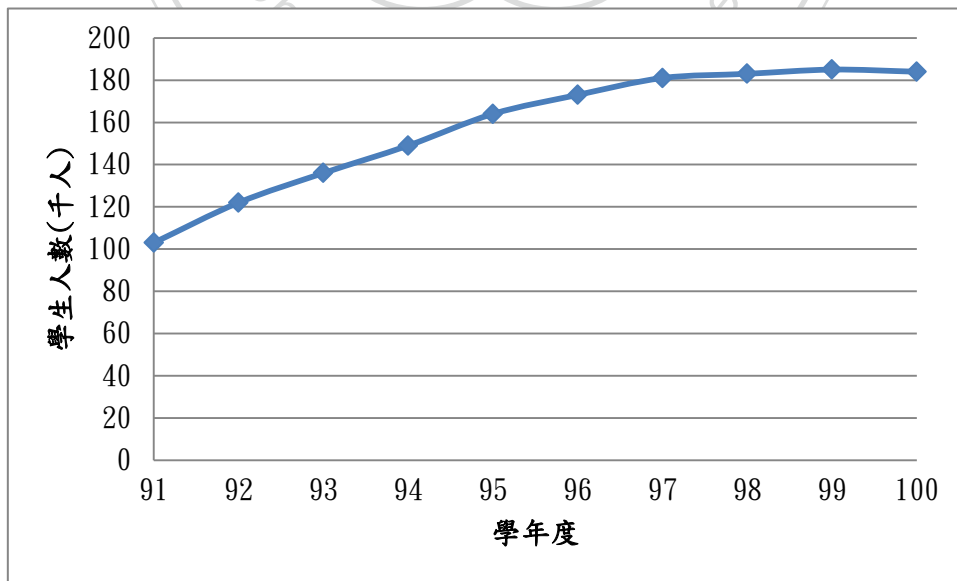


圖3-3-1 我國民國91年至100年碩士生人數趨勢圖

資料來源：教育部統計處網頁

表3-3-2 我國碩士生就讀各系所人數

碩士班			
系所名稱	學生數		
	99 學年	100 學年	增加率
電機(與控制)工程學系	6,555	6,609	0.82%
資訊工程學系	5,105	5,259	3.01%
資訊管理(技術)學系	5,103	5,139	1.01%
企業管理學系	4,990	5,112	2.45%
(動力)機械工程學系	4,104	4,128	0.59%
法律學系	3,702	3,724	0.59%
(中)國(語)文學系	3,703	3,631	(1.94%)
教育學系	3,130	3,403	8.72%
(微)電子(工程)學系	3,363	3,312	(1.52%)
經營(與)管理(技術)學系	2,719	2,715	(0.15%)

資料來源：教育部統計處網頁

一個研究所應考生當他在考取碩士學位時，可能會在很多時候遇到決策點或是考慮點。以本次研究的目標之一、政治大學企業管理研究所（以下簡稱政大企研所）為例，招生的方式分為兩類，一類為推甄入學，另一類為考試入學，而無論是採用何種招生方式，應考生都會在兩個時間點遇到決策點，一個是在研究所的報名期限之前，另一個則是在研究所的放榜之後（如圖2-1-2所示）。在研究所的報名期限之前，應考生考慮的問題是應選擇報考哪些研究所；而在研究所放榜之後，或學生考上了不只一間研究所，考生會需要決定最後要選擇哪間研究所就讀。黃再德（1985）的研究指出高中生對於大學的評估準則包含學習環境、大學生活環境、是否為明星學校（學校知名度）、未來就業發展及學校位置等，林美

孜(1994)的研究則指出高中生在考量大學時主要因素為學習環境、地理環境、學校知名度、經濟因素與就業潛力等，除了前述對於高中生選擇大學考慮因素的結論外，蕭詩婷(2004)的研究將大學生選校因素分為四大類，生活取向、學習取向、就業取向以及聲望取向，而其結論顯示商管學院的大學生在選擇研究所時會以師資陣容、業界評價、以及學術聲望作為主要的評鑑標準。雖然高中生在考慮就讀大學時多半非獨自一人，而是與家長共同討論所得出的結論，學生在考慮就讀研究所的因素時，由於應考生的多樣化，並不全然都是學生，對於決策的控制較為獨立自主，但在學校的決策因素上仍可以前述的研究結果作為參考。



圖3-3-2 研究所招生時程

如前述所提，除了學生在選擇報考學校時會遇到需要決策的問題，另一個問題即是當應考生考上不只一個科系時，亦即重榜的情形發生時，也會需要作出相對應的決策。除了學生單方面的以各種因素來衡量各學校各系所的優劣以決定與自身的配適最佳選擇，從系所的立場，也會希望能將重榜的優秀學生吸引進來就讀，以國內企研所為例，常常會遇到學生重榜的情況，由於優秀學生的流失是無法用其他方法彌補的，也因此，系所通常會在公告放榜之後，採取一些活動以強化錄取生前來就讀的意願，希望錄取生能夠在最終決策時選擇該校，達到吸引優秀學生的目的。

本次研究是針對在天下及遠見雜誌舉辦之國內企業管理研究所的排名中，數間與政大企研所排名接近的企管研究所進行研究。天下雜誌於2009年出版的2010

年最佳研究所指南中調查各大企業管理研究所在各項指標中的排序，其中在學術界排名中，台大商研所排名第一，得分4.30；政大企研所排名第二，得分3.73；而排名第三的為台大國企所，得分為3.66；而在企業界排名中，政大企研所排名第一，得分為4.47；台大商研所排名第二，得分為4.15；而台大國企所排名第五，得分為2.64；在總聲望排名中，綜合排名第一的為台大商研所，得分為8.45；第二者為政大企研所，得分為8.20；而第三名為台大國企所，得分為6.30。而遠見雜誌在2011年出版的2012研究所入學指南中，也針對商管財經及觀光領域的學校進行調查，排名第一的學校為政治大學，其次為台灣大學，而第三則為成功大學(如表3-3-1所示)。也因此，本次的研究除了目標的政大企研所外，還另取了台大商研所以及台大國企所做為研究對象，以比較排名相近的三所企業管理研究所在各方面的變數結果中是否有明顯的差異性。

表3-3-3 2011年國內商管/財經/觀光領域之學校排名

2011年排名	學校	占比	2010年排名
1	國立政治大學	28.66%	2
2	國立台灣大學	25.48%	1
3	國立成功大學	19.75%	3
4	淡江大學	15.92%	4
5	東吳大學	12.74%	-
6	國立中央大學	12.10%	5
6	國立中興大學	12.10%	-
6	逢甲大學	12.10%	7
9	國立台灣科技大學	10.19%	-
9	國立交通大學	10.19%	-

資料來源：遠見雜誌，2012研究所入學指南，2011/09/19

台灣的研究所入學管道分為推甄入學及考試入學兩類，其時程依各大學或有差異，但大致而言推甄入學多在前一年的10月至12月之間，而考試入學多在2月至4月間進行。為了能利於研究的進行，問卷的施測集中於甄試入學與考試入學時期之間發放，並採取便利抽樣的方式發放問卷，問卷發放採用網路填答及紙本發放兩種方式。

由於本次研究是以研究所形象及碩士生的招募作為研究的探討標的，故研究的對象設定為欲報考研究所的考生，年齡設定為大學三年級以上的學生，或是擁有同等學歷具備考試資格的考生。此外，因前提架構為探討企業管理研究所的排名前三名的系所相關的研究，也因此主要的目標對象鎖定在此三間企管研究所目前最主要的學生族群，也就是大學就讀於台灣大學、政治大學及交通大學的學生，作為這次的研究主要對象。紙本發放方式為實際前往上述三所大學實地施測，實際發放數320份，回收數258份，回收率為80.63%；而網路發放方式是利用社群網站或是電子佈告欄做為發放媒介，實際填答數129份。問卷總發放數為429份，回收數為387份，回收率90.21%，在進一步刪除填答不完整、無差異填答、或未符合樣本資格者後，有效問卷數為366份，有效問卷回收率為85.31%。

有效樣本之樣本結構及特性如表3-3-2所示。在總數366個樣本中，有184個樣本未來欲報考企管相關的研究所，是為本次研究的目標潛在應徵者，占比50.3%；而欲考非企管相關研究所的樣本數有182個，占比為49.7%。樣本性別中男性為174人，佔全體的47.5%，女性為192人，佔全體的52.5%，女性略多於男性。而在樣本裡就讀台灣大學者略較其他學校為多，占比41.3%。在大學時期所就讀的科系中，以管理學院（商學院）的學生為最大宗，占比37.4%，其次為社科學院與文（外語）學院，分別占比為15.3%及12.6%。由於目標族群以大學生為主，故大多數未具有全職工作經驗（94.5%），但有超過半數以上具有三個月以上的實習或工讀經驗，占比為55.7%。

而本次研究的目標樣本，為未來欲考企管相關研究所者，共有184個樣本，

其性別分布，男性為91人，佔全體的49.5%，女性為93人，佔全體的50.5%，女性略多於男性。而在樣本裡就讀台灣大學者略較其他學校為多，占比42.9%。在大學時期所就讀的科系中，以管理學院(商學院)的學生為最大宗，占比45.7%，其次為社科學院與文(外語)學院，分別占比為18.5%及15.2%。在目標樣本中也是以大學生為主，大多數未具有全職工作經驗(92.9%)，在實習與工讀經驗的有61.4%的比例具有三個月以上的實習或工讀經驗。



表3-3-4 研究對象及樣本數(全體樣本，n=366)

受測者屬性(樣本特性)		樣本數(人)	百分比
就讀大學	台灣大學	151	41.3%
	政治大學	133	36.3%
	交通大學	82	22.4%
性別	男	174	47.5%
	女	192	52.5%
是否考上101年 研究所	否	292	79.8%
	一間	48	13.1%
	二間以上	26	7.1%
大學就讀科系	管理學院(商學院)	137	37.4%
	工學院	40	10.9%
	理學院	23	6.3%
	醫學院	14	3.8%
	文學院(外語學院)	46	12.6%
	社會科學院	56	15.3%
	電機資訊學院	20	5.5%
	生物與農學院	14	3.8%
	法律學院	10	2.7%
	公共事務學院	6	1.6%
全職經驗	無	346	94.5%
	一年內	19	5.2%
	一至二年	1	0.3%
實習或工讀經驗	無	162	44.3%
	三個月內	95	26.0%
	三至六個月	51	13.9%
	半至一年	54	14.8%
	一年以上	4	1.1%

表3-3-5 研究對象及樣本數（目標樣本，n=184）

受測者屬性（樣本特性）		樣本數（人）	百分比
就讀大學	台灣大學	79	42.9%
	政治大學	71	38.6%
	交通大學	34	18.5%
性別	男	91	49.5%
	女	93	50.5%
是否考上101年 研究所	否	146	79.3%
	一間	23	12.5%
	二間以上	15	8.2%
大學就讀科系	管理學院（商學院）	84	45.7%
	工學院	13	7.1%
	理學院	14	7.6%
	醫學院	5	2.7%
	文學院(外語學院)	28	15.2%
	社會科學院	34	18.5%
	公共事務學院	6	3.3%
全職經驗	無	171	92.9%
	一年內	13	7.1%
實習或工讀經驗	無	71	38.6%
	三個月內	48	26.1%
	三至六個月	24	13.0%
	半至一年	37	20.1%
	一年以上	4	2.2%

第四節 研究變數與測量工具

根據本研究的架構，採用一次性完成的問卷作為研究的基礎收集資料，而在問卷的內容上主要分為四大部分，第一部分為研究所的報考因素及重榜選擇考量調查，第二部分為企業管理研究所的系所形象調查，第三部分為人格特質量表，第四部份為個人基本資訊（詳見附錄），以下對各個部分加以說明。

第一部分為研究所之報考因素與重榜選擇考量調查。由於應考生因為個人家庭背景或是生活環境的不同，在選擇要報考的研究所以及為何要報考研究所的原因都會因人而異。此部分包括四題，報考研究所的原因（家人要求、師長建議、增加社會競爭力、提升自我價值、求取知識、未來規劃的一部份、尚未做好出社會的準備、轉換跑道、同儕壓力、未來工作的必要條件）、選擇研究所的因素（大學科系直升、親友／師長推薦、媒體推薦、知名校友多寡、學校離家距離、學校知名度、學術排名、研究所形象、考試科目、生活消費水準、畢業修課難易度、研究領域相符與否、生活環境）、系所採取增加報考機會之活動（系所舉辦招生說明會、學校舉辦校系博覽會、有媒體宣傳、校友回母校宣傳或演講、系所寄送介紹DM）、以及系所採取增加重榜報到機會之活動（系主任致電、系所寄送報到邀請函、系所寄送介紹DM、有媒體宣傳、舉辦系所說明會、舉辦迎新茶會或宿營）。報考研究所的原因及選擇研究所之因素為多重選擇題，讓受試者勾選所有適當的選項。而系所採取之活動相關之兩題則採用Likert五點尺度測量，探討每一項行動對於受試者的影響高低程度，1＝完全無影響，2＝有些許影響，3＝有部分影響，4＝有相當影響到5＝有極大影響，而四題內之選項以實際訪問目標大學生及現任的碩士生預想或回憶考試的情境所設計而成。

第二部分為企業管理研究所之系所形象。研究所之形象選項係參考姚怡然（2006）等人對於研究所選擇決策分析所歸納出之因素，包含學術聲望、就業狀況、生活環境、經濟因素、及修業相關等五大項，再配合Cheers雜誌的調查大學

應考生最在意研究所的因素調查報告，一共列出共17項研究系所相關之形象選項（師資良好、系所設備完善、能協助學生未來就業、與企業合作機會多、海外交流機會多、團隊教學、知名度高、重視學術風氣、研究領域廣、企業評價良好、媒體評價良好、就業薪資優渥、生活環境優良、修課自由度高、學術研究環境良好、對外活動多、企業實習多元）。而此部份分為兩大題，一題為廣泛詢問受試者良好的企業管理研究所需具備哪些條件，為複選題，可讓受試者填選多數他所認為應具備的條件。另一題為本研究之三間目標系所，政大企研所、台大商研所、台大國企所三間於媒體雜誌中調查企業票選最佳企業管理研究所排名之前三名系所於受試者心中的形象調查，亦採用Likert五點尺度量表測量，分別為1=非常不同意，2=不同意，3=無意見，4=同意到5=非常同意。

第三部分為 NEO 人格特質量表(NEO Five-Factor Inventory, NEO-FFI)。人格特質量表係以 Costa 與 McCrae(1992b)之 NEO 五大人格特質問卷自我評量題本(Form S)來衡量，該原始問卷對五大人格特質各有十二項敘述，一共六十題敘述。本研究將其計分方式，改採用 Likert 五點尺度評量，分別為 1=非常不同意，2=不同意，3=無意見，4=同意到 5=非常同意。而在考慮過五大人格特質與考研究所之間的關聯後，主要挑選五大人格特質其中的新事物接受度（Openness to experience）與勤勉審慎性（Conscientiousness）作為這次研究的人格特質分析依據，並從 NEO 人格特質量表中關於此兩項特質的題項中，各挑選十題作為本次人格特質的問卷。

第四部份為個人基本資訊。內容包含性別、戶籍地、就讀大學、大學就讀科系、目前年級、全職工作經驗、實習與工讀經驗等七項，並於問卷最後由受試者依自己的意願自由填寫是否願意留下姓名與聯絡方式，以利研究的後續追蹤與其他分析。

第五節 統計分析方法

此次研究依照前述所提及之研究架構，針對所回收之366份問卷利用統計軟體SPSS作為問卷分析的工具以進行統計分析，乃對於一般學生對於報考企研所之形象與原因進行分析；而其中未來欲報考企研所之學生有184份問卷，屬於本次研究的目標族群，將會對各題項均進行統計分析以了解其前述之研究問題。在各題項與各假設之分析方法可略分為下列五項：

- 一、信度檢定：針對NEO人格特質量表進行一致性檢定，以Cronbach α 係數作為衡量指標，用以衡量每項人格特質的內部題項是否具備一致性。
- 二、各題項變數之統計描述：針對人口統計變數及複選之題項進行次數敘述統計以描述樣本各變數特性，而對於使用Likert五點尺度量表之題項則以平均數及標準差描述各項得分與趨勢特性。
- 三、單因子變異數分析：為分析三所目標研究所彼此之間之形象於受試者之印象中有無差異，遂使用單因子變異數分析(One Way Analysis of Variance, ANOVA)進行分析，以信賴區間 $\alpha=95\%$ 檢定三所研究所形象有無明顯差異，並以Scheffe法檢視兩兩研究所之間的形象有無顯著差異。
- 四、因素分析：為了將NEO人格特質中的勤勉審慎性與對新事物接受度分離出獨立的兩個構面，以Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數、累積負荷變量衡量因素分析的適切程度，利用轉軸法得到各個樣本對兩個人格特質構面的成份值，以作為接續之集群分析之用。
- 五、集群分析：使用two step集群分析，利用歐基里德距離概似法(Euclidean distance)，將366個樣本依照勤勉審慎性與對新事物接受度兩個變項分成四大類，再以此探討各個不同集群的變數特性差異。

第六節 信度分析

信度分析是用來一個構面的題項是否具有的一致性，用以測量題項的得分的可信度與穩定度，一般使用Cronbach α 係數作為衡量指標來衡量題項內部的一致性程度。本研究中使用了NEO人格特質量表以衡量受試者的勤勉審慎性與對新事物接受度，表3-6-1表示兩項構面包含的題項及測定出的Cronbach α 係數，其中偶數題為勤勉審慎性相關之題項，進行信度分析後，得到 α 值等於0.73，而單數題為對新事物接受度相關之題項，原始資料進行信度分析後，得到 α 值等於0.54，其內部一致性較差，遂進行題項刪減，將第一題、第三題、及第十一題刪除後，得到 α 值為0.70，其後的因素分析與集群分析即使用此信度分析刪減後的題項進行後續的分析。

表3-6-1 人格特質量表各構面之題項與信度

研究構面	問卷題項	Cronbach α
對新事物接受度 (原始)	(1)、(3)、5、(7)、(9)、11、(13)、(15)、 17、(19)	0.54
對新事物接受度 (刪減後)	5、(7)、(9)、(13)、(15)、17、(19)	0.70
勤勉審慎性	2、4、(6)、8、10、(12)、14、16、(18)、 20	0.73

註：()為反向計分題。

第七節 因素分析與分群

為驗證人格特質量表中兩個構面裡為獨立的兩個構面，本研究使用因素分析，對於前節信度分析中刪減後的十七題人格特質的題項進行主成份分析法

(Principal Component Analysis)，並搭配使用最大變異轉軸法(Varimax Rotation)，強迫萃取出兩個因素，Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數為0.64，而累積負荷量為35.42%，並將轉軸後的兩個因子命名為對新事物接受度及勤勉審慎性。

將前述之兩項因子作為變數，將樣本進行分群，使用兩階聚類分析法(two step cluster analysis)，以歐基里德距離概似法(Euclidean distance)，將全體366個樣本依照勤勉審慎性與對新事物接受度兩個變項得到四個集群，其集群的特性及樣本數敘述如表3-7-1所示，集群一在對新事物接受度及勤勉審慎性的程度都很低，包含116個樣本，佔全體的31.7%；集群二在對新事物接受度及勤勉審慎性的程度皆不高不低，都接近於全體樣本的平均，包含107個樣本，佔全體的29.2%；集群三在對新事物接受度及勤勉審慎性的程度都很高，包含82個樣本，佔全體的22.4%；集群四在對新事物接受度程度較低，但其勤勉審慎性的表現較高，包含61個樣本，佔全體的16.7%。

表3-7-1 集群分析之組成與樣本數

集群	描述	對新事物 接受度	勤勉審慎性	樣本數
集群一	較為保守不易接受生活中新的事物，可能較缺乏創造力，墨守成規；而其勤勉審慎程度較低，可能表示工作專注較弱，責任感較輕，自我要求低。	-0.37	-1.15	116
集群二	兩項得分都接近於零，表示兩項特質都較趨於中庸，自我要求程度中等，較為隨波逐流，較無個人堅持。	-0.07	0.14	107
集群三	容易接受生活中新的人事物，樂於挑戰，較具創新及創造力；較具有專注力，責任感強烈，自我要求程度高。	1.19	0.58	82
集群四	較為保守不易接受生活中新的事物，可能較缺乏創造力，墨守成規；較具有專注力，責任感強烈，自我要求程度高。	-1.34	1.17	61

註：勤勉審慎性與對新事物接受度之得分，其值為正且越大表示該特質越強；其值為負且越小表示該特質越弱。

第四章 研究結果

第一節 研究所報考原因與選擇因素

根據本研究的研究架構，欲了解應考生的報考原因及研究所的選擇因素。在「為何要繼續進修研究所」的問題中，全體366個樣本在十個選項中普遍認為「提升自我價值」（73.2%）、「增加競爭力」（70.8%）、及「未來規劃的一部份」（61.8%）為進修研究所的最主要的三項原因，而交叉分析顯示這在就讀大學、是否已考上研究所、性別、大學就讀科系及各集群上並無顯著的差異，顯示目前的應考生普遍仍認為僅有大學學歷並不具備足夠的競爭力，且研究所成為提升自我價值的跳板，有超過六成以上的樣本認為生涯規劃中包含研究所這一個階段。而在本次研究裡欲考企研相關研究所的184個樣本中，其比例最高的前三原因也是「增加競爭力」（71.7%）、「提升自我價值」（70.7%）、及「未來規劃的一部份」（58.2%），此三項原因無論是要報考何種研究所都是最主要的因素，也顯示了目前國內考研究所的風氣不因個人背景不同而有所差異。

在「如何選擇報考的研究所」一題中，共包含十三個選項，而在全體樣本中排序前五名的考慮因素分別為「研究所形象」（67.8%）、「系所知名度」（59.6%）、「研究領域是否相符」（56.0%）、「學術界排名」（55.5%）、「考試科目的組合」（39.9%）。在184個目標樣本中，也發現此五項因素為比例最高的前五考慮因素，而交叉分析顯示，若以大學就讀科系作為分類，管理學院的學生中以「系所知名度」（78.6%）、「研究所形象」（77.4%）、「學術界排名」（48.8%）、「研究領域是否相符」（47.6%）、「知名校友多寡」（39.3%）為前五考慮因素，而理工醫農學院的學生則是考慮「系所知名度」（75.0%）、「學術界排名」（65.6%）、「研究所形象」（59.4%）、「考試科目的組合」（50.0%）、「與大學科系所學相關」（46.9%）。非管理亦非理工學院的學生中以「研究所形象」（73.5%）、「系所知名度」（64.7%）、「研究領域是否相符」（61.8%）、「學

術界排名」(57.4%)、「考試科目的組合」(38.2%)為前五考慮因素，大學為非管理學院背景的學生較在乎考試科目的組合以及是否能與大學科系所學相關，這也反映了目前研究所考試入學的多元考試科目的組合制度，對於實際應考生的想法確實有明顯的影響。

而在「系所採取的活動是否影響報考意願」的題項中，因採用Likert五點尺度量表，故以平均數及標準差代表各活動的影響程度得分，在「系所舉辦招生說明會」與「校友回母校宣傳或演講」兩項得分較高，其平均數分別為2.82與2.72，而得分最低者為「寄送系所DM(書信或電子信)」，其得分為2.17，結果如表4-1-1所示。而在性別、就讀大學、就讀大學學院、及集群的影響程度以表4-1-2至表4-1-6表示之，並以單因子變異數分析法分析在性別、就讀大學、大學科系、及集群等變數之間是否存在顯著的差異，如表4-1-7所示，在性別方面，男性與女性在不同的系所活動之間的影响差異皆不顯著($p>0.05$)，而在就讀大學方面，「校友回母校宣傳或演講」的活動在三所學校中並無明顯差異($p=0.062>0.05$)，而其他的四項活動在三所學校中存在顯著的差異。在大學科系方面，「系所舉辦招生說明會」($p=0.638$)、「有媒體宣傳」($p=0.487$)、「系所寄送介紹DM」($p=0.238$)三種活動在各科系學院間並無明顯差異，而「學校舉辦校系博覽會」($p=0.009$)與「校友回母校宣傳或演講」($p=0.013$)則在各科系學院間存在明顯的差異。在是否已考上研究所方面，除了「系所舉辦招生說明會」($p=0.000$)此活動在有無考上的應考生之間存在顯著差異外，其他四項活動則無明顯的差異性。而在集群方面，各項的 $p=0.000$ ，表示各項活動在集群之間都有顯著的差異。

表4-1-1 系所活動對潛在考生報考的影響程度

活動	總體樣本 (n=366)		目標樣本 (n=184)	
	平均數	標準差	平均數	標準差
系所舉辦招生說明會	2.73	1.28	2.82	1.29
學校舉辦校系博覽會	2.48	1.13	2.53	1.12
有媒體宣傳	2.45	1.19	2.68	1.26
校友回母校宣傳或演講	2.78	1.12	2.72	1.08
系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	2.23	0.99	2.17	1.01

註：各題項皆為Likert五點量表，平均數越高表示該活動對於學生報名該研究所的影響程度越大

表4-1-2 系所活動對不同性別之潛在考生報考的影響程度

性別	男		女	
	平均數	標準差	平均數	標準差
系所舉辦招生說明會	2.82	1.29	2.73	1.28
學校舉辦校系博覽會	2.53	1.12	2.48	1.13
有媒體宣傳	2.68	1.26	2.45	1.19
校友回母校宣傳或演講	2.72	1.08	2.78	1.12
系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	2.17	1.01	2.23	0.99

註：n=184

表4-1-3 系所活動對不同大學之潛在考生報考的影響程度

就讀大學	台灣大學		政治大學		交通大學	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
系所舉辦招生說明會	3.09	1.52	2.76	1.05	2.48	.98
學校舉辦校系博覽會	2.78	1.33	2.24	.92	2.67	.83
有媒體宣傳	2.75	1.34	2.37	1.23	3.22	.80
校友回母校宣傳或演講	2.89	1.24	2.46	.97	2.96	.85
系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	2.37	1.06	1.82	.93	2.52	.75

註：n=184

表4-1-4 系所活動對不同學院背景之潛在考生報考的影響程度

大學就讀學院	管理(商)學院		理工醫農學院		非理工非商學院	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
系所舉辦招生說明會	2.73	1.25	2.81	1.31	2.93	1.34
學校舉辦校系博覽會	2.74	1.11	2.63	1.01	2.22	1.13
有媒體宣傳	2.67	1.22	2.84	.92	2.63	1.46
校友回母校宣傳或演講	2.74	1.03	3.09	.86	2.53	1.20
系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	2.07	1.05	2.38	.79	2.19	1.04

註：n=184

表4-1-5 系所活動對是否已考上研究所之潛在考生報考的影響程度

是否已考上研究所	否		已考上一間		考上兩間以上	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
系所舉辦招生說明會	2.79	1.28	3.61	1.23	1.80	.56
學校舉辦校系博覽會	2.55	1.18	2.70	1.02	2.00	.38
有媒體宣傳	2.62	1.29	3.13	1.29	2.60	.83
校友回母校宣傳或演講	2.66	1.11	3.09	.90	2.80	1.01
系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	2.14	1.03	2.35	.98	2.13	.83

註：n=184

表4-1-6 系所活動對不同集群之潛在考生報考的影響程度

集群	集群 1		集群 2		集群 3		集群 4	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
系所舉辦招生說明會	3.10	1.33	2.08	1.02	3.30	1.13	3.08	1.38
學校舉辦校系博覽會	2.81	1.23	1.87	.70	2.94	1.11	2.76	1.09
有媒體宣傳	3.15	1.27	1.90	.79	3.68	1.04	1.72	.46
校友回母校宣傳或演講	2.81	1.23	2.08	.95	3.36	.80	2.84	.69
系所寄送介紹 DM	2.25	1.23	1.70	.67	2.88	.72	1.72	.89

註1：n=184

註2：集群一：勤勉審慎性低、對新事物接受度低；集群二：中庸；集群三：勤勉審慎性高、對新事物接受度高；集群四：勤勉審慎性高、對新事物接受度低

表4-1-7 系所活動對各變項之變異數分析檢定

活動	性別	就讀大學	大學就讀 學院	有無考上 研究所	集群
系所舉辦招生說明會	0.19	4.82*	0.45	9.92*	11.91*
學校舉辦校系博覽會	0.43	4.60*	4.87*	1.99	12.73*
有媒體宣傳	1.56	5.51*	0.72	1.65	42.17*
校友回母校宣傳或演講	0.01	3.36*	4.44*	1.61	16.38*
系所寄送介紹DM(書信或電子信)	0.01	7.62*	1.45	0.41	18.49*

註：n=184，表內數值為ANOVA檢定F值

*p<0.05

第二節 研究所重榜決策相關活動

根據研究架構，本研究欲針對獲得兩所以上研究所錄取通知的學生，系所亦會採取相關的活動以爭取優秀學生接受錄取的機會進行探討，由於此題項亦是採用五點尺度量表來測量，故以平均數與標準差作為各活動的影響程度得分，如表4-2-1所示，得分最高者為「系主任致電」，得分為3.45，其次為「舉辦迎新茶會、宿營」與「舉辦系所說明會」，得分分別為2.96與2.92。而在性別、就讀大學、就讀大學學院、及集群的影響程度以表4-2-2至表4-2-6表示之，並以單因子變異數分析法分析在性別、就讀大學、大學科系、及集群等變數之間是否存在顯著的差異，如表4-2-7所示。在性別方面，男性與女性在不同的系所活動之間的影响差異皆不顯著($p>0.05$)。而在就讀大學方面，「系所寄送報到邀請函」($p=0.948$)與「舉辦迎新茶會、宿營」($p=0.918$)兩項活動在三所學校並無明顯差異，而其他的四項活動在三所學校中存在顯著的差異。在大學科系方面，「舉辦迎新茶會、宿營」($p=0.000$)在各科系學院間存在明顯的差異，而其他五項活動則無顯著的差異。在是否已考上研究所方面，在「媒體宣傳」($p=0.035$)、「舉辦系所說明會」($p=0.000$)、「舉辦迎新茶會、宿營」($p=0.000$)此三項活動在有無考上的應考生之間存在顯著差異外，其他三項活動則無明顯的差異性。而在集群方面，各項的 $p=0.000$ ，表示各項活動在集群之間都有顯著的差異。

表4-2-1 系所活動對重榜考生選擇的影響程度

活動	總體樣本 (n=366)		目標樣本 (n=184)	
	平均數	標準差	平均數	標準差
系主任致電	3.34	1.16	3.45	1.09
系所寄送報到邀請函	2.59	1.08	2.65	1.00
系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	2.38	1.07	2.39	1.06
有媒體宣傳	2.40	1.11	2.57	1.22
舉辦系所說明會	2.88	1.10	2.92	1.09
舉辦迎新茶會、宿營	2.74	1.24	2.96	1.13

註：各題項皆為Likert五點量表，平均數越高表示該活動對於學生接受該研究所錄取的可能程度越大

表4-2-2 系所活動對不同性別之重榜考生選擇的影響程度

性別	男		女	
	平均數	標準差	平均數	標準差
系主任致電	3.32	1.33	3.58	.76
系所寄送報到邀請函	2.55	1.17	2.75	.80
系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	2.29	1.15	2.49	.95
有媒體宣傳	2.48	1.16	2.65	1.27
舉辦系所說明會	2.84	1.18	3.01	1.01
舉辦迎新茶會、宿營	2.82	1.28	3.10	.96

註：n=184

表4-2-3 系所活動對不同大學之重榜考生選擇的影響程度

就讀大學	台灣大學		政治大學		交通大學	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
系主任致電	3.34	1.20	3.61	.95	3.15	1.03
系所寄送報到邀請函	2.67	1.05	2.68	1.01	2.56	.93
系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	2.59	1.01	2.11	1.06	2.41	1.01
有媒體宣傳	2.67	1.35	2.18	1.07	3.04	.85
舉辦系所說明會	3.16	1.29	2.73	.91	2.67	.73
舉辦迎新茶會、宿營	3.03	1.33	2.90	1.08	2.96	.52

註：n=184

表4-2-4 系所活動對不同學院背景之重榜考生選擇的影響程度

大學就讀學院	管理(商)學院		理工醫農學院		非理工非商學院	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
系主任致電	3.40	1.18	3.38	.94	3.54	1.03
系所寄送報到邀請函	2.56	1.13	2.91	.78	2.65	.91
系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	2.26	1.10	2.50	.88	2.50	1.07
有媒體宣傳	2.51	1.04	2.53	1.08	2.65	1.47
舉辦系所說明會	2.94	1.09	2.84	.88	2.94	1.20
舉辦迎新茶會、宿營	3.45	.97	2.75	1.16	2.46	1.06

註：n=184

表4-2-5 系所活動對是否已考上研究所之重榜考生選擇的影響程度

是否已考上研究所	否		已考上一間		考上兩間以上	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
系主任致電	3.47	1.13	3.48	.79	3.27	1.03
系所寄送報到邀請函	2.65	1.03	2.96	.77	2.20	.94
系所寄送介紹 DM	2.37	1.07	2.74	.92	2.07	1.03
有媒體宣傳	2.49	1.24	3.17	1.19	2.40	.74
舉辦系所說明會	2.86	1.07	3.78	1.00	2.27	.70
舉辦迎新茶會、宿營	2.84	1.16	3.83	.58	2.80	.94

註：n=184

表4-2-6 系所活動對不同集群之重榜考生選擇的影響程度

集群	集群 1		集群 2		集群 3		集群 4	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
系主任致電	3.08	1.29	3.30	1.09	4.02	.87	3.40	.50
系所寄送報到邀請函	2.88	1.23	2.31	.79	3.12	.80	2.12	.83
系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	2.35	1.12	2.02	.74	3.14	.93	1.88	1.05
有媒體宣傳	2.81	1.09	2.02	.90	3.58	1.05	1.40	.50
舉辦系所說明會	3.02	1.00	2.36	.86	3.68	.91	2.60	1.23
舉辦迎新茶會、宿營	3.23	1.08	2.44	1.07	3.40	.86	2.84	1.36

註1：n=184

註2：集群一：勤勉審慎性低、對新事物接受度低；集群二：中庸；集群三：勤勉審慎性高、對新事物接受度高；集群四：勤勉審慎性高、對新事物接受度低

表4-2-7 系所於放榜後之行動對各變項之變異數分析檢定

活動	性別	就讀大學	大學就讀 學院	有無考上 研究所	集群
系主任致電	2.71	1.19	0.24	0.24	7.60*
系所寄送報到邀請函	1.90	0.18	2.29	2.64	10.56*
系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	1.81	4.27*	1.32	2.01	16.14*
有媒體宣傳	0.81	7.84*	0.19	3.41*	38.94*
舉辦系所說明會	1.19	3.45*	0.01	11.20*	18.23*
舉辦迎新茶會、宿營	2.69	0.23	18.57*	8.27*	8.74*

註：n=184，表內數值為ANOVA檢定F值

*p<0.05

第三節 研究所形象探討

此部分的結果分成兩個部分，一個是廣泛性的對於優良的企業管理研究所的形象認知調查，另一部份則是對於此次研究的三個目標系所，政大企研所、台大商研所、台大國企所的形象調查結果。對於優良企管研究所的形象，題目列出十七個選項，其中在全體樣本中，「師資良好」(74.1%)、「與企業的合作機會多」(72.4%)、「企業界評價良好」(58.5%)、「能協助學生未來就業」(55.3%)、「海外交流的機會多」(51.9%)為前五大形象，可以看出比例較高者多是能提升學生自身的能力與視野或與企業之間的關係較為普遍學生在乎的研究所形象；而在目標樣本中，「與企業的合作機會多」(74.5%)、「師資良好」(73.9%)、「企業界評價良好」(63.0%)、「能協助學生未來就業」(54.9%)、「海外交流的機會多」(51.1%)為前五大形象，恰與全體樣本排序出的五大形象相同。

而在三所企業管理研究所之間的形象比較，亦是採用Likert五點尺度量表衡量，故以平均數及標準差代表各形象值的得分，其得分如表4-3-1所示，在與台大商研及台大國企的形象比較中，在「重視學校風氣」、「研究領域廣」、「就業薪資優渥」、「生活環境優良」、「修課自由度高」、以及「學術研究環境優良」等六項形象，政大企研的得分都低於台大商研，而在其他的形象選項中，政大企研的得分則與台大商研相當或略高。而本研究主要以政大企研所之形象進行探討研究，其結果如表4-3-2所示，在184個目標樣本中，得分較高的幾項形象分別為「知名度高」、「企業界評價良好」與「與企業合作機會多」等，得分都超過4.4分，顯示政大企研形塑出與企業界關係良好、重視產學合作的形象；而在「生活環境優良」、「修課自由度高」、「學術研究環境良好」與「就業薪資優渥」等四項則為政大企研得分較低的形象敘述，其得分都低於4.0分，則顯示政大所處的地理環境以及校風較傳統保守等形象。而在性別、就讀大學、就讀大學學院、及集群的形象得分以表4-3-3至表4-3-7表示之，並以單因子變異數分析法

分析在性別、就讀大學、大學科系、及集群等變數之間是否存在顯著的差異，如表4-3-8所示。



表4-3-1 政大企研所與其他兩所企業管理研究所之形象得分

形象題項	政大企研所		台大商研所		台大國企所	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
師資良好	4.27	.77	3.98	.81	4.13	.77
系所設備完善	4.01	.74	3.89	.99	3.92	.92
協助學生未來就業	4.33	.70	4.15	.88	4.02	.81
與企業合作機會多	4.42	.79	4.02	.89	3.91	.90
海外交流機會多	4.29	.81	4.14	.74	4.17	.75
團隊教學	4.12	.80	3.61	.84	3.58	.85
知名度高	4.6	.59	4.6	.68	4.37	.74
重視學術風氣	3.7	.97	3.97	1.01	3.88	.94
研究領域廣	4.08	.91	4.11	.86	3.71	1.07
企業評價良好	4.48	.66	4.33	.71	4.08	.80
媒體評價良好	4.33	.79	4.33	.70	4.18	.83
就業薪資優渥	3.99	.93	4.22	.88	4.07	.88
生活環境優良	3.58	.89	4.18	.75	4.15	.78
修課自由度高	3.81	.90	4.08	.77	4.06	.80
學術研究環境良好	3.94	.84	4.09	.79	4.03	.86
對外活動多	4.14	.95	4.02	.82	3.98	.82
企業實習多元	4.15	.89	4.02	.79	3.95	.84

註：各題項皆為Likert五點量表，平均數越高表示受試者對於該研究所之形象認知越好

表4-3-2 政大企研所之形象得分

形象題項	總體樣本 (n=366)		目標樣本 (n=184)	
	平均數	標準差	平均數	標準差
師資良好	4.11	.78	4.27	.77
系所設備完善	3.89	.77	4.01	.74
協助學生未來就業	4.18	.77	4.33	.70
與企業合作機會多	4.23	.82	4.42	.79
海外交流機會多	4.08	.83	4.29	.81
團隊教學	3.94	.83	4.12	.80
知名度高	4.36	.77	4.60	.59
重視學術風氣	3.71	.86	3.70	.97
研究領域廣	3.90	.86	4.08	.91
企業評價良好	4.23	.80	4.48	.66
媒體評價良好	4.05	.86	4.33	.79
就業薪資優渥	3.83	.89	3.99	.93
生活環境優良	3.49	.87	3.58	.89
修課自由度高	3.74	.83	3.81	.90
學術研究環境良好	3.81	.86	3.94	.84
對外活動多	3.92	.93	4.14	.95
企業實習多元	3.94	.86	4.15	.89

表4-3-3 不同性別對於政大企研所的形象認知得分

性別	男		女	
	平均數	標準差	平均數	標準差
師資良好	4.22	.85	4.31	.68
系所設備完善	4.05	.84	3.97	.63
協助學生未來就業	4.29	.82	4.37	.57
與企業合作機會多	4.53	.74	4.31	.82
海外交流機會多	4.21	.81	4.37	.81
團隊教學	4.05	.86	4.19	.74
知名度高	4.62	.61	4.58	.58
重視學術風氣	3.96	1.10	3.45	.75
研究領域廣	4.29	.87	3.88	.90
企業評價良好	4.40	.67	4.56	.65
媒體評價良好	4.32	.84	4.34	.74
就業薪資優渥	3.98	.98	4.01	.89
生活環境優良	3.63	.96	3.53	.82
修課自由度高	3.74	.98	3.88	.82
學術研究環境良好	3.99	.97	3.89	.68
對外活動多	4.21	.96	4.06	.93
企業實習多元	4.12	.91	4.17	.88

註：n=184

表4-3-4 不同大學對於政大企研所的形象認知得分

就讀大學 形象	台灣大學		政治大學		交通大學	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
師資良好	4.19	.83	4.20	.73	4.48	.64
系所設備完善	3.84	.72	4.08	.77	4.37	.63
協助學生未來就業	4.23	.73	4.39	.71	4.37	.63
與企業合作機會多	4.22	.86	4.51	.73	4.63	.63
海外交流機會多	4.06	.87	4.44	.75	4.44	.70
團隊教學	4.04	.91	4.17	.68	4.44	.70
知名度高	4.39	.65	4.73	.48	4.74	.59
重視學術風氣	3.46	1.04	3.68	.81	4.41	.80
研究領域廣	4.08	1.05	3.96	.73	4.41	.80
企業評價良好	4.38	.70	4.54	.63	4.48	.64
媒體評價良好	4.24	.85	4.34	.79	4.52	.64
就業薪資優渥	3.75	.93	4.18	.74	4.30	1.03
生活環境優良	3.57	.89	3.69	.82	3.56	1.01
修課自由度高	3.57	.96	3.80	.84	4.33	.62
學術研究環境良好	3.78	.86	3.83	.79	4.52	.64
對外活動多	3.89	1.06	4.32	.84	4.41	.80
企業實習多元	4.09	.98	4.10	.81	4.44	.85

註：n=184

表4-3-5 不同學院對於政大企研所的形象認知得分

大學就讀學院	管理（商）學院		理工醫農學院		非理工非商學院	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
師資良好	4.19	.78	4.16	.99	4.41	.60
系所設備完善	4.10	.80	3.94	.88	3.94	.57
協助學生未來就業	4.39	.68	4.09	.93	4.35	.59
與企業合作機會多	4.52	.61	4.53	.98	4.24	.85
海外交流機會多	4.23	.80	4.16	1.05	4.43	.68
團隊教學	3.96	.72	4.44	.98	4.18	.77
知名度高	4.65	.63	4.50	.67	4.57	.50
重視學術風氣	3.85	.86	3.72	1.30	3.51	.89
研究領域廣	4.15	.67	4.00	1.30	4.03	.95
企業評價良好	4.62	.56	4.19	.90	4.44	.61
媒體評價良好	4.38	.74	4.41	.76	4.24	.87
就業薪資優渥	4.01	.96	3.94	1.19	4.00	.75
生活環境優良	3.62	.99	3.13	.87	3.74	.68
修課自由度高	3.73	.83	3.88	1.04	3.88	.92
學術研究環境良好	3.96	.77	4.19	1.00	3.79	.82
對外活動多	4.29	.77	4.25	.98	3.90	1.08
企業實習多元	4.08	.84	4.53	.98	4.04	.87

註：n=184

表4-3-6 有無考上研究所者對於政大企研所的形象認知得分

是否已考上研究所	否		已考上一間		考上兩間以上	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
師資良好	4.23	.78	4.43	.79	4.33	.62
系所設備完善	4.01	.77	3.96	.56	4.07	.70
協助學生未來就業	4.29	.74	4.61	.50	4.27	.46
與企業合作機會多	4.34	.81	4.91	.29	4.40	.83
海外交流機會多	4.20	.84	4.70	.64	4.53	.52
團隊教學	4.03	.80	4.70	.64	4.13	.74
知名度高	4.59	.58	4.52	.73	4.80	.41
重視學術風氣	3.82	.96	3.00	.80	3.60	.83
研究領域廣	4.03	.92	4.43	.73	4.00	.93
企業評價良好	4.45	.67	4.65	.71	4.53	.52
媒體評價良好	4.28	.80	4.74	.62	4.20	.78
就業薪資優渥	4.02	.91	4.00	.91	3.73	1.22
生活環境優良	3.70	.87	3.22	.85	2.93	.70
修課自由度高	3.81	.88	4.00	1.17	3.53	.52
學術研究環境良好	4.04	.84	3.48	.73	3.67	.72
對外活動多	4.06	.97	4.65	.65	4.07	.89
企業實習多元	4.04	.89	4.74	.62	4.27	.96

註：n=184

表4-3-7 不同集群對於政大企研所的形象認知得分

集群	集群 1		集群 2		集群 3		集群 4	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
師資良好	4.42	.58	4.20	.83	4.16	.79	4.36	.86
系所設備完善	4.21	.71	4.07	.70	3.82	.80	3.88	.67
協助學生未來就業	4.46	.58	4.15	.75	4.48	.65	4.20	.82
與企業合作機會多	4.79	.41	3.97	.98	4.60	.64	4.44	.51
海外交流機會多	4.27	.71	4.18	.83	4.48	.76	4.20	1.00
團隊教學	4.33	.63	3.98	.87	4.28	.83	3.76	.72
知名度高	4.50	.58	4.61	.61	4.56	.64	4.84	.37
重視學術風氣	4.13	1.02	3.52	1.04	3.42	.79	3.88	.67
研究領域廣	4.40	.61	3.64	1.07	4.28	.83	4.16	.69
企業評價良好	4.33	.69	4.44	.70	4.68	.47	4.44	.77
媒體評價良好	4.44	.71	4.18	.79	4.60	.64	3.96	1.02
就業薪資優渥	4.15	.77	3.79	1.10	4.28	.83	3.64	.76
生活環境優良	3.58	.96	3.44	.99	3.60	.50	3.84	1.07
修課自由度高	3.73	.89	3.82	.94	3.92	.94	3.72	.74
學術研究環境良好	4.04	.94	3.85	.91	3.82	.69	4.20	.65
對外活動多	4.31	.93	3.92	1.01	4.36	.85	3.88	.88
企業實習多元	4.31	.78	3.95	1.02	4.42	.67	3.76	.93

註1：n=184

註2：集群一：勤勉審慎性低、對新事物接受度低；集群二：中庸；集群三：勤勉審慎性高、對新事物接受度高；集群四：勤勉審慎性高、對新事物接受度低

表4-3-8 政大企研所之形象對各變項之變異數分析檢定

活動	性別	就讀大學	大學就讀 學院	有無考上 研究所	集群
師資良好	0.66	3.78*	2.25	0.75	1.23
系所設備完善	0.64	4.77*	0.75	0.11	2.70*
協助學生未來就業	0.59	1.36	1.88	2.16	3.04*
與企業合作機會多	3.52*	5.65*	2.77*	5.51*	13.54*
海外交流機會多	1.74	5.69*	1.87	4.68*	1.42
團隊教學	1.37	0.89	5.10*	7.19*	4.26*
知名度高	0.16	9.20*	0.38	1.08	1.93
重視學術風氣	13.41*	10.66*	1.84	7.84*	5.90*
研究領域廣	9.60*	2.23	0.37	2.04	8.61*
企業評價良好	2.85*	1.62	4.32*	1.03	2.47
媒體評價良好	0.05	1.60	0.72	3.66*	5.10*
就業薪資優渥	0.06	5.11*	0.08	0.64	4.44*
生活環境優良	0.57	1.67	6.76*	7.69*	1.21
修課自由度高	1.20	10.72*	0.84	1.22	0.46
學術研究環境良好	0.61	11.58*	2.30	5.63*	1.62
對外活動多	1.07	5.05*	3.14*	4.05*	3.31*
企業實習多元	0.15	1.47	4.13*	6.64*	4.99*

註：n=184，表內數值為ANOVA檢定F值

*p<0.05

第五章 結論與建議

第一節 研究結論

影響報考選擇的因素中，聲望相關的選項（研究所的形象、系所知名度、學術界排名）在各類分群中的得分，相較於其他與個人相關的選項（生活環境、修課難易與自由度、學校離家距離...等）都高出許多，也證實了社會認同理論，公司或組織的形象良好時，人們傾向將自己置於較高的社會地位及較正面的自我概念。而以前屬於不同背景的學生，也會將是否與大學所學相關、考試科目的組合列做優先的考量因素。

在影響報考選擇的活動中，以能直接接收到系所資訊的活動（招生說明會、校友演講）的得分較其他透過間接媒介的活動（媒體宣傳、寄送DM）對於應考生的影響較大。而綜合分析各變項的關係，發現背景為理工醫農學院的樣本其各活動的得分都明顯高於其他背景的樣本，也造成台大與交大的樣本明顯得分高於政大樣本，可能原因為該背景的學生通常僅會留意與大學科系相關的研究所，對於其他研究所的資訊接收較為封閉，以至於宣傳活動的有效程度明顯較高。

在影響重榜選擇的活動中，也是以能直接接收到系所資訊的活動（系所說明會、系主任致電、茶會與宿營）的得分較其他透過間接媒介的活動（媒體宣傳、寄送DM）對於應考生的影響較大，但與前項結論不同，在綜合分析各變項的關係後，在各變項之間的分析都沒有顯著的差異。可能是由於題項前提為已錄取兩間以上之研究所，學生此時普遍較不會考慮與自身背景相關的因素，而以組織的形象作為最主要的考量。

在優良企管研究所條件的調查中，可以看出比例較高者多是能提升學生自身的能力與視野（師資良好、海外交流的機會多...等）或建立企業之間的關係（與企業的合作機會多、能協助學生未來就業、企業界評價良好、多元的企業實習...等）是普遍學生所在乎與認知的優良企管研究所形象。值得注意的是理工背景的

學生，多元的企業實習、與企業的合作機會多與企業評價良好是得分最高的三項，在吸引不同背景的學生時，可以以此做為吸引的切入點。

在政大企研所的形象調查中，在各形象的得分都高於優良標準(平均數>3)，得分較高的包括系所知名度高、與企業合作機會多、企業評價良好、海外交流機會多、能協助學生未來就業，與前項對於優良企管研究所的結論相同，符合此次研究對於優良企研所的條件調查。在各變項的分析中，可以發現交大的學生對於政大企研所各個形象幾乎皆高於其他學校的學生，可能的原因為相較於交大的企管科系，政大企研所的聲望及各項評價優於交大的企管研究所，使得交大的學生對於「政大企研所」此一品牌抱持有憧憬，以至於相較於政大與台大的學生對於政大企研各項形象的得分都偏高。



第二節 管理與實務意涵

國內有關於探討大學生報考研究所的相關文獻甚少，本研究主要為探索性研究，旨在了解國內大學生對於報考研究所的相關議題，而本研究的結論在實務上可以提供學校的管理人員在招生的策略與活動上，可以針對不同特性的考生對選擇研究所各種因素應如何訴求的參考。

欲就讀商管研究所的學生普遍的企圖心與對未來的未雨綢繆感較高，且較追求社會的認同，由本次研究的結果中可以看出普遍的考生對於研究所的期待以及考慮的因素多已能與未來的工作接軌、提升自我的能力與價值，以及未來的社會價值等為最主要的考慮因素，對於學校而言，要招收到優秀的學生前來就讀，從此三項因素著手會比較有效的選擇。在與未來工作接軌部分，普遍學生重視的是協助就業、企業實習、與企業合作等跟業界的直接連結上，由於企業管理研究所主要的訴求即是成為一位成功的經理人，其與企業之間的合作關係是最被欲考企研所的學生所重視的，重視產學合作也是欲考企研所的學生所共同具備的認知。對於管理者而言，若能將企業合作與學習課程上的結合會是吸引優秀學生的一大利器。在提升自我能力與價值部分，學生重視的是科系的師資以及海外的交流機會等能擴展自我知識與視野，對於學校而言，可以利用招到知名的教授與拓展海外的交流來做為吸引學生的管道之一。在未來的社會價值部分，普遍重視的是研究所的聲望以及業界與學術評價，此一部分的提升雖非立竿見影，但仍可從校內的文化、行政效率、校友支持、師資資源等進行改善建立長期的經營計畫，進而去強化研究所的聲望與評價。

第三節 建議

一、 吸引潛在應徵者的部分

由本次的研究中可以看出，系所採取的活動中，能較有效的提高報考者意願的活動包括舉辦招生說明會與校友宣傳，能夠直接傳達訊息給應徵者的方式其成效是比較能被期待的。也因此，若學校欲達到有效的宣傳方式，相較於網站、媒體、平面宣傳等被動地等待潛在應徵者接收的方式，針對重點學校邀請校友返校宣傳或是擴大舉辦招生說明會等主動出擊都是較有效的方式。而對於理工背景或是理工見長的學校（如交大、清大）資訊蒐集較封閉的學生，更需要去深耕這個部分，將最直接的資訊直接地傳遞給他們，將更可以有效地吸引理工背景的學生前來報考企研所。

二、 吸引重榜考生選擇的部分

與上述的結論雷同，在系所放榜之後所採取的活動中，能有效提高報到意願的活動包括舉辦系所說明會、舉辦茶會或宿營、以及系主任的致電等能直接將系所的形象以及優點傳遞給重榜的考生的方式，此時的學生考量的因素與自身的背景則較無相關，主要則是以系所的形象優劣以及能從系所中獲得的資源多寡來進行決策，除了持續的形塑良好的組織形象外，也能以一些方式提供資源來吸引重榜生前來就讀，如獎學金、與企業合作的規劃、以及良好的師資及校風與學習氛圍等，再利用直接傳遞的宣傳方式打入重榜生的心中，強化系所的企業雇用形象，對於重榜生的決策影響可以預見其成效。

三、 持續塑造良好的企業形象與企業雇用形象

在企研所的形象調查中，名列前茅的幾間企研所都符合一般對於優良企研所的條件，這也表示目前這些企研所在企業雇用形象的塑造是相當成功的。然而，優良企研所的條件並非永遠持之不變，如同企業在早期與現在的評斷標準也有所不同，為了要能吸引更多的應徵者前來應徵，同時也為了要能獲得更優秀的人才，

必須要時時了解當下的優良條件與評鑑標準，時時調整經營方向以塑造更良好的企業形象，更甚者在應徵者的心中形塑出良好的企業雇用形象。

四、 了解目前的競爭態勢與自身之優劣勢

大環境持續在變化，尤其在目前研究所的競爭日趨激烈的狀況下，校方都必須要能了解目前的競爭定位，並時時刻刻檢視自身的優勢與劣勢所在，了解自身與表現更優良的研究所之間的差異，持續改善不足的部分，以消弭與前位者之間的差距，同時也必須持續強化競爭優勢，在人才招募上才會建立更強的優勢。如前表4-3-1中，政大企研相較於台大商研與台大國企，在「與企業合作機會多」、「團隊教學」、「海外交流機會多」等表現都優於其他兩間研究所，而在「就業薪資優渥」、「修課自由度高」等得分低於其他兩間研究所，除了要持續強化並保有現有優勢外，還須改善不足的部分以消弭之間的差距。

五、 針對目標族群進行「行銷與宣傳」

企業想要顯現出的產品形象與目標消費者認知到的產品形象之間不盡一致，同樣的，校方所欲形塑的形象往往與學生認知到的形象之間也會有其落差存在，其落差的原因往往不是因為「未做到」，而是「未被目標族群認知到」或是「認知錯誤」。也因此，除了持續調整經營方向以塑造良好的企業雇用形象外，還須有效且正確地傳達形象訊息給目標族群，才能避免系所與學生之間的形象認知偏差。如前表4-3-4中，政大企研今若鎖定台大的學生作為目標族群，則須考慮到台大學生在「與企業合作機會多」、「團隊教學」、「海外交流機會多」中的得分低於其他兩所學校的學生，在宣傳上便可針對這些進行強化，將正確的形象傳遞給台大學生以消除形象之間的落差，也可作為行銷的突破點，以期吸引更多台大的學生前來報考與就讀。

六、 以消費者導向的方式來經營系所招生

校方的立場與學生的立場往往並非在同一條線上，就如同企業與員工之間的立場與在乎的部分常常也並不一致，若能以學生的需求為依歸，除了提供給各系

所參考作為招生活動的考量外，也可以利用說明會、報章媒體、網站等方式將校方的作法或是現有資源更有效地傳遞給學生，以期吸引到與系所的精神一致的學生。

總合來說，根據本次的研究，對於企業管理研究所而言，要進行有效的招生活動，可以從幾個方面著手：如要針對台大的學生，則要致力於與企業的合作關係以及擴展海外的交流機會，此兩項為台大的學生普遍對於企研所最在乎的條件，但在政大企研的形象得分上偏低，也因此招生說明會以及宣傳上，都應以這兩點作為著力點進行宣傳行銷，以消弭認知之間的落差；而若要針對理工科系的學生，則可從一些層面下功夫，如考試科目的組合，理工背景的學生通常無經濟學或是管理學的先修知識，因此在科目的組合上能做更彈性的調整，以微積分或是統計學作為考試組合的一種；抑或是理工背景的學生在大學階段較少與企業接觸，也無實習的機會，也是理工背景要轉商管背景的學生最在乎的一項因素，提供多元的實習管道以及企業之間的合作關係將會是吸引這類學生的一大利器。除此之外，根據本次研究，研究所形象是學生在選擇報考研究所時最主要的原因，透過評鑑與認證，持續的強化研究所形象，建立優勢的研究所品牌，也將能在研究所的招生人力市場中佔有競爭優勢。

參考文獻

一、中文部分

1. 一百學年度碩士畢業人數統計，教育部統計處。
2. 一百學年度學士畢業人數統計，教育部統計處。
3. 一百學年度碩士就讀各系所人數統計，教育部統計處。
4. 李誠，人力資源管理的12堂課第三版，天下遠見，2006，頁74-75。
5. 林美孜，大學行銷溝通組合優先順序評選之研究，未出版碩士論文，管理科學研究所，靜宜大學，1993。
6. 姚怡然、鄭漢中、林蒼威、鍾孟容，研究所選校決策分析與決策支援系統，2006決策分析研討期刊，工業工程與工程管理研究所，國立清華大學，2006。
7. 曾志朗，大學教育政策白皮書，教育部，2001。
8. 黃再德，行銷關聯應用於大學科系招生之研究，未出版碩士論文，企業管理研究所，國立中山大學，1985。
9. 蔡欣嵐，工作特性、人格特質與工作滿意度之關係，未出版碩士論文，企業管理研究所，國立中央大學，2001。
10. 蔡維奇、楊文芬、林正偉，面試官行為、企業雇用形象對應徵者工作選擇意圖的影響：以國防役男甄試為例，台大管理論叢第19卷第2期，2009。
11. 蕭詩婷，選擇商管研究所相關影響因素之研究，未出版碩士論文，經營管理研究所，萬能科技大學，2004。

二、英文部分

1. Aaker, D. A., & Myers, J. G. 1982. *Advertising Management* (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
2. Allport, G. W. 1961. *Pattern and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
3. Ashforth, B. E., & Mael, F. 1989. Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14: 20-39.
4. Barrick, M. R., & Mount, M. K. 1991. The Big-Five personality dimensions in job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44: 1-26.
5. Barber, A. E. 1998. *Recruitment Employees: Individual and organizational perspectives*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
6. Barber, A. E., Wesson, M. J., Roberson, Q. M., & Taylor M. S. 1990. A tale of two job markets: Organizational size and its effects on hiring practices and job search behavior. *Personnel Psychology*, 52: 841-867.
7. Breugh, J. A. 1992. *Recruitment: Science and Practice*. Boston: PWS-Kent.
8. Boswell, W. R., Roehling, M. V., LePine, M. A., & Moynihan, L. M. 2003. Individual job-choice decisions and the impact of job attributes and recruitment practices: A longitudinal field study. *Human Resource Management*, 26: 405-434.
9. Burger, J. M. 2008. *Personality* (7th ed.). Australia: Belmont, CA: Wadsworth: Thomson Learning, Inc.
10. Cable, D. M., & Judge, T. A. 1994. Pay preferences and job search decisions: A person-organizational fit perspective. *Personnel Psychology*, 47: 317-348.
11. Cattell, R. B. 1946. *Description and Measurement of Personality*. New York: World Book.
12. Chapman, D. S., Uggerslev, K. L., Carroll, S. A., Piasentin, K. A., & Jones, D. A.

2005. Applicant attraction to organizations and job choice: A meta-analytic review of the correlates of recruiting outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 90(5): 928-944.
13. Costa, P. T. Jr., & McCrae, R. R. 1992b. Professional Manual for the NEO PI-R and NEO-FFI. Odessa, FL: *Psychological Assessment Resources*, Inc.
14. Gatewood, R. D., Gowan, M. A., & Lautenschlager, G.J. 1993. Corporate image, recruitment image, and initial job choice decisions. *Academy of Management Journal*, 36(2): 414-427.
15. Guilford, T. P. 1959, *Personality*. New York: McGraw-Hill.
16. Lemmink, J., Schuijf, A., & Streukens, S. 2003. The role of corporate image and company employment image in explaining application intentions. *Journal of Economic Psychology*, 24(1): 1-15.
17. Norman, W. T. 1963. Toward an adequate taxonomy of personality attributes: Replicated factor structure. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66: 574-583.
18. Rynes, S. L. 1991. Recruitment, job choice, and post-hire consequences: A call for new research direction. In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (2nd ed.), 2: 399-444.
19. Schneider, B. 1987. The people make the place. *Personnel Psychology*, 40: 437-453.
20. Schultz & Schultz. 2009. *Theories of Personality* (9th ed.), p.269.
21. Tajfel, H., & Turner, J. C. 1985. The social identity of group behavior. In S. Worchel, & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations*, 2: 7-24. Chicago, IL: Nelson-Hall.
22. Tupes, E. C., & Christal, R. E. 1961. Recurrent personality factors based on trait ratings. *Journal of Personality*, 60: 225-251.

23. Turban, D. B., & Keon, T. L. 1993. Organizational attractiveness: An interactionist perspective. *Journal of Applied Psychology*, 78(2): 184-193/



附錄 - 問卷

親愛的受試者您好：

感謝您在百忙中抽空填寫本問卷。這是一份學術性的研究問卷，此問卷旨在了解「企管系所形象與其應考生對研究所選擇決策之關聯」。本研究採不具名方式填寫，調查結果與相關基本資料僅供學術研究之用，絕對嚴守資料保密之責任，敬請安心作答，您的填寫將使本研究成果更具參考價值與代表性。

十分感謝您的協助與配合，謹致上最誠摯的謝意。

敬祝

學業順利 萬事如意

國立政治大學

企業管理研究所

指導教授 蔡維奇 教授
研究生 高毅鳴 敬上

問卷由此開始，

請您依照實際的情況回答下列問題：

Q1. 請問您是否想要繼續進修研究所？（選擇“否”者請續答 Q8.）

是（進修本科相關系所） 是（進修非本科相關系所） 否

Q2. 請問您想要就讀何類型科系的研究所？

企管相關（企研所、商研所、國企所、經管所） 企管以外之管理學院系所
（財管所、會研所、統計所…） 電機理工學院 其他：_____

Q3. 是否已考上民國 101 年之研究所：

是，已錄取____間研究所 否

Q4. 請問您想繼續進修研究所的原因為何？（可複選）

家人要求 師長建議 增加社會競爭力 提升自我價值 求取知識
未來規劃的一部份 尚未做好出社會的準備 轉換跑道 同儕壓力
未來工作的必要條件 其他：_____

Q5. 請問您選擇要報考的研究系所及學校的考慮因素？(至多選五項)

- 大學科系直升 親友／師長推薦 媒體推薦 知名校友多寡 學校離家距離
學校知名度 學術排名 研究所形象 考試科目 生活消費水準
畢業修課難易度 研究領域相符與否 生活環境 其他：_____

Q6. 若您已確定要報考研究所，某系所有以下的活動，是否會增加您報考該系所的意願？

活動	完全無影響	有些許影響	有部分影響	有相當影響	有極大影響
1. 系所舉辦招生說明會	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 學校舉辦校系博覽會	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 有媒體宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 校友回母校宣傳或演講	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 其他：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q7. 若已考上兩所以上的研究所可選擇，某系所採取下列活動，是否會增加您報到的意願？

活動	完全無影響	有些許影響	有部分影響	有相當影響	有極大影響
1. 系主任致電	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 系所寄送報到邀請函	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 系所寄送介紹 DM(書信或電子信)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 有媒體宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 舉辦系所說明會	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 舉辦迎新茶會、宿營	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 其他：_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q8. 請問您認為一個好的企業管理研究所應擁有甚麼條件？(至多選五項)

- 師資良好 系所設備完善 能協助學生未來就業 與企業合作機會多
海外交流機會多 團隊教學 知名度高 重視學術風氣 研究領域廣
企業評價良好 媒體評價良好 就業薪資優渥 生活環境優良
修課自由度高 學術研究環境良好 對外活動多 企業實習多元 其他：_____

Q9. 請問您認為下列描述對各間企業管理研究所之同意程度？

	國立政治大學 企業管理研究所					國立台灣大學 商學研究所					國立台灣大學 國際企業研究所				
	非 常 不 同 意	不 同 意	無 意 見	同 意	非 常 同 意	非 常 不 同 意	不 同 意	無 意 見	同 意	非 常 同 意	非 常 不 同 意	不 同 意	無 意 見	同 意	非 常 同 意
1. 師資良好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 系所設備完善	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 協助學生未來就業	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 與企業合作機會多	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 海外交流機會多	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 團隊教學	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 知名度高	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 重視學術風氣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 研究領域廣	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 企業評價良好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 媒體評價良好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 就業薪資優渥	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 生活環境優良	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 修課自由度高	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 學術研究環境良好	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 對外活動多	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 企業實習多元	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q10. 請對於下列描述勾選您的同意程度：

描述	非常不同意	不同意	無意見	同意	非常同意
1. 我不喜歡將時間浪費在白日夢中。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我通常保持我的物件乾淨、整潔。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 一旦我找到了做事的適當方法，我便會一直照這種方法做下去。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我善於計劃時間安排要做的事情，以至能夠及時完成工作。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我深感藝術和自然所呈現出的各種格調和姿態奇妙有趣。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我不是一個做事有條不紊的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我認為讓學生聽具有爭論性的演講只會混淆和誤導他們的思想。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我盡心盡力地執行一切分派給我的任務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我很少或不曾因詩詞而產生什麼感觸。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我有明確的目標，並能有條不紊地朝向它而工作。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我經常品嚐我沒吃過的和異地風味的食物。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我在安頓下來工作之前要浪費掉不少時間。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 我很少注意不同處境對我的心境或感受的影響。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 我努力工作以達成我的目標。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 我認為在道德問題上做決定時，我們應遵從宗教權威的判斷。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 當我作出承諾後，我總是能夠照著去做。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 當我閱讀一首詩或觀看一件藝術品時，我有時會感到興奮或驚喜。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 我有時沒有像我應該的那樣可靠和值得信賴。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 我沒有興趣思索宇宙的本質或人類的現狀。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 我是一個總是能夠將事情辦妥和有工作成效的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q11. 性別：

男 女

Q12. 戶籍地：

台北市 新北市 基隆市 桃園縣 新竹縣 苗栗縣
台中縣市
彰化縣 南投縣 雲林縣 嘉義縣 台南縣市 高雄縣市
屏東縣
宜蘭縣 花蓮縣 台東縣 澎湖縣 其他外島地區

Q13. 就讀大學：

國立台灣大學 國立政治大學 國立交通大學 其他：_____

Q14. 就讀大學科系：

管理學院 文學院 法律學院 理學院 工學院 生物資源暨農學院
社會科學院 公衛學院 醫學院 電機資訊學院 牙醫專業學院
生命科學院 獸醫專業學院
其他：_____

Q15. 年級：

大學三年級 大學四年級 延畢 已畢業

Q16. 全職工作經驗：

無 一年以下 一至二年 二年以上

Q17. 實習工作經驗：

有，_____個月 無

為求問卷研究的正確性，請留下您的基本資料，以利學術研究。

姓名：

email：

問卷到此結束，
謝謝您的回答！！