

Market orientation, involvement and self-efficacy : 以攜手計劃為例

陳敏容、鄭華清

E-mail: 324599@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this study is to discuss the relationship of Market Orientation, Involvement and Learning Self-Efficacy of After School Alternative Program. The researcher designs questionnaire to analyze the relationship among Market Orientation, Involvement and Learning Self-Efficacy. The objects of this study are 430 students who are in the fourth grade and the sixth grade attending After School Alternative Program in Chunghwa county elementary schools. Thorough the questionnaire investigation, there were 430 questionnaires distributed. The return rate was 91.6%. The results are as followed : 1. Involvement antecedents of After school Alternative Program are significantly positive impact on students` and parents` involvement. 2. Students involvement of After School Alternative program are significantly positive impact on student`s and parents` involvement. 3. Market Orientation of After School Alternative Program are significantly positive impact on student` and parents` involvement. 4. Market Orientation of After School Alternative Program are significantly positive impact on Learning Self-Efficacy.

Keywords : After School Alternative Program、Market Orientation、Involvement、Learning Self-Efficacy

Table of Contents

| | | | |
|---------------------|-----|---------------|-----|
| 內容目錄 中文摘要 | iii | 英文摘要 | iii |
| iv 誌謝辭 | | v 內容目錄 | |
| vi 表目錄 | | viii 圖目錄 | |
| x 第一章 緒論 | | 1 第一節 研究背景與動機 | |
| 1 第二節 研究目的 | 5 | 第三節 研究流程 | |
| 6 第二章 文獻探討 | | 8 第一節 攜手計畫 | |
| 8 第二節 市場導向 | 14 | 第三節 涉入程度 | |
| 26 第四節 學習自我效能 | 37 | 第三章 研究方法 | |
| 44 第一節 研究架構 | 44 | 第二節 研究假設 | |
| 45 第三節 研究變數之操作定義與衡量 | 47 | 第四節 問卷設計 | |
| 51 第五節 資料蒐集 | 52 | 第四章 研究結果與分析 | |
| 55 第一節 描述性統計分析 | 55 | 第二節 相關分析 | |
| 63 第三節 迴歸分析 | 66 | 第四節 假設檢定結果 | |
| 71 第五章 研究結論與建議 | 73 | 第一節 研究發現與結論 | |
| 73 第二節 研究建議 | 75 | 第三節 研究限制 | |
| 78 第四節 後續研究建議 | 78 | 參考文獻 | |
| 80 附錄A 正式問卷 | 99 | | |

REFERENCES

- 參考文獻 一、中文部分 1.方世榮、駱少康、陳冠樺譯(2010),行銷管理學,台北:東華書局。2.石培欣(1999),國民中學學生家庭環境關係與學業成就之相關自我效能之研究,高雄師範大學教育研究所未出版之碩士論文。3.宋美瑤(2008),苗栗縣「攜手計畫課後扶助」政策執行成效評估之研究-以回應性評估觀點,新竹教育大學教育學系碩士班未出版之碩士論文。4.吳苓瑜(2008),教育部「攜手計畫-課後扶助」執行現況與成效之研究-以苗栗縣天恩國小為例,新竹教育大學人資處教育行政碩士專班未出版之碩士論文。5.吳淑鶯、陳瑞和(2005),網路涉入影響因素、涉入程度與上網態度及行為之研究-以台灣大專學生為例,中華管理評論,8(4),1-37。6.吳璧如(1997),教育歷程中家長參與學校教育之研究,(國科會, NSC86- 2413-H-018-010),台北,行政院國家科學委員會。7.吳璧如(1998),家庭參與學校教育之原理探究,中學教育學報,6, 69-105。8.呂美枝(2006),提升弱勢族群教育機會-找尋當前教育策略與多元文化教育理想的平衡,現代教育論壇(十五)研討會論文集(pp.397-405),台北市:國立教育資料館。9.周俊豪(2007),國中生學習自我效能、對科學的態度及人格特質對學習成效影響之研究:以浮力單元為例,高雄師範大學物理學系碩士班未出版之碩士論文。10.周新富(1999),國中生家庭背景、家庭文化資源、學校經驗與學習結果關係之研究,高雄師範大學教育學系未出版之博士論文。11.林文樹(2004),個人電腦消費者之涉入程度研究,嘉義大學管理研究所未出版之碩士論文。12.林孟瑜(2006),高雄縣國民小學組織創新、學校行銷策略與競爭優

勢關係之研究，高雄師範大學教育研究所未出版之碩士論文。 13.林明地(1999)，家長參與學校教育改革的研究與實際：對教育改革的啟示，教育研究資訊，7(2)，61-79。 14.林惠美(2007)，桃園縣國小學童與家長對兒童英語學習態度、參與程度及投入程度之研究，實踐大學家庭研究與兒童發展研究所未出版之碩士論文。 15.林雅玲(2008)，基隆市國民小學學生家長參與家庭作業之實徵調查研究，臺北教育大學教育政策與管理研究所未出版之碩士論文。 16.林義男(1988)，國小學生家庭社經背景、父母參與及其學業成就之影響，輔導學報，11，95-141。 17.林麗月(2002)，台東縣國民中小學實施教育優先區現況調查研究，台東師範學院教育研究所未出版之碩士論文。 18.林素珍(2008)，苗栗縣國民小學攜手計畫課後扶助實施現況與發展策略之研究，新竹教育大學人資處學校行政碩士班未出版之碩士論文。 19.林明地(1998)，家長參與學校活動與校務：台灣省公私立國民中小學校長的看法分析。教育政策論壇，1(2)，155-187。 20.柯嘉甄(2003)，國小學生家長對多元評量的覺知與學生的目標導向、學習自我效能之相關研究，屏東師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。 21.洪淑慧(2002)，彰化縣國民小學家長會組織運作之研究。暨南國際大學教育政策與行政研究所未出版之碩士論文。 22.洪菁穗(1999)，探討國中學生在理化科的學術地位、自我效能與研究，高雄師範大學教育研究所未出版之碩士論文。 23.孫志麟(1995)，台灣地區各縣市國民小學教育資源分配之比較，教育心理研究，17，175-202。 24.孫志麟(1991)，自我效能的基本概念及其在教育上的應用，教育研究雙月刊，22，47-54。 25.馬玉蘭(2006)，學習動機、學習投入與學習成果之關聯性---以EMBA在職專班為例，元智大學管理研究所未出版之碩士論文。 26.高申春(2001)，人性輝煌之路：班杜拉的社會學習理論，臺北：貓頭鷹。 27.高家斌(2001)，非營利組織市場導向與組織績效之研究-以企業文教基金會為例，臺灣師範大學社會教育研究所未出版之碩士論文。 28.康力文(2007)，高中生學習幸福感、學校生活適應與學習自我效能關係之研究，高雄師範大學教育研究所未出版之碩士論文。 29.張植芳(2007)，產品特性、涉入程度與購買目的對規範性評估與購買意圖之影響-以消費性電子產品為例，成功大學高階管理碩士在職專班未出版之碩士論文。 30.張鈿富(1994)，台灣教育優先區選擇之研究，暨大學報，2(1)，273-297。 31.教育部(2006)，教育部辦理攜手計畫課後扶助補助要點(線上資料)，來源：<http://asap.moe.gov.tw>。 32.教育部(2008)，97年修正教育部補助辦理攜手計畫課後扶助要點(線上資料)，來源：<http://asap.moe.gov.tw>。 33.教育部(2009)，教育部即時新聞(線上資料)，來源：www.edu.tw/PDA/news.aspx?news_sn=2344&pages=8。 34.教育部(2009)，99年度教育部補助國民中小學及幼稚園弱勢學生實施要點(線上資料)，來源：<http://asap.moe.gov.tw>。 35.教育部(2009)，方案10-2中小學學生學習方案。 36.梁茂森(1998)，國中生學習自我效能量表之編製，教育學刊，14，155-192。 37.連文伶(2008)，臺北縣國中生父母參與影響英語學習成效，玄奘大學外國語文學系碩士班未出版之碩士論文。 38.陳伯璋等人(2009)，國民中小學教師對於攜手計畫執行現況之調查研究，研習資訊，26(6)，27-38。 39.陳忠(2005)，國中生參加童軍團動機、學習投入與學習成果之研究---以桃園縣為例，輔仁大學教育領導與發展研究所未出版之碩士論文。 40.陳奎熹(1990)，教育社會學研究，台北市：師大書苑。 41.陳添旺(1996)，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未出版之碩士論文。 42.陳淑玫(2008)，低社經背景學童具高學業成就者之個案研究，花蓮教育大學國民教育研究所未出版之碩士論文。 43.陳淑麗(2007)，台東縣國小課輔現況調查理想與現況的距離，未出版。 44.陳淑麗、熊同鑫(2007)，台東地區弱勢國中生課輔現況與困境之探究，教育資料與研究，76，105-130。 45.陳漢杰(2005)，涉入、產品屬性的評估與購買意願之相關研究-以銀行消費者購買理財服務為實證，成功大學管理學院高階管理碩士在職專班。 46.陳麗珠(2007)，論資源分配與教育機會均等之關係：以國民教育為例，教育研究與發展期刊，3(3)，1-22。 47.傅正敏(2008)，桃園縣國民小學實施攜手計畫學習滿意度與學習成效關係之研究，中原大學教育研究所未出版之碩士論文。 48.曾昱瑩(2008)，國民小學實施「攜手計畫-課後扶助」之研究---以中南部某縣市為例，嘉義大學教育行政與政策發展研究所未出版之碩士論文。 49.黃俊傑(2009)，「攜手計畫課後扶助」執行成效之評析與建議，學校行政，61，196-211。 50.黃書婷(2007)，教育優先區學校行銷策略、組織文化與組織效能關係之研究-以高高屏三縣市國中為例，高雄師範大學教育研究所未出版之碩士論文。 51.黃淑容(2009)，國小攜手計畫實施成效之研究，臺東大學教育學系(所)未出版之碩士論文。 52.黃夙伶(2010)，台南市國中小學「攜手計畫課後扶助」實施現況調查研究，臺南大學教育經營與管理研究所未出版之碩士論文。 53.楊宗儒(2007)，市場導向、創業導向、產品創新與組織績效間關係，東華大學企業管理學系未出版之碩士論文。 54.楊宜芳(2009)，新住民學童家庭因素對其英語學習成就與學習態度的影響-以桃園縣某國小為例，臺北教育大學兒童英語教育學系碩士班未出版之碩士論文。 55.葉淑貞(2008)，社區家長參與子女學習活動及其對子女學業成就影響之研究-以金城國中為例，銘傳大學公共事務學系碩士在職專班未出版之碩士論文。 56.趙信光(2008)，屏東縣國民小學辦理攜手計畫課後扶助方案之研究，屏東教育大學教育行政研究所未出版之碩士論文。 57.劉宜真(2007)，家長參與子女學習活動與學業成就關係之研究-以台中縣國小為例，靜宜大學管理碩士在職專班未出版之碩士論文。 58.蔡先口、朱桂芳、吳順來、林美娟、許啟耀(2006)，國民中小學的校長課程領導模式及其實踐：台北市都會弱勢地區國民中學校長課程領導區域合作模式之建構，現代教育論壇(十五)研討會論文集(pp. 491-510)，台北：國立教育資料館。 59.蔡孟桓(2006)，電視購物國內旅遊產品購買動機、知覺價值、滿意度與行為意圖之研究-以衝動程度與涉入程度為區隔變數，南華大學旅遊事業管理學研究所未出版之碩士論文。 60.蔡孟諺(2007)，市場導向、組織學習、組織創新與組織績效之相關性研究 - 以臺灣主題樂園產業為例，臺灣師範大學運動與休閒管理研究所未出版之碩士論文。 61.蔡明芬(2006)，國民小學校長學校行銷組合策略運用與學校效能之研究，中正大學教育研究所未出版之碩士論文。 62.蔡祈賢(1994)，平等教育思想與我國教育機會均等政策，台北市：五南。 63.黎淑君(2008)，國小弱勢學童參與攜手計畫課後扶助之學習改變歷程研究雲 林科技大學技術及職業教育研究所未出版之碩士論文。 64.盧威志(2008)，「攜手計畫課後扶助」之政策過程與執行評析，學校行政，56，140-154。 65.盧媚娟(2008)，國小學童對校園的涉入、場所感與學校認同之研究—以直潭國小為例，新竹教育大學人文社會學系社會習領域教學碩士班未出版之碩士論文。 66.蕭舒文(2004)，消費者選擇環境、涉入程度與知識程度對專業服務選擇模式之影響 - 以EMBA為例，國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 67.謝佩容(2007)，以行動研究改善弱勢之家庭國小學童「課後輔導方案」執行的歷程，成功大學護理學系碩士班未出版之碩士論文。 68.謝甄晏(2001)，市場導向、市場知識管理、產品創新與績效之實證研究 - 以台灣高科技產業為例，雲林科技大學企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。 69.鍾政偉(2008)，旅客涉入程度、知覺價值、滿意度與購後行為意圖關係之研究-以台灣觀光列車為例，中華大學科技管理學系(所)未出版之博士論文。 70.闕瑋娟(2008)，宜

蘭縣國民中學學生終身學習關鍵能力與學習自我效能之研究，佛光大學社會教育學研究所未出版之碩士論文。 71.魏惠娟(2006)，台灣地區學校行銷研究評析及其對學校行銷策略規劃的啟示：1984-2004 的探索，教育政策論壇，9(2)，131 – 153。 72.魏麗敏、黃德祥(2001)，國中與高中學生家庭環境、學習投入狀況與自我調節學習及成就之研究，中華輔導學報，10，63-118。 73.羅文華(2009)，台北市國民小學教師知覺學校行銷管理與班級經營效能之研究，台北教育大學教育政策與管理研究所未出版之碩士論文。 74.關山美(2008)，國小學童知覺教師班級網頁管理及學童網頁涉入研究，嘉義大學國民教育研究所未出版之碩士論文。 二、英文部分 Ames, B. C. and Hlavacek, J. D. (1989). Market Driven Management: Prescriptions for Survival in a Turbulent World, Dow Jones- Irwin, Homewood, IL. Andrews, J.C. Durvasula, S. and Akhter, S.H. (1990). A framework for conceptualizing and measuring the involvement construct in advertising research. *Journal of Advertising Research*, 19, 27-40. Auh, Seigyoung and Bulent Menguc (2006). Diversity at the Executive Suite: A Resource-based Approach to the Customer Orientation- Organizational Performance Relationship. *Journal of Business Research*, 59(5), 564-572. Ballantine, J. H. (1999). Getting involved in our children's education. *Childhood Education*, 75(30), 170-171. Bandura, A. (1994). Self-efficacy [Online]. Available: <http://www.des.emory.edu/mfp/BanEncy.html> [2008, December 17]. Bandura, A.(1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change.*Psychological Review*, 84(2), 191-215. Bandura, A.(1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NY: rentice-Hall. Bandura, A.(1997). Self-efficacy. *Harvard Mental Health Letter*, 13(9), 4-6. Bandura, A.(1997). Social Learning Theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-hall. Bernard J. Jaworski and Kohli, Ajay K. (1993). Market Orientation: Antecedents and Consequences. *Journal of Marketing*, 57(3), pp.53-70. Bong, M. (2004). Academic motivation in self -efficacy, task value, achievement goal orientations, and attributional beliefs. *The Journal of Educational Research*, 97(6), 287- 298. Celsi, R. L. and J. C. Olson(1988). The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processes. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 210-224. Day, George S. (1994).The Capabilities of Market-Driven Organizations. *Journal of Marketing*,58, 37-52. Deshpande, Rohit, John U. Farley, and Frederick Webster, Jr. (1993). Cooperate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis.*Journal of Marketing*, 57(1), 23-37. Engel, James F., Blackwell, Roger D. and Miniard, Paul W.(1993).*Consumer Behavior*, (7th ed.)Orlando, Florida,Dryden Press. Evetts J.(1973). The Sociology of Educational Ideas, London: Routledge &Kegan Paul. Gist, M. E. and Mitchell, T. R.(1992).Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *The Academy of Management Review*, 17(2), 183-211. Graham, S., and Weiner, B. (1996). Theories and principles of motivation. In D. C. Berliner & R. C. Calfee (Eds.), *Handbook of educational psychology* (pp. 63-84). New York: Simon & Schuster Macmillan. Henderson, A. T. and Berla, N. (1994). A New Generation of Evidence: The Family is Critical to Student Achievement. National Committee for Citizens in Education, Washington, DC.(ED375968) Ho,S.C. and Willams, J. D. (1996). Effect of parental involvement on eighth-grade achievement. *Sociology of Education*, 69, 126-141. Houston, M. J. and Rothchild, M. L.(1978).Conceptual and methodological perspectives on involvement in S. C. Jain (ed.). *Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Directions*. Educators' Proceeding Chicago: American Marketing Association. Hunt, S.D., and R.M. Morgan (1995).The Comparative Advantage Theory of Competition. *Journal of Marketing*, 59, 1-15. Hurley, R.F., and G.T.M. Hult (1998). Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 62, 42-54.In-depth Interviewing, Second Edition. South Melbourne: Longman. Kohli, Ajay K. and Bernard J. Jaworski (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*,54,1-18. Kotler, P.(2005). *Marketing: An Introduction*. New Jersey: Prentice Hall. Kotler, P., and Fox, K. F. (1995). *Strategic marketing for educational institutions* (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. Krugman, Herbert E. (1965). The Impact of Television Advertising Learning Without Involvement.*Public Opinion Quarterly*, 29(3), 349- 356. Lent, R. W., Lopez, F. G., and Bieschke, K. J. (1991). Mathematics self-efficacy: Sources and relation to science -based career choice. *Journal of Counseling Psychology*, 38 (4), 424-430. Linnenbrink, E. A., and Pintrich, P. R.(2003). The role of self-efficacy beliefs in student engagement and learning in the classroom. *Journal of Reading & Writing Quarterly*, 19(2), 119-137. Mavondo, F. T., Tsarenko, Y., and Gabbott, M. (2004). International and local students satisfaction: Resources and capabilities perspective. *Marketing for Higher Education*, 14(1), 41-60. Minichiello V., Aroni R., Timewell E. & Alexander L. (1995) Weinstein, J. N. (1993). Role of self -efficacy in rehabilitation outcome among chronic low back pain patients. *Journal of Counseling Psychology*, 40(3), 335-339. Morgan, D. L. (1988). *Planning focus groups*. Thousand Oaks, CA: Sage. Narver, J. C. & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54, 20-35. Narver, John C. ,Stanley F. Slater, and Douglas L. MacLachlan (2004). Responsive and Proactive Market Orientation and New-Product Success. *Journal of Product Innovation Management*, 21, 334-347. Pajares, F.(1995). Self-efficacy in academic settings. Paper presented at annual meeting of the American Educational Research Association. San Francisco.(ERIC Document Reproduction Service NO. 384-608) Pajares, F.(1996). Self-efficacy beliefs in academic settings. *Review of Educational Research*, 66(4), 543-578. Petty, R. E. and J. T. Cacioppo (1981). *Attitude and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*. Dubuque, Iowa: Wm. C. Brown Co. Pike, S. (2005). The use of repertory grid analysis and importance-performance analysis to identify determinant attributes of universities. *Marketing for Higher Education*, 14(2), 1-18. Pintrich, P. R., and Schunk, D. H.(1996). *Motivational in education: Theory, research, and applications*. Engle-wood Cliffs, New Jersey: Merrill Pretice-Holl. Rawls,J. ,Kelly,E.(2001). *Justice as fairness:A restatement*. Cambridge,MA: Harvard University Press. Rawls,J.(1971). *The theory of Justice*. Cambridge,MA: Harvard University . Roth, W. G.(1985). Treatment implications derived from self-efficacy research with children.(ERIC Document Reproduction Service No. ED273- 897) Rothschild, M. L.(1984). Perspectives in Involvement: Current Problemand Future Directions. *Advances in Consumer Research*, 11, 216-217. Ruekert, R. W. (1992). Developing a market orientation: An organizational strategy perspective. *International Journal of Research in Marketing*, 9(3), 225-245. Schlosser, F. K. and R. B. McNaughton (2007). Individual-level antecedents to market-oriented actions. *Journal of Business Research*, 60(5), 438-449. Schoell, W. F. and P. J. Guiltinan.(1993). *Marketing Essentials*.Kluwer Academic Publisher Press.

Shapiro, Benson P. (1988). What the Hell is Market Oriented?. *Harvard Business Review*, Vol.66, pp.119-125. Slater, Stanley F. and John C. Narver(1995). Market Orientation and The Learning Organization, *Journal of Marketing*, 59, 63-74. Snyder, C. R., and Lopez, S. J. (2009). *Oxford Handbook of Positive Psychology*. New York : Oxford University Press. Stiber, G. (2000). Characterizing the decision process leading to enrollment in Doctoral programs: Theory, application, and practice. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10(1), 13-26. Stiber, G. (2001). Characterizing the decision process leading to enrollment in Master ' s programs: Further application of the enrollment process model. *Journal of Marketing for Higher Education*, 11(2), 91-107. Stone, R. N.(1984) . The Marketing Characteristics of Involvement. *Advances in Consumer Research*, 3, 355-365. Taylor, B.M.(1981). Product Involvement Concept: An Advertising planning point of View. *Attitude Research plays for High Stakes*, 94-111. Wilhite, S. C.(1990). Self-efficacy, locus of control, self-assessment of memory ability, and study activities as predictors of course achievement. *Journal of Educational Psychology*, 82, 696-700. Wu, Shwu-Ing. (2002). Internet marketing involvement and consumer behavior. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 14(4). Zaichkowsky, J. L.(1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 6(1), 341-352. Zaichkowsky, Judith Lynne. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352. Zaichkowsky, Judith Lynne. (1994). The personal involvement inventory: Reduction, revision, and application to advertising. *Journal of Advertising*, 23, 59-70. Zimmerman, B. J. (2000). Self -efficacy: An essential motive to learn. *Contemporary Educational Psychology*, 25 (1), 82-91. Zimmerman, B. J., Bandura, A., and Martinez -Pons, M. (1992). Self-motivation for academic attainment: The role of self-efficacy beliefs and personal goal setting. *American Educational Research Journal*, 29(3), 663-676.